

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 KARAKTERISTIK RESPONDEN

Karakteristik responden merupakan ragam latar belakang yang dimiliki oleh responden itu sendiri. Karakteristik digunakan untuk melihat *background* dari 384 responden, adapun dalam penelitian ini, *background* responden difokuskan pada jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan domisili. Adapun hasil yang didapat adalah sebagai berikut :

5.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

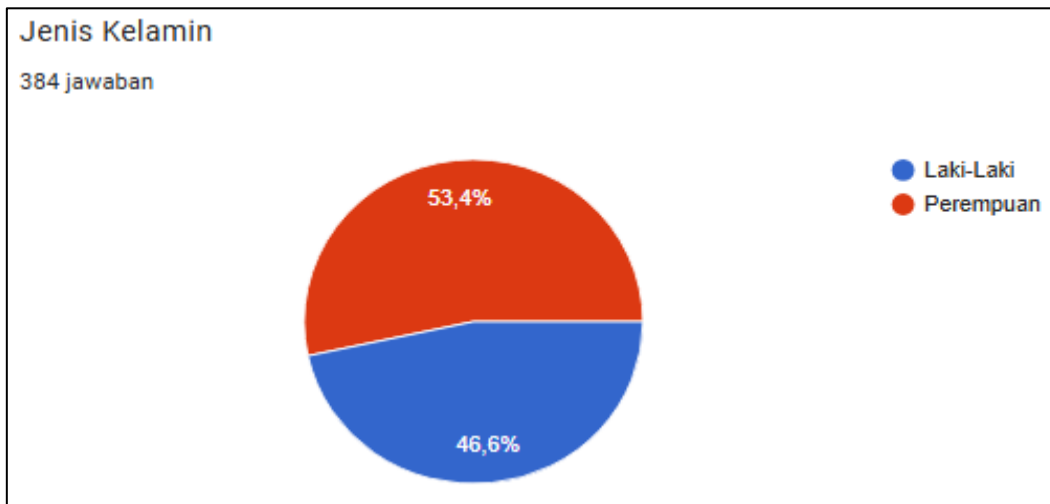
Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin disajikan untuk mengetahui gambaran umum komposisi responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dilakukan untuk melihat tingkat keterwakilan responden laki-laki dan perempuan dalam pengisian kuesioner penelitian yang dapat dilihat pada tabel 5.1.

Tabel 5.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	205	53,4%
2	Laki-laki	179	46,6%
	Total	384	100%

Berdasarkan Tabel 5.1, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden berjenis kelamin perempuan, yaitu sebanyak 205 orang atau sebesar 53,4%, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah 179 orang atau sebesar 46,6%. Hal ini menunjukkan bahwa responden

perempuan memiliki proporsi sedikit lebih besar dibandingkan responden laki-laki, namun komposisi responden berdasarkan jenis kelamin masih tergolong seimbang. Adapun visualisasi grafiknya dapat dilihat pada gambar 5.1.



Gambar 5.1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

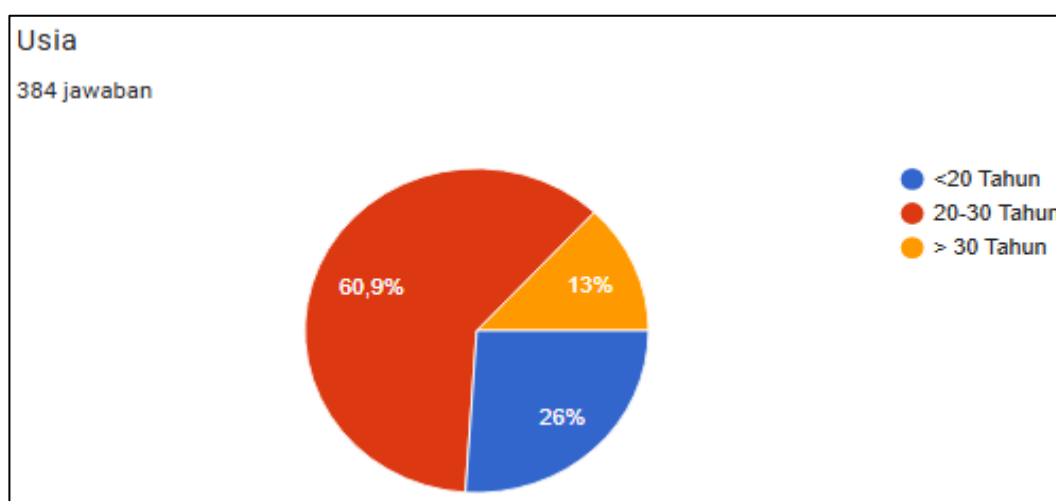
5.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia disajikan untuk mengetahui distribusi kelompok umur responden yang terlibat dalam penelitian ini. Pengelompokan usia bertujuan untuk melihat dominasi responden berdasarkan rentang usia tertentu, sehingga dapat memberikan gambaran umum mengenai usia responden dalam pengisian kuesioner penelitian yang dapat dilihat pada tabel 5.2.

Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	< 20 Tahun	100	26,0%
2	20–30 Tahun	234	60,9%
3	> 30 Tahun	50	13,1%
	Total	384	100%

Berdasarkan Tabel 5.2, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 20–30 tahun dengan jumlah 234 orang atau sebesar 60,9%. Selanjutnya, responden berusia kurang dari 20 tahun berjumlah 100 orang atau sebesar 26,0%, sedangkan responden berusia di atas 30 tahun berjumlah 50 orang atau sebesar 13,1%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada usia produktif. Adapun visualisasi grafiknya dapat dilihat pada gambar 5.2.



Gambar 5.2 Grafik Responden Berdasarkan Usia

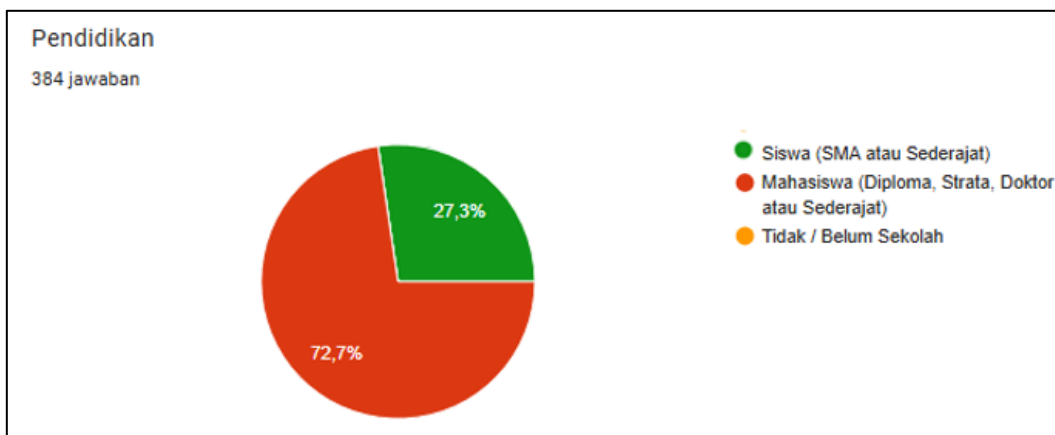
5.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan disajikan untuk mengetahui latar belakang pendidikan responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini. Pengelompokan ini bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai jenjang pendidikan responden dalam mengisi kuesioner penelitian yang dapat dilihat pada tabel 5.3.

Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	Persentase
1	Siswa (SMA atau Sederajat)	105	27,3%
2	Mahasiswa (Diploma, Strata, Doktor atau Sederajat)	279	72,7%
3	Tidak / Belum Sekolah	0	0,0%
	Total	384	100%

Berdasarkan Tabel 5.3, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini mayoritas memiliki latar belakang pendidikan sebagai mahasiswa, yaitu sebanyak 279 orang atau sebesar 72,7%. Responden dengan status siswa berjumlah 105 orang atau sebesar 27,3%, sedangkan tidak terdapat responden yang tidak atau belum bersekolah. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian didominasi oleh individu yang masih berada dalam jenjang pendidikan formal. Adapun visualisasi grafiknya dapat dilihat pada gambar 5.3.



Gambar 5.3 Grafik Responden Berdasarkan pendidikan

5.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

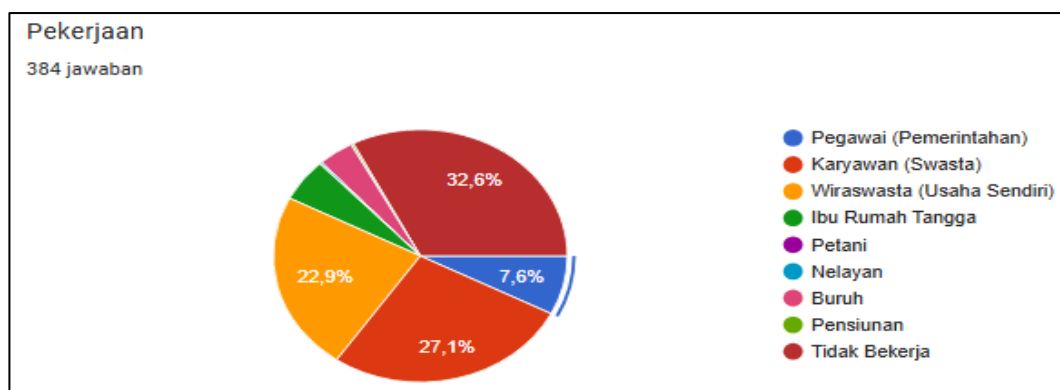
Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan disajikan untuk mengetahui latar belakang aktivitas atau status pekerjaan responden yang terlibat dalam

penelitian ini. Pengelompokan pekerjaan ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum kondisi pekerjaan responden yang dapat dilihat pada tabel 5.4.

Tabel 5.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pegawai (Pemerintahan)	29	7,6%
2	Karyawan (Swasta)	104	27,1%
3	Wiraswasta	88	22,9%
4	Ibu Rumah Tangga	21	5,5%
5	Petani	0	0,0%
6	Nelayan	0	0,0%
7	Buruh	15	3,9%
8	Pensiunan	0	0,0%
9	Tidak Bekerja	125	32,6%
	Total	384	100%

Berdasarkan Tabel 5.4, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden yang tidak bekerja, yaitu sebanyak 125 orang atau sebesar 32,6%. Selanjutnya diikuti oleh karyawan swasta sebesar 27,1% dan wiraswasta sebesar 22,9%. Sementara itu, tidak terdapat responden dengan pekerjaan sebagai petani, nelayan, maupun pensiunan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden belum atau tidak memiliki pekerjaan tetap. Adapun visualisasi grafiknya dapat dilihat pada gambar 5.4.



Gambar 5.4 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan

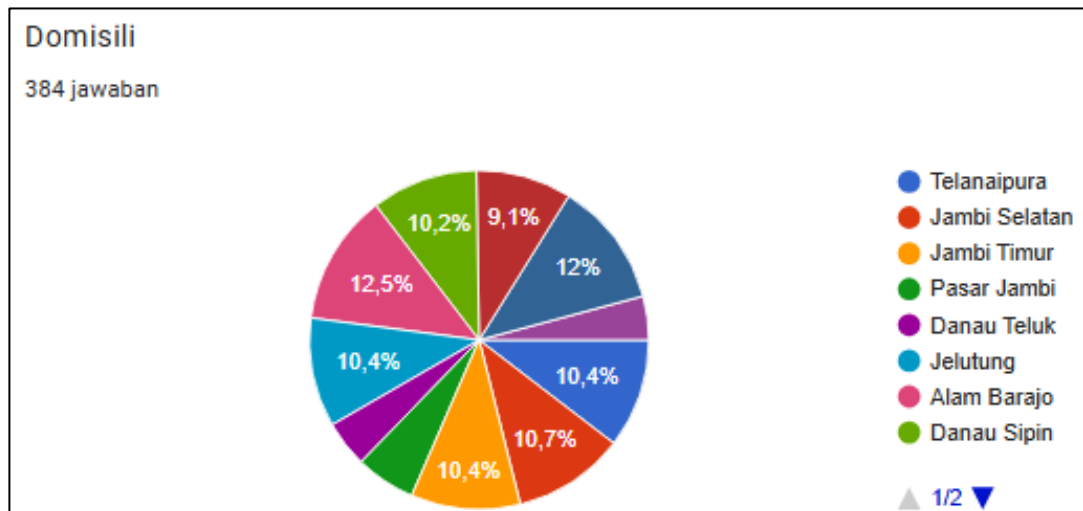
5.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Karakteristik responden berdasarkan domisili disajikan untuk mengetahui persebaran wilayah tempat tinggal responden yang terlibat dalam penelitian ini. Pengelompokan domisili bertujuan untuk memberikan gambaran distribusi responden berdasarkan kecamatan di wilayah penelitian yang dapat dilihat pada tabel 5.5.

Tabel 5.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Frekuensi	Persentase
1	Telanaipura	40	10,4%
2	Jambi Selatan	44	11,5%
3	Jambi Timur	40	10,4%
4	Pasar Jambi	22	5,7%
5	Danau Teluk	17	4,4%
6	Jelutung	40	10,4%
7	Alam Barajo	48	12,5%
8	Danau Sipin	39	10,2%
9	Paal Merah	35	9,1%
10	Kota Baru	46	12,0%
11	Pelayangan	16	4,2%
	Total	384	100%

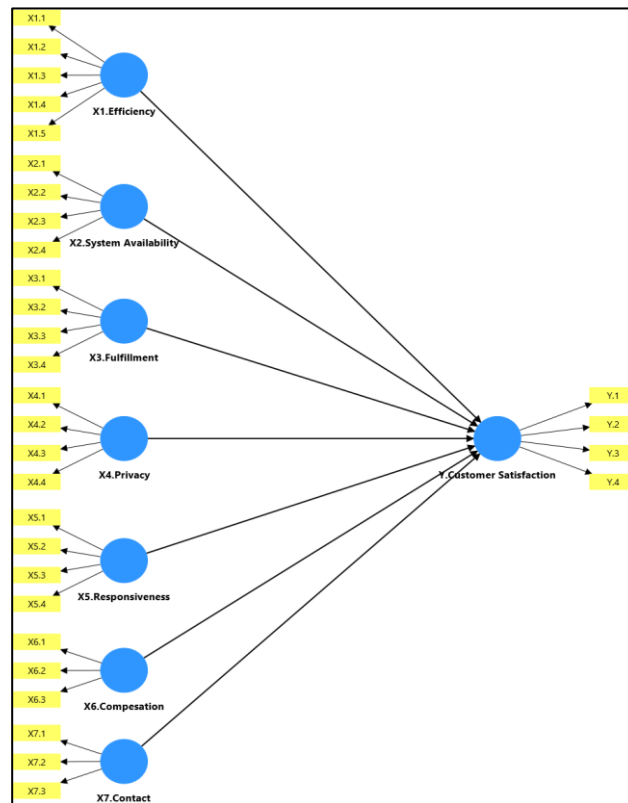
Berdasarkan Tabel 5.5, dapat disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini tersebar di berbagai wilayah domisili. Responden terbanyak berasal dari Kecamatan Alam Barajo dengan jumlah 48 orang atau sebesar 12,5%, diikuti oleh Kecamatan Kota Baru sebesar 12,0% dan Jambi Selatan sebesar 11,5%. Hal ini menunjukkan bahwa responden penelitian memiliki persebaran domisili yang cukup merata di wilayah Kota Jambi. Adapun visualisasi grafiknya dapat dilihat pada gambar 5.5.



Gambar 5.5 Grafik Responden Berdasarkan Domisili

5.2 PENGUJIAN METODE E-SERVQUAL

Pengujian data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS. Metode PLS dipilih karena mampu menganalisis hubungan antar variabel laten secara simultan, baik hubungan langsung maupun tidak langsung, serta sesuai digunakan pada jumlah sampel yang relatif kecil. Tahapan pengujian data meliputi evaluasi model pengukuran (*outer model*) untuk menilai validitas dan reliabilitas indikator, serta evaluasi model struktural (*inner model*) untuk menguji hubungan antar variabel laten sesuai dengan hipotesis penelitian yang digambarkan menggunakan Smart PLS 4.0 yang dapat dilihat pada gambar 5.6.



Gambar 5.6 Struktur Metode E-Servqual pada Smart PLS

Berdasarkan Gambar 5.6 Struktur Model pada SmartPLS, terlihat bahwa setiap variabel diukur oleh sejumlah indikator yang memiliki nilai *outer loading* di atas batas minimum 0,70, sehingga seluruh indikator dinyatakan valid dalam merepresentasikan variabelnya masing-masing. Berikut rangkumannya yang dapat dilihat pada tabel 5.6.

Tabel 5.6 Struktur Variabel E-Servqual

No	Variabel	Inisial Variabel	Jumlah Indikator
1	Efisiensi (<i>Efficiency</i>)	X1	X1.1 – X1.5
2	Ketersediaan Sistem (<i>System Availability</i>)	X2	X2.1 – X2.4
3	Pemenuhan (<i>Fulfillment</i>)	X3	X3.1 – X3.4
4	Privasi (<i>Privacy</i>)	X4	X4.1 – X4.4

5	Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	X5	X5.1 – X5.4
6	Kompensasi (<i>Compensation</i>)	X6	X6.1 – X6.3
7	Kontak (<i>Contact</i>)	X7	X7.1 – X7.3
8	Kepuasan pengguna (<i>Customer Satisfaction</i>)	Y	Y.1 – Y.4

Dalam penelitian ini, analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak **SmartPLS 4.0** yang mendukung metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Pengujian dilakukan melalui dua tahap utama yang menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik yang dapat dilihat pada tabel 5.7.

Tabel 5.7 Pengujian Smart PLS 4.0

No	Bagian Model	Pengujian yang Dilakukan	Tujuan Pengujian	Sumber
1.	Outer Model	Validitas Konvergen (Average Variance Extracted/AVE)	Untuk memastikan pertanyaan-pertanyaan yang dibuat benar-benar sesuai dengan topik yang diukur	[23], [24], [25]
2.	Outer Model	Validitas Diskriminan (Cross Loading / Fornell-Larcker)	Untuk memastikan bahwa setiap indikator hanya menggambarkan variabel miliknya sendiri, bukan menggambarkan variabel lain juga.	[25], [26], [27]
3.	Outer Model	Reliabilitas (Composite Reliability dan Cronbach's Alpha)	Untuk melihat apakah data yang diukur konsisten dan bisa dipercaya	[25], [26], [27]
4.	Inner Model	R-Square (R ²)	Untuk mengetahui seberapa besar semua indikator secara bersama-sama dapat menjelaskan kepuasan pengguna	[14], [26], [27]
5.	Inner	Goodness of Fit	Untuk menilai apakah	[34], [35], [26],

	Model	(GoF)	keseluruhan model sudah cukup baik dalam menggambarkan data	
6.	Inner Model	Effect Size (f^2)	Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing faktor secara satu per satu	[23], [24], [25]
7.	Inner Model	Path Coefficients	Untuk menguji apakah hubungan antar variabel berpengaruh secara signifikan atau tidak	[34], [35], [26],

5.2.1 Uji Validitas

Pengujian melalui model PLS pada awalnya dilakukan pengevaluasian konstruk modelnya lebih dahulu. Pengevaluasian model ukuran ataupun diistilahkan sebagai *outer model* dilaksanakan untuk melakukan penilaian validitas serta reliabilitas melalui *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*.

a. Validitas Konvergen

Dalam pengujian validitas, diberlakukan evaluasi melalui ketiga tahap yakni dengan meninjau *outer loadings*, *composite reliability* serta *Average Variance Extracted* (AVE). Tujuannya uji ini yaitu mengukur sesuai atau tidak indikator yang mengukur variabel sekaligus konsep secara teoritisnya mampu memberikan penjelasan keragaman indikator pada per variabelnya. Nilai *loading factor* minimum dalam *outer loadings* yang bisa diterima yaitu sebesar $> 0,5$. Nilai ini kemudian menunjukkan sebesar apa hubungan indikator terhadap variabel laten. Dapat disaksikan untuk hasil *loading factor* perindikator tersaji kebentuk diagram jalur di tabel 5.8.

Tabel 5.8 Validitas Konvergen

Var	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Y
X1.1	0.891							
X1.2	0.894							
X1.3	0.866							
X1.4	0.894							
X1.5	0.890							
X2.1		0.894						
X2.2		0.887						
X2.3		0.883						
X2.4		0.900						
X3.1			0.884					
X3.2			0.904					
X3.3			0.892					
X3.4			0.905					
X4.1				0.890				
X4.2				0.896				
X4.3				0.891				
X4.4				0.872				
X5.1					0.912			
X5.2					0.901			
X5.3					0.899			
X5.4					0.897			
X6.1						0.904		
X6.2						0.925		
X6.3						0.904		
X7.1							0.915	
X7.2							0.913	
X7.3							0.895	
Y.1								0.886
Y.2								0.892
Y.3								0.894
Y.4								0.900

Loading factor dalam setiap indikatornya yang bisa diliha pada Tabel 5.8 telah lebih tinggi daripada standar nilai yang dibutuhkan, maka tidak harus melakukan penghapusan indikator dalam pemodelannya. Nilai tersebut bisa dilihat melalui besar nilai yang diarahkan melalui refleksi atas variabel di tiap-tiap indikatornya. Bila pengujian validitas menggunakan *outer loadings* sudah

dipenuhi, model ukuran bisa dilakukan pengujiannya ke tahap selanjutnya. Pengujian lebih lanjut merupakan upaya perhitungan reliabilitas dari indikatornya. Pengukuran taraf reliabilitas dinilai dari *composite reliability* serta AVE. *Composite reliability* pada Tabel diatas menjelaskan bahwasanya hasil di setiap konstruknya sudah melebihi nilai 0,5. perihal tersebut menjelaskan

Selanjutnya pengujian validitas konstruk dilakukan untuk mengetahui seberapa besar indikator-indikator dalam setiap variabel mampu menjelaskan variabel tersebut secara keseluruhan. Salah satu ukuran yang digunakan adalah Average Variance Extracted (AVE). Nilai AVE dikatakan valid apabila bernilai lebih dari 0.50, yang berarti lebih dari 50% varians indikator dapat dijelaskan oleh variabel konstruknya. Berikut ini adalah hasil nilai AVE dari masing-masing variabel yang dapat dilihat pada tabel 5.9.

Tabel 5.9 Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average variance extracted (AVE)
X1.Efficiency	0.787
X2.System Availability	0.794
X3.Fulfillment	0.803
X4.Privacy	0.787
X5.Responsiveness	0.814
X6.Compesation	0.830
X7.Contact	0.824
Y.Customer Satisfaction	0.798

Pada Tabel 5.9 Pengujian terhadap nilai AVE telah memperlihatkan bahwasanya setiap konstruk yang terdapat pada model memiliki penilaian reliabilitas yang baik. Perihal tersebut bisa disaksikan melalui nilai AVE dalam tiap-tiap konstruknya yang bisa menjadi lebih tinggi daripada 0,5. Selesai dari pengujian *convergent validity* jika lolos kemudian dilakukan uji di tahapan

berikutnya, yakni pengujian diskriminan.

b. Validitas Diskriminan

Pengujian *discriminant validity* bisa dilaksanakan dengan memeriksa *cross loading* karena didalamnya terdapat nilai koefisien korelasi indikator kepada konstruk asosiasinya dibanding pada koefisien korelasi terhadap konstruk lainnya. Ditekankan nilai yang lebih pada Nilai koefisien korelasi indikator terhadap konstruk asosiasinya dibanding konstruk lainnya sebab nilai tersebut memberikan indikasi sesuai dengan sebuah indikator dalam memperjelas konstruk asosiasi dibanding menerangkan konstruk-konstruk lainnya. Hasil pengujian *discriminant validity* terhadap *cross loading* disajikan dalam Tabel 5.10.

Tabel 5.10 Cross Loading

VAR	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	Y
X1.1	0.891	0.812	0.821	0.811	0.803	0.776	0.800	0.793
X1.2	0.894	0.816	0.818	0.806	0.787	0.774	0.800	0.797
X1.3	0.866	0.823	0.796	0.789	0.772	0.741	0.783	0.776
X1.4	0.894	0.819	0.799	0.812	0.831	0.783	0.821	0.818
X1.5	0.890	0.835	0.824	0.801	0.825	0.778	0.807	0.819
X2.1	0.835	0.894	0.804	0.822	0.820	0.788	0.811	0.800
X2.2	0.820	0.887	0.819	0.814	0.807	0.776	0.811	0.806
X2.3	0.811	0.883	0.798	0.822	0.794	0.778	0.796	0.802
X2.4	0.834	0.900	0.828	0.807	0.796	0.758	0.802	0.783
X3.1	0.814	0.776	0.884	0.798	0.801	0.754	0.776	0.793
X3.2	0.829	0.835	0.904	0.821	0.794	0.801	0.816	0.815
X3.3	0.812	0.832	0.892	0.832	0.808	0.826	0.823	0.834
X3.4	0.827	0.822	0.905	0.823	0.802	0.809	0.810	0.824
X4.1	0.831	0.849	0.826	0.890	0.823	0.812	0.829	0.832
X4.2	0.781	0.806	0.810	0.896	0.827	0.819	0.820	0.829
X4.3	0.801	0.805	0.808	0.891	0.785	0.789	0.798	0.816
X4.4	0.803	0.791	0.797	0.872	0.808	0.792	0.793	0.818
X5.1	0.808	0.810	0.810	0.829	0.912	0.830	0.834	0.823
X5.2	0.814	0.809	0.819	0.831	0.901	0.806	0.820	0.829
X5.3	0.839	0.829	0.797	0.820	0.899	0.799	0.825	0.831

X5.4	0.811	0.809	0.800	0.818	0.897	0.791	0.841	0.832
X6.1	0.786	0.781	0.802	0.819	0.821	0.904	0.820	0.815
X6.2	0.795	0.779	0.806	0.830	0.802	0.925	0.848	0.832
X6.3	0.794	0.817	0.826	0.826	0.820	0.904	0.832	0.828
X7.1	0.850	0.836	0.827	0.836	0.836	0.834	0.915	0.846
X7.2	0.826	0.821	0.835	0.841	0.837	0.835	0.913	0.833
X7.3	0.787	0.803	0.788	0.809	0.833	0.822	0.895	0.817
Y.1	0.809	0.797	0.803	0.824	0.820	0.789	0.805	0.886
Y.2	0.809	0.785	0.810	0.817	0.796	0.807	0.819	0.892
Y.3	0.798	0.818	0.835	0.856	0.834	0.822	0.826	0.894
Y.4	0.810	0.798	0.807	0.820	0.831	0.818	0.825	0.900

Berlandaskan pada keterangan Tabel 5.10 bahwasanya nilai korelasi konstruk dengan indikator miliknya melebihi nilai korelasi dengan konstruk yang lain. Sehingga seluruh konstruk ataupun variabel laten telah mempunyai *discriminant validity* yang baik, yakni indikator dalam blok indikator konstruk tadi lebih baik dari indikator pada blok yang lain. Berdasarkan Tabel diatas didapatkan bahwa dominan memiliki nilai yang lebih besar dari nilai korelasi dengan konstruk yang lain.

5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana indikator-indikator dalam setiap variabel mampu memberikan hasil yang konsisten dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan dua ukuran utama, yaitu Composite Reliability (CR) dan Cronbach's Alpha. Suatu konstruk dikatakan reliabel jika memiliki nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,70. Nilai ini menunjukkan bahwa indikator dalam masing-masing variabel telah memiliki tingkat konsistensi internal

yang baik. Berikut ini disajikan hasil pengujian reliabilitas dari setiap variabel yang dapat dilihat pada tabel 5.11.

Tabel 5.11 Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_c)
X1.Efficiency	0.932	0.949
X2.System Availability	0.914	0.939
X3.Fulfillment	0.918	0.942
X4.Privacy	0.910	0.937
X5.Responsiveness	0.924	0.946
X6.Compensation	0.898	0.936
X7.Contact	0.893	0.934
Y.Customer Satisfaction	0.915	0.940

Hasil pengujian pada Tabel 5.11 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0.7 dan nilai Composite Reliability (rho_c) juga di atas 0.7. Hal ini berarti bahwa seluruh variabel dalam model memenuhi kriteria reliabilitas yang baik. Dengan kata lain, seluruh indikator dalam masing-masing variabel mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara konsisten dan dapat diandalkan.

5.2.3 Uji R-Square (R^2)

Uji R-Square (R^2) digunakan untuk melihat seberapa besar kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, nilai R-Square menunjukkan seberapa besar kontribusi variabel-variabel independen dalam memengaruhi dependen. Semakin tinggi nilai R-Square, semakin besar proporsi variabilitas kepuasan pengguna yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel tersebut. Berikut kriteria R Square yaitu :

- a. $R^2 = 0.00 - 0.19$: Model yang lemah, tidak banyak variasi yang dapat dijelaskan.
- b. $R^2 = 0.20 - 0.49$: Model sedang, ada pengaruh yang moderat dari variabel independen terhadap variabel dependen.
- c. $R^2 = 0.50 - 0.74$: Model yang baik, variabel independen dapat menjelaskan lebih dari 50% variasi dalam variabel dependen.
- d. $R^2 = 0.75 - 1.00$: Model sangat baik, model mampu menjelaskan sebagian besar variasi dalam variabel dependen.

Tabel 5.11 R-Square (R^2)

Variabel	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Pengguna	0.910	0.909

Berdasarkan hasil pada Tabel 5.11, diperoleh nilai R-Square sebesar 0.910 dan R-Square Adjusted sebesar 0.909 untuk variabel dependen. Artinya, sekitar 90.9% variasi dalam kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel-variabel independen, sedangkan sisanya sebesar 9.1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model. Nilai ini termasuk dalam kategori sangat baik, karena telah melewati ambang batas minimum yang umum digunakan dalam penelitian sosial yaitu 0.75. Dengan demikian, model ini memiliki kemampuan penjelasan yang kuat terhadap kepuasan pengguna.

5.2.4 Uji Goodness of Fit (GoF)

Uji Goodness of Fit (GoF) digunakan untuk mengevaluasi sejauh mana keseluruhan model struktural yang dibangun dapat merepresentasikan data dengan

baik. Salah satu indikator yang umum digunakan dalam SmartPLS untuk menilai kecocokan model secara keseluruhan adalah Standardized Root Mean Square Residual (SRMR). Nilai SRMR yang lebih kecil dari 0,08 menunjukkan bahwa model memiliki tingkat kecocokan yang baik terhadap data yang digunakan yang dapat dilihat pada tabel 5.12.

Tabel 5.12 Goodness of Fit (GoF)

Kriteria	Saturated model	Estimated model	Keterangan
SRMR	0.028	0.028	Kecocokan model secara keseluruhan (model fit)

Berdasarkan hasil yang ditampilkan pada Tabel 5.12, nilai SRMR baik pada saturated model maupun estimated model adalah sebesar 0.028, yang berada di bawah ambang batas 0.08. Hal ini menunjukkan bahwa model penelitian ini memiliki kecocokan model (model fit) yang baik secara keseluruhan. Dengan kata lain, struktur model yang dibangun sudah mampu menggambarkan hubungan antar variabel secara layak dan representatif terhadap data yang dikumpulkan.

5.2.5 Uji F² (Effect Size)

F² (Effect Size) dalam Smart PLS digunakan untuk mengukur besar efek atau pengaruh suatu variabel independen terhadap variabel dependen dalam model struktural. F² mengukur perubahan dalam nilai R² ketika satu konstruk (variabel independen) dihilangkan dari model, memberikan gambaran seberapa besar kontribusinya terhadap penjelasan varians dalam variabel dependen. Kriteria F² (Effect Size) dalam Smart PLS:

- a. $F^2 < 0.02$: Efek Kecil (Small Effect)

Variabel independen memberikan pengaruh yang sangat kecil terhadap variasi dalam variabel dependen. Artinya, variabel independen tersebut tidak memiliki kontribusi yang berarti dalam menjelaskan variabel dependen.

- b. $0.02 \leq F^2 < 0.15$: Efek Sedang (Medium Effect)

Variabel independen memberikan pengaruh moderat terhadap variabel dependen. Kontribusinya cukup signifikan tetapi tidak dominan, dan bisa dipertimbangkan sebagai pengaruh yang layak dalam model.

- a. $F^2 \geq 0.15$: Efek Besar (Large Effect)

Variabel independen memberikan pengaruh yang kuat atau besar terhadap variasi dalam variabel dependen. Variabel independen ini sangat penting dalam menjelaskan variasi dalam variabel dependen dan memiliki pengaruh yang signifikan dalam model.

Tabel 5.13 F^2 (Effect Size)

Variabel	f-square
X1.Efficiency -> Y.Customer Satisfaction	0.009
X2.System Availability -> Y.Customer Satisfaction	0.001
X3.Fulfillment -> Y.Customer Satisfaction	0.033
X4.Privacy -> Y.Customer Satisfaction	0.083
X5.Responsiveness -> Y.Customer Satisfaction	0.049
X6.Compesation -> Y.Customer Satisfaction	0.028
X7.Contact -> Y.Customer Satisfaction	0.020

Berdasarkan Tabel 5.13, maka dapat dijelaskan :

1. Berdasarkan hasil pengujian F^2 (Effect Size), diketahui bahwa variabel *Efficiency* (X1) memiliki nilai f-square sebesar 0,009, yang berada di bawah 0,02, sehingga termasuk dalam kategori efek kecil (small effect). Hal ini

menunjukkan bahwa variabel *Efficiency* memberikan kontribusi yang sangat kecil terhadap variasi *Customer Satisfaction* (Y) dan tidak memiliki peran yang berarti dalam menjelaskan perubahan kepuasan pelanggan.

2. Variabel *System Availability* (X2) memiliki nilai f-square sebesar 0,001, yang juga berada pada kategori efek kecil. Nilai ini menunjukkan bahwa ketersediaan sistem hampir tidak memberikan kontribusi terhadap kepuasan pelanggan dalam model penelitian ini.
3. Selanjutnya, variabel *Fulfillment* (X3) memiliki nilai f-square sebesar 0,033, yang termasuk dalam kategori efek sedang (medium effect). Hal ini mengindikasikan bahwa *Fulfillment* memberikan pengaruh moderat terhadap *Customer Satisfaction*, sehingga variabel ini memiliki kontribusi yang cukup berarti meskipun tidak dominan.
4. Variabel *Privacy* (X4) menunjukkan nilai f-square sebesar 0,083, yang juga termasuk dalam kategori efek sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa perlindungan privasi memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan berperan dalam menjelaskan variasi *Customer Satisfaction*.
5. Variabel *Responsiveness* (X5) memiliki nilai f-square sebesar 0,049, yang berada dalam kategori efek sedang. Hal ini menandakan bahwa daya tanggap sistem atau layanan memberikan kontribusi yang cukup penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
6. Variabel *Compensation* (X6) memperoleh nilai f-square sebesar 0,028, yang termasuk dalam kategori efek sedang. Hasil ini menunjukkan bahwa

kompensasi yang diberikan memiliki pengaruh moderat terhadap kepuasan pelanggan dan layak dipertimbangkan dalam model penelitian.

7. Terakhir, variabel *Contact* (X7) memiliki nilai f-square sebesar 0,020, yang berada tepat pada batas bawah kategori efek sedang. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan kontak atau komunikasi memberikan pengaruh yang relatif kecil namun tetap memiliki kontribusi terhadap *Customer Satisfaction*.

5.2.6 Uji Path Coefficients (Uji Hipotesis)

Pengujian path coefficients bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini semua variabel independen mempengaruhi secara parsial terhadap variabel dependennya adalah Y. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai T statistics dan P values. Suatu pengaruh dianggap signifikan nilai $T > 1,96$ dan $P \text{ value} < 0,05$ yang dapat dilihat pada tabel 5.14.

Tabel 5.14 Path Coefficients (Uji Hipotesis)

Variabel	T statistics	P values
X1.Efficiency -> Y.Customer Satisfaction	1.451	0.147
X2.System Availability -> Y.Customer Satisfaction	0.485	0.628
X3.Fulfillment -> Y.Customer Satisfaction	2.647	0.008
X4.Privacy -> Y.Customer Satisfaction	4.188	0.000
X5.Responsiveness -> Y.Customer Satisfaction	2.445	0.015
X6.Compesation -> Y.Customer Satisfaction	2.591	0.010
X7.Contact -> Y.Customer Satisfaction	2.213	0.027

Berdasarkan Tabel 5.14, hasil uji Path Coefficients (Uji Hipotesis) pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa variabel *Fulfillment* (X3), *Privacy* (X4), *Responsiveness* (X5), *Compensation* (X6), dan *Contact* (X7) memiliki nilai T

statistics > 1,96 serta P values < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa kelima variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* (Y). Sementara itu, variabel *Efficiency* (X1) dan *System Availability* (X2) memiliki nilai T statistics < 1,96 serta P values > 0,05, yang menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh *Fulfillment*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Compensation*, dan *Contact* terhadap *Customer Satisfaction* dapat diterima, sedangkan hipotesis pengaruh *Efficiency* dan *System Availability* terhadap *Customer Satisfaction* ditolak.

5.3 KESIMPULAN UJI HIPOTESIS

Pengujian path coefficients bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini semua variabel independen X1 dan X2 melalui Z, sedangkan variabel dependennya adalah Y. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai T statistics dan P values. Suatu pengaruh dianggap signifikan nilai T > 1,96 dan P value < 0,05 yang dapat dilihat pada tabel 5.15.

Tabel 5.15 Kesimpulan Uji Hipotesis

Hipotesis	Hubungan Variabel	Keterangan
H1	X1.Efficiency -> Y.Customer Satisfaction	Ditolak
H2	X2.System Availability -> Y.Customer Satisfaction	Ditolak
H3	X3.Fulfillment -> Y.Customer Satisfaction	Diterima
H4	X4.Privacy -> Y.Customer Satisfaction	Diterima
H5	X5.Responsiveness -> Y.Customer Satisfaction	Diterima
H6	X6.Compesation -> Y.Customer Satisfaction	Diterima
H7	X7.Contact -> Y.Customer Satisfaction	Diterima

Berdasarkan Tabel 5.15, berdasarkan tabel hasil pengujian hipotesis, dapat diketahui bahwa dari total 7 hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, terdapat 5 hipotesis yang diterima dan 2 hipotesis yang ditolak. Hipotesis yang diterima meliputi H3 (*Fulfillment*), H4 (*Privacy*), H5 (*Responsiveness*), H6 (*Compensation*), dan H7 (*Contact*), yang menunjukkan bahwa kelima variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction*. Sementara itu, H1 (*Efficiency*) dan H2 (*System Availability*) ditolak, yang berarti kedua variabel tersebut tidak terbukti memberikan pengaruh signifikan terhadap *Customer Satisfaction* dalam model penelitian ini. Hasil ini mengindikasikan bahwa kepuasan pelanggan lebih dipengaruhi oleh aspek pemenuhan layanan, privasi, daya tanggap, kompensasi, dan kemudahan kontak dibandingkan dengan efisiensi dan ketersediaan sistem.

5.4 PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan menggunakan metode E-Servqual dengan pendekatan SmartPLS, diketahui bahwa kepuasan pengguna aplikasi *Apple Music* dipengaruhi oleh beberapa dimensi kualitas layanan elektronik. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa tidak seluruh variabel E-Servqual memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sehingga perlu dilakukan pembahasan lebih lanjut untuk menjelaskan peran masing-masing variabel dalam membentuk kepuasan pengguna aplikasi *Apple Music*.

Pembahasan ini bertujuan untuk menginterpretasikan hasil pengujian hipotesis berdasarkan nilai Path Coefficients, T-statistics, dan P-values, serta mengaitkannya dengan kondisi nyata penggunaan aplikasi *Apple Music*. Dengan demikian, pembahasan ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam

mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna dalam konteks layanan Music digital berbasis aplikasi.

5.4.1 Pengaruh Efisiensi (*Efficiency*) Terhadap Kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel *Efficiency* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Apple Music*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai T-statistics yang lebih kecil dari 1,96 dan nilai P-values yang lebih besar dari 0,05, sehingga hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh efisiensi terhadap kepuasan pengguna dinyatakan ditolak.

Hasil ini mengindikasikan bahwa kemudahan penggunaan, kecepatan akses, dan efisiensi navigasi aplikasi *Apple Music* belum menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Hal ini dapat disebabkan karena pengguna telah terbiasa dengan antarmuka aplikasi Music digital yang relatif seragam, sehingga efisiensi dianggap sebagai kebutuhan dasar yang tidak lagi memberikan nilai tambah terhadap kepuasan.

5.4.2 Pengaruh Ketersediaan Sistem (*System Availability*) Terhadap Kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction*)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *System Availability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Apple Music*. Nilai T-statistics yang rendah serta P-values yang melebihi batas signifikansi menunjukkan bahwa hipotesis ini ditolak.

Hal ini menunjukkan bahwa stabilitas sistem, minimnya gangguan teknis, serta ketersediaan layanan aplikasi *Apple Music* belum secara langsung memengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Pengguna cenderung menganggap ketersediaan sistem sebagai hal yang sudah seharusnya ada, sehingga faktor ini tidak lagi menjadi pertimbangan utama dalam menilai kepuasan terhadap layanan.

5.4.3 Pengaruh Pemenuhan (*Fulfillment*) Terhadap Kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel ***Fulfillment*** berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Apple Music*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai T-statistics yang lebih besar dari 1,96 dan P-values yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis diterima.

Hasil ini menunjukkan bahwa kemampuan *Apple Music* dalam memenuhi harapan pengguna, seperti kelengkapan katalog lagu, kualitas audio, serta kesesuaian fitur dengan kebutuhan pengguna, berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Semakin baik tingkat pemenuhan layanan yang dirasakan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi *Apple Music*.

5.4.4 Pengaruh Privasi (*Privacy*) Terhadap Kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction*)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel ***Privacy*** memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Apple Music*. Nilai T-statistics yang tinggi dan P-values yang sangat kecil mengindikasikan bahwa hipotesis ini

diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa perlindungan data pribadi, keamanan informasi pengguna, serta kepercayaan terhadap pengelolaan data oleh *Apple Music* menjadi faktor penting dalam membentuk kepuasan pengguna. Pengguna merasa lebih puas ketika aplikasi mampu menjamin privasi dan keamanan data mereka secara optimal.

5.4.5 Pengaruh Tanggap (*Responsiveness*) Terhadap Kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel ***Responsiveness*** berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Apple Music*. Hal ini dibuktikan dengan nilai T-statistics yang melebihi batas minimum dan P-values yang berada di bawah 0,05.

Hasil ini menunjukkan bahwa kecepatan respon layanan, baik dalam penanganan masalah, pembaruan fitur, maupun respon terhadap kebutuhan pengguna, berkontribusi positif terhadap kepuasan pengguna. Respons yang cepat dan tepat meningkatkan persepsi kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna.

5.4.6 Pengaruh Kompensasi (*Compensation*) Terhadap Kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel ***Compensation*** berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Apple Music*. Hal ini terlihat dari nilai T-statistics dan P-values yang memenuhi kriteria penerimaan hipotesis.

Temuan ini mengindikasikan bahwa bentuk kompensasi yang diberikan,

seperti perpanjangan masa langganan, potongan harga, atau bentuk kompensasi lainnya ketika terjadi gangguan layanan, mampu meningkatkan kepuasan pengguna. Pengguna merasa dihargai ketika penyedia layanan memberikan solusi atas ketidaknyamanan yang dialami.

5.4.7 Pengaruh Kontak (*Contact*) Terhadap Kepuasan pengguna (*Customer Satisfaction*)

Berdasarkan hasil uji hipotesis, variabel *Contact* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Apple Music*. Nilai T-statistics yang lebih besar dari 1,96 serta P-values yang lebih kecil dari 0,05 menunjukkan bahwa hipotesis diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan pengguna dalam menghubungi pihak penyedia layanan, seperti layanan bantuan, pusat informasi, atau dukungan pelanggan, berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Akses komunikasi yang mudah memberikan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi *Apple Music*.

5.5 REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, rekomendasi disusun sebagai bentuk saran perbaikan dan pengembangan layanan aplikasi *Apple Music* guna meningkatkan kepuasan pengguna. Rekomendasi ini difokuskan pada variabel-variabel yang terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna berdasarkan hasil uji hipotesis, yaitu *Fulfillment*, *Privacy*,

Responsiveness, *Compensation*, dan *Contact*. Dengan memperhatikan aspek-aspek tersebut, diharapkan pihak penyedia layanan dapat meningkatkan kualitas layanan elektronik secara berkelanjutan serta mempertahankan tingkat kepuasan pengguna aplikasi *Apple Music*. Adapun rekomendasinya yaitu :

1. Rekomendasi untuk Variabel *Fulfillment* (Pemenuhan)

Apple Music disarankan untuk terus meningkatkan kemampuan pemenuhan layanan dengan memastikan kelengkapan katalog lagu, ketepatan rekomendasi Music, serta konsistensi kualitas audio yang ditawarkan. Selain itu, pengembangan fitur personalisasi berbasis preferensi pengguna perlu dioptimalkan agar layanan yang diberikan semakin sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna, sehingga kepuasan pengguna dapat terus meningkat.

2. Rekomendasi untuk Variabel *Privacy* (Privasi)

Apple Music disarankan untuk mempertahankan dan meningkatkan sistem perlindungan data pribadi pengguna dengan menerapkan kebijakan privasi yang transparan serta teknologi keamanan data yang mutakhir. Edukasi kepada pengguna terkait pengelolaan dan perlindungan data pribadi juga perlu ditingkatkan agar kepercayaan pengguna terhadap aplikasi tetap terjaga dan berdampak positif pada kepuasan pengguna.

3. Rekomendasi untuk Variabel *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Apple Music disarankan untuk meningkatkan kecepatan dan ketepatan respon terhadap keluhan, pertanyaan, serta permasalahan yang dialami pengguna. Optimalisasi layanan bantuan dan pembaruan sistem secara berkala akan membantu meningkatkan persepsi pengguna terhadap kualitas layanan,

sehingga kepuasan pengguna dapat terjaga dengan baik.

4. Rekomendasi untuk Variabel *Compensation* (Kompensasi)

Apple Music disarankan untuk menyediakan mekanisme kompensasi yang jelas dan adil bagi pengguna ketika terjadi gangguan layanan, seperti gangguan akses atau kesalahan sistem. Bentuk kompensasi dapat berupa perpanjangan masa berlangganan, diskon, atau keuntungan lain yang relevan, sehingga pengguna merasa dihargai dan tetap memiliki persepsi positif terhadap layanan.

5. Rekomendasi untuk Variabel *Contact* (Kontak)

Apple Music disarankan untuk meningkatkan kemudahan akses komunikasi antara pengguna dan penyedia layanan dengan menyediakan berbagai saluran kontak yang responsif, seperti layanan pelanggan berbasis aplikasi atau pusat bantuan yang informatif. Kemudahan dalam menghubungi pihak *Apple Music* akan meningkatkan rasa aman dan kepercayaan pengguna, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan kepuasan pengguna.