

## BAB IV

### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada pengguna *e-commerce B2C* dan *C2C* di Kota Semarang. Gambaran umum responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan, dan situs yang digunakan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden**

| No. | Keterangan     | Jumlah (orang) | %     |
|-----|----------------|----------------|-------|
| 1.  | Jenis Kelamin: |                |       |
|     | a. Laki-laki   | 100            | 66,7% |
|     | b. Perempuan   | 50             | 33,3% |
|     | TOTAL:         | 150            | 100%  |

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan data yang didapat dari hasil pembagian kuesioner kepada responden pada tabel tersebut diketahui bahwa responden pada penelitian mayoritas berjenis kelamin laki-laki berjumlah 100 orang (66,7%) dan sisanya 50 orang atau 33,3% adalah perempuan. Banyaknya responden laki-laki pada penelitian ini karena laki-laki lebih simpel saat berbelanja online. Ketika mereka melihat ada barang yang diperlukan atau disukai langsung klik dan beli. Sedangkan perempuan ketika akan memutuskan belanja online pun masih 'berputar-putar' mengecek harga

dan informasi di situs-situs lainnya atau di penjual lainnya sampai akhirnya memutuskan untuk membeli.

**Tabel 4.2. Usia Responden**

| No. | Keterangan          | Jumlah (orang) | %     |
|-----|---------------------|----------------|-------|
| 2.  | Usia:               |                |       |
|     | a. 21-30 Tahun      | 29             | 19,3% |
|     | b. 31-40 Tahun      | 106            | 70,7% |
|     | c. 40 Tahun ke Atas | 15             | 10%   |
|     | TOTAL:              | 150            | 100%  |

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Responden pada penelitian mayoritas berusia 31-40 tahun yaitu berjumlah 106 orang (70,7%), yang berusia 21-30 tahun berjumlah 29 orang (19,3%), dan sisanya berusia 40 tahun ke atas berjumlah 15 orang (10%). Mayoritas responden berusia 31-40 tahun karena rata-rata umur 31-40 tahun yang cenderung produktif dan lebih mudah menerima digital dan memiliki kebutuhan lebih dibandingkan dengan anak remaja yang berbelanja hanya untuk kesenangannya sendiri misalnya *make up* atau *fashion*.

**Tabel 4.3. Pendidikan Responden**

| No. | Keterangan  | Jumlah (orang) | %     |
|-----|-------------|----------------|-------|
| 3.  | Pendidikan: |                |       |
|     | a. <SLTA    | 32             | 21,3% |
|     | b. D3       | 28             | 18,7% |
|     | c. S1       | 82             | 54,7% |
|     | d. S2       | 8              | 5,3%  |
|     | TOTAL:      | 150            | 100%  |

Berdasarkan pada tabel 4.3 diketahui bahwa responden pada penelitian mayoritas berpendidikan S1 yaitu berjumlah 82 orang (54,7%), berpendidikan D3 berjumlah 28 orang (18,7%), berpendidikan S2 berjumlah 8 orang (5,3%), dan sisanya berpendidikan <SLTA berjumlah 32 orang (21,3%). Mayoritas responden berpendidikan S1 karena dengan ilmu yang dimiliki, mereka lebih cepat tanggap dalam menjalankan aplikasi *online shopping* dibandingkan dengan responden berpendidikan SMA atau dibawahnya.

**Tabel 4.4. e-commerce**

| No | Keterangan | Jumlah (orang) | %     |
|----|------------|----------------|-------|
| 4. | a. B2C     | 70             | 47%   |
|    | b. C2C     | 80             | 53%   |
|    | Total      | 150            | 100 % |

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel 4.4 diketahui bahwa responden pada penelitian yang menggunakan B2C yaitu 70 orang (47%) dan sisanya menggunakan C2C berjumlah 80 orang (53%). Banyaknya responden menggunakan C2C karena harga yang ditawarkan dalam situs C2C lebih murah ketimbang B2C. Karena dalam situs C2C semua orang dapat menjual barangnya secara online pada situs tersebut, baik barang yang masih baru ataupun yang sudah bekas sekalipun, sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan harga terhadap produk yang akan dibelinya.

**Tabel 4.5. Situs B2C yang digunakan**

|    | Keterangan    | Jumlah<br>(orang) | %     |
|----|---------------|-------------------|-------|
| 5. | Berrybenka    | 9                 | 12,9% |
|    | JD.id         | 13                | 18,6% |
|    | Matahari Mall | 24                | 34,3% |
|    | Sale Stock    | 12                | 17,1% |
|    | Zalora        | 12                | 17,1% |
|    | Total         | 70                | 100%  |

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel 4.5 diketahui bahwa responden pada penelitian mayoritas menggunakan situs Matahari Mall yaitu 24 orang (34,4%). Banyaknya responden menggunakan situs Matahari Mall karena Matahari Mall sering memberikan diskon dan mempunyai dua sistem pengiriman barang, dikirim ke alamat langsung atau diambil di toko atau sistem *eLocker*. Sistem ini disebut juga dengan istilah O2O alias *Online-to-Offline* dan *Offline-to-Online*. Sistem ini memungkinkan para customer untuk membayar, mengambil dan mengembalikan produk di ratusan cabang Matahari Department Store di seluruh Indonesia.

**Tabel 4.6. Situs C2C yang digunakan**

| Keterangan |           | Jumlah<br>(orang) | Percent |
|------------|-----------|-------------------|---------|
| 6.         | Bukalapak | 5                 | 6,3%    |
|            | Elevenia  | 6                 | 7,5%    |
|            | Lazada    | 14                | 17,5%   |
|            | OLX.com   | 15                | 18,8%   |
|            | Shopee    | 27                | 33,8%   |
|            | Tokopedia | 9                 | 11,3%   |
|            | Zilingo   | 4                 | 5%      |
|            | Total     | 80                | 100%    |

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan pada tabel 4.6 diketahui bahwa responden pada penelitian mayoritas menggunakan situs Shopee yaitu 27 orang (33,8%). Banyaknya responden menggunakan situs Shopee karena Shopee memberikan kemudahan bagi penjual untuk mengunggah foto barang dagangan mereka hingga 9 foto. Sehingga pembeli bisa melihat lebih jelas tentang barang yang akan dia beli dan ada semacam fitur pemberitahuan tentang pembayaran sampai dengan penyelesaian transaksi. Sehingga, memudahkan penjual dan pembeli dalam mengecek transaksi jual beli online mereka. Pengguna Shopee akan melihat fitur khusus barang yang diblokir ketika ada masalah dengan barang yang akan dijual. Shopee memberi kemudahan bagi produk yang memiliki varian motif, warna hingga ukuran dan Shopee tidak memiliki batasan pada produk yang akan dijual.

**Tabel 4.7. Crosstab Jenis Kelamin dengan Mean Variabel**

| Gender |                | Kualitas Informasi | Kualitas Sistem | Kualitas Layanan | Kepuasan Pengguna |
|--------|----------------|--------------------|-----------------|------------------|-------------------|
| Pria   | Mean           | 3,7852             | 3,9260          | 3,7353           | 3,8243            |
|        | N              | 100                | 100             | 100              | 100               |
|        | Std. Deviation | ,56137             | ,45073          | ,59984           | ,53023            |
| Wanita | Mean           | 3,7326             | 3,9080          | 3,5050           | 3,5116            |
|        | N              | 50                 | 50              | 50               | 50                |
|        | Std. Deviation | ,62330             | ,45662          | ,67949           | ,59014            |
| Total  | Mean           | 3,7677             | 3,9200          | 3,6585           | 3,7201            |
|        | N              | 150                | 150             | 150              | 150               |
|        | Std. Deviation | ,58118             | ,45125          | ,63464           | ,56851            |

Berdasarkan pada tabel diatas diketahui bahwa nilai mean untuk variabel kualitas informasi pada pria lebih tinggi daripada wanita yaitu sebesar 3,7852. Untuk variabel kualitas sistem nilai mean pria lebih tinggi daripada wanita yaitu sebesar 3,9260. Pada variabel kualitas layanan mean untuk pria sebesar 3,7353 lebih tinggi daripada wanita yaitu 3,5050 dan untuk variabel kepuasan pengguna nilai mean pria lebih tinggi yaitu sebesar 3,8243 daripada wanita yaitu 3,5116.

## 4.2 Hasil Validitas dan Reliabilitas

Pengujian pertama untuk uji validitas dilakukan untuk menguji variabel kualitas informasi:

**Tabel 4.7. Hasil Pengujian Kualitas Informasi**

| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| X1         | 0,721    | 0,159   | Valid      |
| X2         | 0,404    | 0,159   | Valid      |
| X3         | 0,677    | 0,159   | Valid      |
| X4         | 0,521    | 0,159   | Valid      |
| X5         | 0,553    | 0,159   | Valid      |
| X6         | 0,649    | 0,159   | Valid      |
| X7         | 0,501    | 0,159   | Valid      |
| X8         | 0,339    | 0,159   | Valid      |

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Dilihat dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel kualitas informasi adalah valid. Kemudian adalah hasil pengujian validitas untuk variabel kualitas sistem:

**Tabel 4.8. Hasil Pengujian Kualitas Sistem**

| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| X1         | 0,399    | 0,159   | Valid      |
| X2         | 0,294    | 0,159   | Valid      |
| X3         | 0,256    | 0,159   | Valid      |
| X4         | 0,531    | 0,159   | Valid      |
| X5         | 0,534    | 0,159   | Valid      |
| X6         | 0,550    | 0,159   | Valid      |
| X7         | 0,396    | 0,159   | Valid      |
| X8         | 0,362    | 0,159   | Valid      |
| X9         | 0,475    | 0,159   | Valid      |
| X10        | 0,386    | 0,159   | Valid      |

Dilihat dari tabel 4.8. diketahui bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel kualitas sistem ini dapat dikatakan valid. Kemudian berikutnya adalah hasil pengujian validitas untuk variabel kualitas layanan:

**Tabel 4.9. Hasil Pengujian Kualitas Layanan**

| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| X1         | 0,217    | 0,159   | Valid      |
| X2         | 0,643    | 0,159   | Valid      |
| X3         | 0,643    | 0,159   | Valid      |
| X4         | 0,750    | 0,159   | Valid      |
| X5         | 0,695    | 0,159   | Valid      |
| X6         | 0,665    | 0,159   | Valid      |
| X7         | 0,680    | 0,159   | Valid      |

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Dilihat dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel kualitas layanan adalah valid. Kemudian adalah hasil pengujian validitas untuk variabel kepuasan pengguna:

**Tabel 4.10. Hasil Pengujian Kepuasan Pengguna**

| Pertanyaan | r hitung | r tabel | Keterangan |
|------------|----------|---------|------------|
| X1         | 0,510    | 0,159   | Valid      |
| X2         | 0,436    | 0,159   | Valid      |
| X3         | 0,448    | 0,159   | Valid      |
| X4         | 0,606    | 0,159   | Valid      |
| X5         | 0,692    | 0,159   | Valid      |
| X6         | 0,582    | 0,159   | Valid      |
| X7         | 0,476    | 0,159   | Valid      |

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)



Dilihat dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel sehingga semua item pertanyaan untuk variabel kepuasan pengguna adalah valid.

**Tabel 4.11. Hasil Pengujian Reliabilitas Penelitian**

| Pertanyaan         | <i>Alpha Cronbach</i> | Keterangan |
|--------------------|-----------------------|------------|
| Kualitas Informasi | 0,825                 | Reliabel   |
| Kualitas Sistem    | 0,759                 | Reliabel   |
| Kualitas Layanan   | 0,854                 | Reliabel   |
| Kepuasan Pengguna  | 0,803                 | Reliabel   |

Sumber: Data Primer yang Diolah (2018)

Dilihat dari tabel 4.11. dapat diketahui bahwa untuk masing-masing variabel pada penelitian ini memiliki nilai yang lebih besar dari 0,6 sehingga dikatakan reliabel.

### 4.3 Uji Asumsi Klasik

#### 4.3.1 Uji Normalitas Data

**Tabel 4.12. Hasil Pengujian Kolmogorov-Smirnov**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                  |                | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N                                |                | 150                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup> | Mean           | ,000000                 |
|                                  | Std. Deviation | ,09751308               |
| Most Extreme Differences         | Absolute       | ,072                    |
|                                  | Positive       | ,066                    |
|                                  | Negative       | -,072                   |
| Test Statistic                   |                | ,072                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)           |                | ,055 <sup>c</sup>       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Dilihat dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai Asymp. Sig. untuk unstandardized residual pada penelitian ini adalah  $0,055 > 0,05$  sehingga dapat dikatakan data pada penelitian ini normal. Artinya distribusi data pada penelitian ini normal.

#### 4.3.2 Uji Multikolinearitas

Maka berdasarkan hasil pengujiannya adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.13. Hasil Pengujian Multikolinieritas**

| Model             | Collinearity Statistics |       |
|-------------------|-------------------------|-------|
|                   | Tolerance               | VIF   |
| 1 (Constant)      |                         |       |
| KualitasInformasi | ,563                    | 1,775 |
| KualitasSistem    | ,787                    | 1,270 |
| KualitasLayanan   | ,615                    | 1,626 |

a. Dependent Variable: KepuasanPengguna

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variable bebas memiliki nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan lebih kecil dari 10. Hasil pengujian model regresi tersebut menunjukkan tidak adanya gejala multikolinieritas dalam model regresi. Hal ini berarti bahwa semua variable tersebut layak digunakan sebagai prediktor.

### 4.3.3 Uji Heterokedastisitas

**Tabel 4.14. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

|       |                   | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model |                   | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1     | (Constant)        | ,124                        | ,038       |                           | 3,250 | ,001 |
|       | KualitasInformasi | -,031                       | ,043       | -,286                     | -,712 | ,478 |
|       | KualitasSistem    | -,001                       | ,077       | -,009                     | -,013 | ,989 |
|       | KualitasLayanan   | ,018                        | ,043       | ,161                      | ,427  | ,670 |

a. Dependent Variable: absres

Dilihat dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai pada masing-masing variabel independen memiliki nilai signifikansi  $> 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa data pada penelitian ini telah bebas dari heteroskedastisitas. Artinya data pada penelitian ini memiliki varians yang sama antara satu dengan lainnya.

## 4.4 Uji Hipotesis

### 4.4.1 Koefisien Determinasi

Dari pengujian analisis koefisien determinasi dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
Model Summary

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | ,731 <sup>a</sup> | ,535     | ,525              | 2,74103                    |

a. Predictors: (Constant), KualitasLayanan, KualitasSistem, KualitasInformasi

Tabel 4.15 diketahui bahwa diperoleh nilai *Adjusted R square* sebesar 0,525. Hasil ini berarti bahwa variabel independen mempengaruhi variable dependen sebesar 52,5% sedangkan sisanya sebesar 47,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

#### 4.4.2 Uji Statistik F

Uji statistik F menunjukkan apakah model regresi fit untuk diolah lebih lanjut. Uji ini melihat pengaruh variabel independen terhadap kepuasan pengguna (dependen).

**Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik F**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |     |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df  | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 1260,830       | 3   | 420,277     | 55,938 | ,000 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 1096,930       | 146 | 7,513       |        |                   |
|                    | Total      | 2357,760       | 149 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: KepuasanPengguna

b. Predictors: (Constant), KualitasLayanan, KualitasSistem, KualitasInformasi

Tabel 4.16 menunjukkan hasil pengujian statistik F, dimana diperoleh nilai F-hitung sebesar 55,938 dengan signifikansi 0,000. Oleh karena signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

#### 4.4.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji hipotesis menggunakan Uji t, dimana uji ini pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variable independen secara individual menerangkan variasi variable dependen. Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 4.17. Hasil Uji Statistik t Model (150 responden)**

| Model |                   | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|       |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)        | 4,651                       | 2,133      |                           | 2,181 | ,031 |
|       | KualitasInformasi | ,142                        | ,064       | ,167                      | 2,216 | ,028 |
|       | KualitasSistem    | ,110                        | ,057       | ,122                      | 1,911 | ,058 |
|       | KualitasLayanan   | ,499                        | ,064       | ,558                      | 7,751 | ,000 |

a. Dependent Variable: KepuasanPengguna

**Tabel 4.18. Hasil Uji Statistik t Model 2 (B2C)**

| Model |                   | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |       |      |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|       |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)        | ,988                        | 2,805      |                           | ,352  | ,726 |
|       | KualitasInformasi | ,226                        | ,080       | ,274                      | 2,815 | ,006 |
|       | KualitasSistem    | ,171                        | ,095       | ,170                      | 1,807 | ,075 |
|       | KualitasLayanan   | ,427                        | ,084       | ,494                      | 5,065 | ,000 |

a. Dependent Variable: KepuasanPengguna

**Tabel 4.19. Hasil Uji Statistik t Model 3 (C2C)**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model |                   | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|-------|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|       |                   | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1     | (Constant)        | 9,430                       | 3,537      |                           | 2,666 | ,009 |
|       | KualitasInformasi | ,029                        | ,100       | ,034                      | ,290  | ,773 |
|       | KualitasSistem    | ,099                        | ,075       | ,130                      | 1,318 | ,191 |
|       | KualitasLayanan   | ,482                        | ,106       | ,518                      | 4,551 | ,000 |

a. Dependent Variable: KepuasanPengguna

Sumber : Data primer yang diolah (2018)

**Hipotesis Pertama**

Nilai signifikansi untuk variabel kualitas informasi sebesar  $0.028 < 0.05$  dengan nilai koefisien beta  $+0,142$  yang artinya hipotesis pertama diterima pada level signifikansi 5%. Jadi ada pengaruh positif antara kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna.

**Hipotesis Kedua**

Nilai signifikansi untuk variabel kualitas sistem sebesar  $0.058 < 0.1$  dengan nilai koefisien beta  $+0,110$  yang artinya hipotesis kedua diterima pada level signifikansi 10%. Jadi ada pengaruh positif antara kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna.

**Hipotesis Ketiga**

Nilai signifikansi untuk variabel kualitas layanan sebesar sebesar  $0.000 < 0.05$  dengan nilai koefisien beta  $+0,499$  yang artinya hipotesis ketiga

diterima pada level signifikansi 5%. Jadi ada pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna.

#### 4.5 Uji Beda

**Tabel 4.20. Uji Beda T-test**

|                    | Mean   | Levene's Test for Equality of Variances |      | t-test for Equality of Means |         |                 |                 |          |                       |
|--------------------|--------|---|------|------------------------------|---------|-----------------|-----------------|----------|-----------------------|
|                    |        | F                                       | Sig. | t                            | df      | Sig. (2-tailed) | Mean Difference |          | Std. Error Difference |
|                    |        |   |      |                              |         |                 |                 |          |                       |
| Kualitas Informasi |        |   |      |                              |         |                 |                 |          |                       |
| - B2C              | 3.7411 | 9,607                                   | ,002 | - ,470                       | 148     | ,639            | - ,35893        | ,76304   | -1,86679              |
| - C2C              | 3.7917 |   |      | - ,461                       | 124,536 |                 | ,646            | - ,35893 | ,77890                |
| Kualitas Sistem    |        |   |      |                              |         |                 |                 |          |                       |
| - B2C              | 3.8596 | ,336                                    | ,563 | 1,162                        | 148     | ,247            | ,85714          | ,73766   | - ,60056              |
| - C2C              | 3.7804 |   |      | 1,158                        | 142,971 |                 | ,249            | ,85714   | ,74030                |
| Kualitas Layanan   |        |   |      |                              |         |                 |                 |          |                       |
| - B2C              | 3.8250 | 16,194                                  | ,000 | -2,237                       | 148     | ,027            | 1,60536         | ,71761   | -3,02345              |
| - C2C              | 3.9012 |   |      | -2,186                       | 121,239 |                 | ,031            | 1,60536  | ,73436                |
| Kepuasan Pengguna  |        |   |      |                              |         |                 |                 |          |                       |
| - B2C              | 3.8982 | 10,328                                  | ,002 | -2,723                       | 148     | ,007            | 1,73571         | ,63747   | -2,99542              |
| - C2C              | 3.9429 |   |      | -2,673                       | 127,148 |                 | ,009            | 1,73571  | ,64939                |

Sumber : Data Primer yang Diolah (2018)

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa kualitas informasi memiliki nilai signifikan  $0,002 < 0,005$ , artinya kualitas informasi pada B2C dan C2C memiliki perbedaan yang signifikan. Dilihat dari nilai t-test nilainya negatif, jadi dapat dikatakan bahwa B2C lebih rendah daripada C2C untuk kualitas informasi karena untuk C2C di dalam website pasti akan lebih memperhatikan kualitas informasi untuk menarik

konsumennya. Hal ini juga diperkuat dari nilai perbandingan mean atau rata-rata masing-masing kelompok yaitu nilai mean untuk kualitas informasi B2C lebih rendah daripada C2C yaitu 3.7411 lebih rendah daripada 3.7917.

Untuk variabel kualitas sistem memiliki nilai signifikansi  $0,563 > 0,005$ , artinya kualitas sistem pada B2C dan C2C tidak memiliki perbedaan. Tetapi, nilai t-test yang positif menunjukkan bahwa B2C lebih baik daripada C2C untuk kualitas sistem. Jadi menurut responden pada penelitian ini kualitas sistem yang ditawarkan oleh pihak B2C dan C2C sama saja dan tidak berbeda jauh karena sistemnya sama-sama berhubungan dengan internet. Hal ini juga diperkuat dari nilai perbandingan mean atau rata-rata masing-masing kelompok variabel kualitas sistem nilai mean untuk B2C sebesar 3.8596 lebih tinggi daripada kualitas sistem untuk C2C yaitu 3.7804.

Untuk variabel kualitas layanan memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,005$ , artinya kualitas layanan pada B2C dan C2C memiliki perbedaan. Dilihat dari nilai t-test nilainya negatif artinya B2C lebih rendah dalam hal kualitas layanan dibandingkan C2C, karena situs C2C lebih fokus dalam melayani pelanggan dan lebih *fast response*. Hal ini juga diperkuat dari nilai perbandingan mean atau rata-rata masing-masing kelompok variabel kualitas layanan B2C nilai mean sebesar 3.8250 lebih rendah daripada kelompok C2C yaitu sebesar 3.9012.



Sedangkan untuk kepuasan pengguna signifikansi  $0.000 < 0.05$  artinya ada perbedaan kepuasan pengguna B2C dan C2C. Dilihat dari nilai t-test nilainya negatif artinya C2C lebih baik daripada B2C dalam hal kepuasan pengguna, karena C2C lebih fokus dalam memperhatikan kepuasan penggunanya. Hal ini juga diperkuat dari nilai perbandingan mean atau rata-rata masing-masing kelompok yaitu variabel kepuasan pengguna kelompok B2C nilai mean nya sebesar 3.8981 lebih rendah daripada kelompok C2C yaitu sebesar 3.9429.

#### **4.6 Pembahasan**

##### **4.6.1 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna**

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas informasi sebesar  $0.028 < 0.05$  dengan nilai koefisien 0,142 yang artinya hipotesis pertama diterima pada level signifikansi 5%. Jadi ada pengaruh positif antara kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna.

Penelitian ini mengacu pada model yang dikemukakan oleh DeLone dan McLean (2003) dalam Jogiyanto (2007:154), untuk mengukur kualitas informasi pada *website e-commerce* masih menggunakan pengukuran konservatif, yaitu; ketepatan, relevan, mudah dipahami, lengkap, kekinian, kompetitif, memasukan penilaian-penilaian yang baru

juga, seperti; konten yang dinamis, konten yang subjektif, dan keberagaman informasi.

Hasil penelitian ini mendukung teori DeLone & McLean serta konsisten dengan penelitian yang dilakukan Prasajo (2015) dan Wibowo (2013) yang menyatakan bahwa kualitas informasi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliana, dkk (2016), yang menunjukkan bahwa kualitas informasi tidak mempengaruhi kepuasan pengguna, dan pada penelitian Djuhono, dkk (2015), menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, hal tersebut juga terjadi pada penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Pratolo (2012).

#### **4.6.2 Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Pengguna**

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas sistem sebesar  $0.058 < 0.1$  dengan nilai koefisien 0,110 yang artinya hipotesis kedua diterima pada level signifikansi 10%. Jadi ada pengaruh positif antara kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna

Penelitian ini berdasarkan pada teori yang dikemukakan oleh DeLone dan McLean (2003) dalam Jogiyanto (2007:152), yang menggunakan pengukuran kualitas sistem untuk *e-commerce* berupa kebermanfaatan, kebergunaan, kecepatan respon, kehandalan, fleksibilitas,

lama memuat, dan keinteraksian, kemudian DeLone dan McLean juga menambahkan kustomisasi, kemudahan navigasi, kerahasiaan, dan keamanan sebagai pengukuran kualitas sistem yang baru dibidang *e-commerce*, karena faktor keamanan telah menjadi hal yang penting untuk mengukur sebuah kualitas sistem informasi sebab siapapun dapat mengakses internet dengan sangat mudah.

Hasil penelitian ini mendukung teori DeLone & McLean dan konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasojo (2015) dan Wibowo (2013) yang menyatakan bahwa kualitas sistem memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Namun hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Djuhono, dkk (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, dan pada penelitian Yuliana, dkk (2016). Serta pada penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Pratolo (2012), yang menunjukkan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

#### **4.6.3 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna**

Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas layanan sebesar sebesar  $0.000 < 0.05$  dengan nilai koefisien 0,499 yang artinya hipotesis ketiga diterima pada level

signifikansi 5%. Jadi ada pengaruh positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna.

Penelitian ini menggunakan model DeLone dan McLean (2003) dalam Jogiyanto (2007:155), untuk mengukur kualitas layanan biasanya menggunakan pengukuran kecepatan tanggapan, asuransi, empati, kualitas layanan juga dapat dinilai dari kemampuannya untuk menjawab sejumlah pertanyaan yang ditanyakan oleh konsumen dan kemampuannya untuk melacak pesanan konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung teori DeLone dan McLean dan konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Prasajo (2015) dan Wibowo (2013) yang menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Namun hasil ini berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Djuhono, dkk (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas informasi tidak mempengaruhi kepuasan pengguna, dan pada penelitian Yuliana, dkk (2016). Serta pada penelitian yang dilakukan oleh Arifin dan Pratolo (2012), yang juga menunjukkan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.