

ISSN 2548-8368 (media online)

Jurnal
Media Informatika Budidarma

MIB
STMIK Budi Darma Journal

Diterbitkan Oleh :



STMIK Budi Darma Medan

Jl. Sisingamangaraja No.338 Simpang Limun Medan




Telp. 061-7875998

<http://www.stmik-budidarma.ac.id>

Jurnal Media Informatika Budidarma	Volume : 6 Nomor : 2	Halaman : 738 - 1281	Medan	ISSN 2548-8368 (media online)
---------------------------------------	-------------------------	-------------------------	-------	-------------------------------------

Forecasting Stok Sparepart Sepeda Motor Menggunakan Metode Double Exponential Smoothing(DES)

1191-1199 

-  **Gusrina Surianingsih** (STMIK Royal, Kisaran, Indonesia)
-  **Havid Syafwan** (STMIK Royal, Kisaran, Indonesia)
-  **Andy Sapta** (STMIK Royal, Kisaran, Indonesia)

DOI: 10.30865/mib.v6i2.4028 Abstract View 388 times

Penerapan Algoritma Adaboost Untuk Peningkatan Kinerja Klasifikasi Data Mining Pada Imbalance Dataset Diabetes

1200-1206 

-  **Nia Novianti** (Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia)
-  **Muhammad Zarlis** (Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia)
-  **Poltak Sihombing** (Universitas Sumatera Utara, Medan, Indonesia)

DOI: 10.30865/mib.v6i2.4017 Abstract View 535 times

Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan E-Commerce Jd.Id Menggunakan Metode E-Servqual


1207-1216 

-  **Rizka Septiana Putri** (Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Purwokerto, Indonesia)
-  **Sarah Astiti** (Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Purwokerto, Indonesia)
-  **Rona Nisa Sofia Amriza** (Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Purwokerto, Indonesia)

DOI: 10.30865/mib.v6i2.3893 Abstract View 570 times

Augmented Reality of Rasulullah SAW Traces in Receiving the Revelation of The Qur'an

1217-1223 

-  **Samsudin Samsudin** (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia)
-  **Ilka Zufria** (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia)
-  **Triase Triase** (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia)

DOI: 10.30865/mib.v6i2.3698 Abstract View 228 times


Penerapan Metode SMART untuk Rekomendasi Pencari Kerja Terbaik

1224-1233 

-  **Sukamto Sukamto** (Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia)
-  **Yanti Andriyani** (Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia)
-  **Chairia Oktaviani** (Universitas Riau, Pekanbaru, Indonesia)

DOI: 10.30865/mib.v6i2.3988 Abstract View 321 times

Analisis Sentimen terhadap Peluang Kerja di Indonesia selama Masa Pandemi COVID-19 dengan Metode Klasifikasi Naive Bayes

1234-1237 

-  **Mohammad Aldinugroho Abdullah** (Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia)
-  **Deni Mahdiana** (Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia)

DOI: 10.30865/mib.v6i2.3972 Abstract View 523 times

Pengukuran Pengalaman Pengguna Aplikasi Platform Pembelajaran dan Konferensi Video Menggunakan Framework UEQ+

-  **Angela Angela** (Universitas Mikroskil, Medan, Indonesia)
-  **Fandi Halim** (Universitas Mikroskil, Medan, Indonesia)
-  **Chatrine Sylvia** (Universitas Mikroskil, Medan, Indonesia)

DOI: 10.30865/mib.v6i2.3878 Abstract View 306 times



Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan E-Commerce Jd.Id Menggunakan Metode E-Servqual

Rizka Septiana Putri, Sarah Astiti, Rona Nisa Sofia Amriza*

Fakultas Informatika Sistem Informasi, Institut Teknologi Telkom Purwokerto, Purwokerto, Indonesia

E-mail: ¹18103025@ittelkom-pwt.ac.id, ²sarah@ittelkom-pwt.ac.id, ^{3,*}rona@ittelkom-pwt.ac.id

Email Penulis Korespondensi: rona@ittelkom-pwt.ac.id

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dimensi mana yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui dimensi layanan mana yang menjadi prioritas utama untuk diperbaiki dengan menggunakan metode E-Servqual. Metode E-servqual ialah metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang diberikan secara online. Dimensi E-servqual yang akan digunakan dalam penelitian ini yaitu system availability, fulfilment, efficiency, privacy, compensation, responsiveness, dan contact. Pengumpulan data pada penelitian ini dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan kriteria responden yaitu pengguna E-Commerce JD.ID. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel efficiency, system availability, compensation, dan responsiveness berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen JD.ID sedangkan variabel fulfilment, privacy, dan contact tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen JD.ID.

Kata Kunci: E-Commerce; E-Servqual; JD.ID; Kualitas Layanan

Abstract—This study aims to determine which dimensions have a significant effect on customer satisfaction and to find out which service dimensions are the main priority to be improved using the E-Servqual method. The E-servqual method is the method used to measure the quality of services provided online. The dimensions of E-servqual that will be used in this research are system availability, fulfillment, efficiency, privacy, compensation, responsiveness, and contact. Collecting data in this study by distributing questionnaires with the respondent's criteria, namely JD.ID E-Commerce users. The results of this study indicate that the variables of efficiency, system availability, compensation, and responsiveness have a significant effect on JD.ID consumer satisfaction while fulfillment, privacy, and contact variables have no significant effect on JD.ID consumer satisfaction.

Keywords: E-Commerce; E-Servqual; JD.ID; Service Quality

1. PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya internet yang semakin pesat, perkembangan bisnis online mengalami peningkatan setiap tahunnya hal tersebut didukung dengan adanya berbagai macam kemudahan yang diberikan bagi konsumen dan penjual [1]. Bisnis yang sedang populer saat ini di Indonesia yaitu penjualan barang secara elektronik dengan menggunakan media internet atau biasa disebut dengan *E-commerce*. Indonesia menduduki posisi pertama dengan pertumbuhan *E-commerce* tercepat [2]. Salah satu *E-commerce* yang ada di Indonesia yaitu JD.ID. JD.ID merupakan tempat belanja online yang termasuk dalam kategori *E-commerce* B2C. Akan tetapi masih terdapat beberapa kekurangan pada aplikasi dan pelayanan yang diberikan oleh JD.ID kepada konsumen yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penyebaran kuesioner pra penelitian kepada pengguna *E-Commerce* sebanyak 125 responden yang dilakukan sebagai data pendukung penelitian diperoleh data sebanyak 73,6% responden belum pernah berbelanja menggunakan aplikasi JD.ID dengan alasan paling dominan yaitu responden kurang familiar terhadap aplikasi JD.ID, tidak tertarik untuk menggunakan aplikasi JD.ID dan lebih nyaman menggunakan aplikasi *E-commerce* yang lain. Selain itu diperoleh juga data responden yang pernah berbelanja menggunakan aplikasi JD.ID yaitu sebesar 26,4%. Terdapat beberapa keluhan yang dirasakan oleh responden ketika berbelanja menggunakan aplikasi JD.ID seperti produk tidak sesuai dengan detail produk, proses pengiriman yang lama, proses *refund* yang bertele-tele, proses retur dipersulit serta layanan *customer service* yang kurang memuaskan. *E-commerce* merupakan sebuah situs *online* yang digunakan para pelaku bisnis sebagai media untuk menjual produknya dan konsumen dapat mencari produk yang diinginkan sesuai kebutuhan [3]. Dalam suatu bisnis, perusahaan akan memberikan berbagai macam pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen [4]. Kualitas Layanan digunakan sebagai tolak ukur untuk mengetahui apakah kualitas layanan yang diberikan telah sesuai dengan keinginan konsumen [5]. *E-Servqual* ialah salah satu model yang paling banyak dipakai dan sesuatu hal yang penting untuk mengetahui berhasil atau tidaknya suatu layanan *E-commerce* [6].

Penelitian mengenai kepuasan konsumen yang dilakukan oleh Rifa Izza Nurlita, Ari Kusyanti, dan Retno Indah Rokhmawati (2018) dengan judul “Analisis Kualitas Layanan Website id.oriflame.com Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan E-S-QUAL dan E-RecS-QUAL” menghasilkan bahwa terdapat dua variabel yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu *Fulfillment dan Contact* [7]. Penelitian yang dilakukan oleh Hadi Permana dan Tjahjono Djatmiko (2018) dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (*E-Service Quality*) Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Bandung” menghasilkan bahwa secara simultan variabel *efficiency, system availability, fulfilment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen [8]. Penelitian yang dilakukan oleh Tinezia Arum Cendhani, Amir Hamzah, Uning Lestari dengan judul “Analisa Kualitas Layanan *E-Commerce* Terhadap Kepuasan Pelanggan

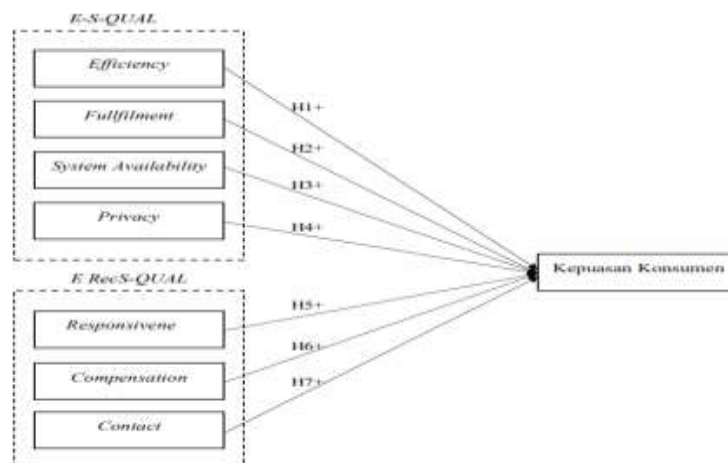


Menggunakan Metode *E-Servqual* (Studi Kasus : *Website Sale Stock Indonesia*)” menghasilkan bahwa melalui perhitungan GAP menunjukkan bahwa ke tujuh dimensi *E-servqual* bernilai negatif sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan yang tersedia belum memenuhi harapan konsumen. [9]. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Astuti, Febi Nur Salisah dengan judul “Analisis Kualitas Layanan *E-Commerce* Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *E-Servqual* (Studi Kasus: Lejel Home Shopping Pekanbaru)” diperoleh hasil bahwa nilai TESQ sebesar -1,084 yang berarti pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya memberikan rasa puas pada konsumen. *Fulfilment* merupakan nilai *E-servqual* tertinggi sedangkan *Efisiensi* merupakan nilai *E-servqual* terendah [8]. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Riski Taufik Hidayah dengan judul “*E-Service Quality And E-Recovery Service Quality On E-Satisfaction Lazada.Com*” diperoleh hasil bahwa *E-servqual* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen sedangkan *E-Recs-Qual* memiliki pengaruh yang kurang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penerapan *E-servqual* dan *E-Recs-Qual* secara bersama berpengaruh pada kepuasan konsumen sebesar 46,3% [10].

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa dalam menganalisis kualitas layanan secara online menggunakan metode *E-Servqual* [11], terdapat beberapa dimensi *E-Servqual* yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen sehingga pada penelitian ini menggunakan metode *E-Servqual* untuk mengukur kualitas layanan pada *E-Commerce* JD.ID. Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan diatas, perlu dilakukan pengukuran kualitas layanan pada JD.ID dengan menggunakan metode *E-servqual* bagi penyedia jasa secara *online*. Dalam penelitian ini metode *E-servqual* digunakan untuk membandingkan antara persepsi dan ekspektasi dengan menggunakan tujuh dimensi *E-Servqual* yaitu *fulfilment*, *efficiency*, *privacy*, *system availability*, *compensation*, *responsiveness*, dan *contact*. Tujuan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui dimensi mana saja yang berpengaruh secara signifikan dan dimensi mana saja yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen *E-Commerce* JD.ID. Hasil dari penelitian ini adalah berupa saran yang diberikan kepada pihak JD.ID mengenai layanan yang perlu diperbaiki berdasarkan tujuh dimensi *E-servqual* yang memiliki nilai terendah.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Pada penelitian ini melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan *E-Commerce* JD.ID dengan menggunakan tujuh dimensi *E-Servqual*. Berikut kerangka teori yang akan digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Teori

Berdasarkan kerangka teori pada gambar 1 maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

- H1: *Efficiency* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen
- H2: *Fulfilment* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen
- H3: *System Availability* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen
- H4: *Privacy* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen
- H5: *Responsiveness* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen
- H6: *Compensation* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen
- H7: *Contact* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen

Tahapan penelitian dijelaskan secara singkat sebagai berikut :

1. Identifikasi Masalah

Pada tahap awal dilakukan identifikasi permasalahan mengenai pengaruh kualitas layanan JD.ID terhadap kepuasan konsumen setelah berbelanja menggunakan aplikasi JD.ID dengan melakukan penyebaran kuesioner pra penelitian. Setelah melakukan identifikasi masalah tahap selanjutnya adalah melakukan studi literatur melalui jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian



2. Studi Literatur

Setelah melakukan identifikasi masalah tahap selanjutnya adalah melakukan studi literatur melalui jurnal-jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3. Teknik Pengumpulan Data

Tahapan yang dilakukan selanjutnya adalah pembuatan kuesioner dengan mengadopsi kuesioner penelitian A. Prasuraman, 2005 [12]. Pada kuesioner pernyataan yang diberikan mengenai variabel pada *E-servqual* yang mencakup, *efficiency, system availability, fulfilment, privacy, compensation, responsiveness, dan contact*. Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* menggunakan google form kepada responden yang pernah berbelanja atau melakukan transaksi menggunakan *E-Commerce* JD.ID melalui sosial media seperti Instagram, Telegram, Line, Twitter, Facebook dan WhatsApp. Pengumpulan dilakukan mulai bulan September 2021 hingga Desember 2021.

4. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan bantuan tools SPSS. Data yang dapat diolah menggunakan SPSS adalah data yang bersifat kuantitatif.

a. Uji Validitas

Teknik korelasi yang digunakan dalam uji validitas adalah *Product Moment*. Pengujian validitas bertujuan untuk mengukur kesamaan antara data yang didapat dengan kejadian sesungguhnya pada objek yang sedang diteliti agar memperoleh hasil yang valid [12].

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah hasil dari suatu penelitian dapat dipercaya apabila telah dilakukan beberapa kali pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh sebuah hasil yang sama [13]. Model yang digunakan dalam uji reliabilitas yaitu *Alpha Cronbach's* karena model ini digunakan untuk pengumpulan data dalam bentuk essay atau kuesioner [14]. Pada penelitian ini nilai *Alpha Cronbach's* yang digunakan yaitu sebesar 0,7.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data tersebut terdistribusi normal atau tidak apabila nilai taraf signifikansi lebih dari 0,05 [14]. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan analisa grafik histogram dan analisa grafik normal P-Plot.

5. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Hipotesis Regresi Linier Berganda

Pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda karena dapat digunakan untuk menganalisis pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) [15].

b. Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah tiap satu variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen atau tidak [16]. Apabila nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} maka tiap variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen.

c. Uji Anova

Uji Anova digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel independen secara bersamaan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen [17].

d. Uji Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) berfungsi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen [17].

6. Hasil dan Pembahasan

Pada tahap ini membahas tahapan pengujian hipotesis dan menunjukkan hasil dari perhitungan yang telah dilakukan.

7. Kesimpulan dan Saran

Setelah menunjukkan hasil pengujian hipotesis dan pembahasannya, maka dibuat sebuah kesimpulan dan saran mengenai kualitas layanan aplikasi *E-commerce* JD.ID.

Setiap variabel terdapat indikator penilaian yang digunakan pada penelitian dengan mengadopsi kuesioner penelitian A. Prasuraman, 2005. Berikut daftar pernyataan tiap dimensi *E-servqual* yang akan digunakan pada penyebaran kuesioner yaitu:

Tabel 1. Indikator Pertanyaan Dimenis *E-Servqual*

Dimensi	Indikator	Kode
<i>Efficeincy</i>	JD.ID memudahkan saya menemukan apa yang saya butuhkan.	EFF1
	JD.ID memberikan kemudahan dalam mengakses situsnya.	EFF2
	JD.ID memungkinkan saya untuk menyelesaikan transaksi dengan cepat.	EFF3
	Informasi di JD.ID terorganisir dengan baik.	EFF4
	JD.ID memuat halamannya dengan cepat.	EFF5
	JD.ID mudah untuk digunakan.	EFF6



Dimensi	Indikator	Kode
Fulfilment	JD.ID memudahkan saya untuk memahaminya dengan cepat.	EFF7
	Situs JD.ID terorganisir dengan baik.	EFF8
	JD.ID mengirimkan pesanan sesuai dengan yang dijanjikan.	FUL1
	JD.ID memberikan barang tersedia untuk pengiriman dalam jangka waktu yang sesuai.	FUL2
	JD.ID mengirimkan apa yang saya pesan dengan cepat.	FUL3
	JD.ID mengirimkan barang yang saya pesan.	FUL4
	JD.ID memiliki ketersediaan stok barang sesuai dengan klaim perusahaan	FUL5
	JD.ID jujur terhadap tawaran yang diberikan.	FUL6
	JD.ID membuat janji yang akurat terhadap pengiriman produk.	FUL7
	JD.ID selalu tersedia untuk digunakan.	SYS1
System Availability	JD.ID bisa dengan cepat segera digunakan.	SYS2
	JD.ID tidak pernah macet.	SYS3
	Halaman di JD.ID tidak <i>freeze</i> setelah saya memasukkan informasi pesanan saya	SYS4
Privacy	JD.ID melindungi informasi perilaku belanja online saya.	PRI1
	JD.ID tidak membagikan informasi pribadi saya dengan situs lain.	PRI2
	JD.ID melindungi informasi kartu kredit saya.	PRI3
Responsiveness	JD.ID memberikan saya opsi yang nyaman dalam pengembalian barang.	RES1
	JD.ID menangani pengembalian produk dengan baik.	RES2
	JD.ID menawarkan jaminan yang bermakna.	RES3
	JD.ID memberitahu saya apa yang harus dilakukan jika transaksi saya tidak diproses.	RES4
	JD.ID menangani masalah dengan cepat.	RES5
Cmpensation	JD.ID memberi saya kompensasi untuk masalah yang dibuatnya.	COM1
	JD.ID memberi saya kompensasi ketika apa yang saya pesan tidak tiba tepat waktu.	COM2
	JD.ID mengambil barang yang ingin saya kembalikan dari rumah atau kantor saya.	COM3
Contact	JD.ID menyediakan nomor telepon perusahaan yang dapat dihubungi.	CON1
	JD.ID memiliki layanan pelanggan yang tersedia secara <i>online</i> .	CON2
	JD.ID menawarkan kemampuan untuk berbicara langsung dengan layanan pelanggannya ketika terjadi masalah	CON3
Kepuasan Konsumen	Saya puas dengan keputusan saya untuk mengkustomisasi produk dari situs JD.id	S1
	Keputusan saya untuk mengkustomisasi produk dari situs JD.id adalah pilihan yang bijak.	S2
	Saya merasa bahagia dengan keputusan saya mengkustomisasi produk dari JD.id	S3
	Saya merasa senang dalam mengkostumisasi produk dari situs JD.id.	S4

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pengumpulan Data

Hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan diperoleh sebanyak 235 responden telah mengisi kuesioner dengan lengkap dan memenuhi kriteria sehingga layak untuk dianalisis pada penelitian ini.

3.2 Uji Validitas

Kuesioner dinyatakan valid apabila hasil r -hitung > r -tabel. Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 26 maka kuesioner tersebut dinyatakan valid apabila hasil r -hitung > r -tabel dengan nilai r -tabel pada penelitian ini yaitu sebesar 0.1161 yang diperoleh melalui tabel dengan derajat kebebasan (dk) yaitu hasil jumlah responden dikurangi dua ($dk = n - 2$). sehingga dapat disajikan hasil uji validitas pada tabel dibawah ini :

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
	1	0.789	0.1161	Valid
	2	0.797	0.1161	Valid
	3	0.783	0.1161	Valid



Variabel	Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
<i>Efficiency</i>	4	0.803	0.1161	Valid
	5	0.752	0.1161	Valid
	6	0.753	0.1161	Valid
	7	0.763	0.1161	Valid
	8	0.797	0.1161	Valid
	1	0.847	0.1161	Valid
	2	0.877	0.1161	Valid
	3	0.869	0.1161	Valid
<i>Fulfilment</i>	4	0.824	0.1161	Valid
	5	0.802	0.1161	Valid
	6	0.873	0.1161	Valid
	7	0.887	0.1161	Valid
	1	0.681	0.1161	Valid
	2	0.749	0.1161	Valid
	3	0.829	0.1161	Valid
<i>System Availability</i>	4	0.826	0.1161	Valid
	1	0.917	0.1161	Valid
	2	0.915	0.1161	Valid
	3	0.896	0.1161	Valid
<i>Privacy</i>	1	0.878	0.1161	Valid
	2	0.879	0.1161	Valid
	3	0.853	0.1161	Valid
	4	0.839	0.1161	Valid
	5	0.879	0.1161	Valid
<i>Responsiveness</i>	1	0.908	0.1161	Valid
	2	0.892	0.1161	Valid
	3	0.890	0.1161	Valid
	1	0.856	0.1161	Valid
	2	0.822	0.1161	Valid
<i>Contact</i>	3	0.833	0.1161	Valid
	1	0.929	0.1161	Valid
	2	0.912	0.1161	Valid
Kepuasan Konsumen	3	0.921	0.1161	Valid
	4	0.931	0.1161	Valid

Berdasarkan tabel 2 hasil uji validitas diperoleh hasil bahwa semua pernyataan pada tiap variabel dinyatakan valid karena nilai r-hitung lebih besari dari 0,1161.

3.3 Uji Reliabilitas

Tiap pernyataan yang telah dinyatakan valid pada uji validitas maka dilakukan uji reliabilitas dengan ketentuan yaitu semua variabel dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's alpha* diatas 0,7.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	<i>Cronbach's alpha</i>	Keteranagan
<i>Efficiency</i>	8	0.902	Reliabel
<i>Fulfilment</i>	7	0.933	Reliabel
<i>System Availability</i>	4	0.821	Reliabel
<i>Privacy</i>	3	0.902	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	5	0.919	Reliabel
<i>Compensation</i>	3	0.879	Reliabel
<i>Contact</i>	3	0.778	Reliabel
Kepuasan Konsumen	4	0.945	Reliabel

Berdasarkan tabel 3. hasil uji reliabilitas diperoleh hasil bahwa semua variabel dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's alpha* diatas 0,7

3.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian analisis regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan sebuah software yang bernama SPSS. Berikut hasil uji analisis regresi linier berganda dengan menggunakan *SPSS* versi 26 dapat dilihat dalam tabel sebagai berikut :



Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized B	t	Sig.
1	(Constant)	.664	.427	.670
	Total_X1	.144	2.617	.009
	Total_X2	.029	.613	.541
	Total_X3	.097	1.077	.283
	Total_X4	-.075	-.602	.548
	Total_X5	.225	2.670	.008
	Total_X6	.310	2.509	.013
	Total_X7	.096	.796	.427

$$Y = 0.123 + 0.138X_1 - 0.111X_2 + 0.295X_3 + 0.058X_4 + 0.380X_5 + 0.369X_6 - 0.1287X_7$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta memiliki nilai positif sebesar 0.664 tanda positif artinya menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independent dan variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent yaitu *Efficiency* (X₁), *Fulfilment* (X₂), *System Availability* (X₃), *Privacy* (X₄), *Responsiveness* (X₅), *Compensation* (X₆), *Contact* (X₇) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan maka nilai kepuasan konsumen adalah sebesar 0.664.
2. Koefisien regresi Total_X1 atau variabel *Efficiency* adalah sebesar 0.144 berarah positif yang artinya setiap peningkatan pada kualitas pelayanan *E-Commerce* JD.ID variabel *Efficiency* akan mengalami kenaikan kualitas pelayanan sebesar 0.144.
3. Koefisien regresi Total_X2 atau variabel *Fulfilment* adalah sebesar 0.029 berarah positif yang artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan *E-Commerce* JD.ID pada variabel *Fulfilment* akan mengalami kenaikan sebesar 0.029.
4. Koefisien regresi Total_X3 atau variabel *System Availability* adalah sebesar 0.097 berarah positif yang artinya setiap peningkatan kualitas pelayanan *E-Commerce* JD.ID pada variabel *System Availability* akan mengalami kenaikan kualitas pelayanan sebesar 0.097.
5. Koefisien regresi Total_X4 atau variabel *Privacy* adalah sebesar -0.075 berarah negatif yang artinya setiap peningkatan pada kualitas pelayanan *E-Commerce* JD.ID variabel *Privacy* akan mengalami penurunan sebesar -0.075.
6. Koefisien regresi Total_X5 atau variabel *Responsiveness* adalah sebesar 0.225 berarah positif yang artinya setiap peningkatan pada kualitas pelayanan *E-Commerce* JD.ID variabel *Responsiveness* akan mengalami kenaikan kualitas pelayanan sebesar 0.225.
7. Koefisien regresi Total_X6 atau variabel *Compensation* adalah sebesar 0.310 berarah positif yang artinya setiap peningkatan pada kualitas pelayanan *E-Commerce* JD.ID variabel *Compensation* akan mengalami kenaikan kualitas pelayanan sebesar 0.310.
8. Koefisien regresi Total_X7 atau variabel *Contact* adalah sebesar 0.096 berarah positif yang artinya setiap peningkatan pada kualitas pelayanan *E-Commerce* JD.ID variabel *Contact* akan mengalami kenaikan sebesar 0.096.

3.5 Uji ANOVA

Berdasarkan hasil pengujian statistik (Uji Anova) yang telah dilakukan menggunakan SPSS versi 26 maka dapat dilihat pada tabel di bawah sebagai berikut :

Tabel 5. Uji Anova

Model		Sum Of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1951.153	7	278.736	27.033	.000 ^b
	Residual	2340.617	227	10.311		
	Total	4291.770	234			

Pada distribusi nilai f_{tabel} ditemukan bahwa nilai f_{tabel} yaitu sebesar 3.250 sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai f_{hitung} lebih besar daripada nilai f_{tabel} ($35.666 > 3.250$) dengan tingkat probabilitas $0.000 < 0.05$. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa variabel independent yaitu *Efficiency* (X₁), *Fulfilment* (X₂), *System Availability* (X₃), *Privacy* (X₄), *Responsiveness* (X₅), *Compensation* (X₆), *Contact* (X₇) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y).

3.6 Uji T

Suatu variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen apabila nilai $t_{hitung} >$ nilai t_{tabel} . Pada distribusi nilai t_{tabel} ditemukan bahwa nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1.970, maka dapat dijelaskan bahwa hasil perhitungan Uji T pada tabel diatas menunjukkan bahwa:



1. Total_X1 atau variabel *Efficiency*, memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID dengan hasil uji t_{tabel} yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2.617 > 1.970$. Hasil pengujian yang dilakukan pada H_1 pada penelitian ini menyatakan bahwa Total_X1 atau variabel *Efficiency* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID sehingga H_1 diterima.
2. Total_X2 atau variabel *Fulfilment*, tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID dengan hasil uji t_{tabel} yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $0.613 < 1.970$. Hasil pengujian yang dilakukan pada H_2 pada penelitian ini menyatakan bahwa Total_X2 atau variabel *Fulfilment* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID sehingga H_2 ditolak.
3. Total_X3 atau variabel *System Availability*, memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID dengan hasil uji t_{tabel} yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $1.077 < 1.970$. Hasil pengujian yang dilakukan pada H_3 pada penelitian ini menyatakan bahwa variabel *System Availability* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID sehingga H_3 diterima.
4. Total_X4 atau variabel *Privacy*, tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID dengan hasil uji t_{tabel} yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $-0.602 < 1.970$. Hasil pengujian yang dilakukan pada H_4 pada penelitian ini menyatakan bahwa Total_X4 atau variabel *Privacy* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID sehingga H_4 ditolak.
5. Total_X5 atau variabel *Responsiveness*, memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID dengan hasil uji t_{tabel} yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2.670 > 1.970$. Hasil pengujian yang dilakukan pada H_5 pada penelitian ini menyatakan bahwa Total_X5 atau variabel *Responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID sehingga H_5 diterima.
6. Total_X6 atau variabel *Compensation*, memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID dengan hasil uji t_{tabel} yaitu $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $2.509 > 1.970$. Hasil pengujian yang dilakukan pada H_6 pada penelitian ini menyatakan bahwa Total_X6 atau variabel *Compensation* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID sehingga H_6 diterima.
7. Total_X7 atau variabel *Contact*, tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID dengan hasil uji t_{tabel} yaitu $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu sebesar $0.796 < 1.970$. Hasil pengujian yang dilakukan pada H_7 pada penelitian ini menyatakan bahwa Total_X7 atau variabel tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-commerce* JD.ID sehingga H_7 ditolak.

3.7 Koefisien Dterminasi (R2)

Berdasarkan hasil koefisien determinasi maka dapat dilihat pada tabel model summary sebagai berikut :

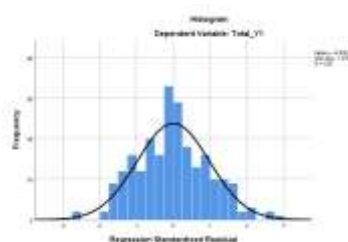
Tabel 6. Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.674 ^a	.455	.438	3.21109

Berdasarkan tabel 4.22 dapat dijelaskan bahwa nilai R Square = 0.565 sehingga Total_X1, Total_X2, Total_X3, Total_X4, Total_X5, Total_X6, dan Total_X7 terhadap kepuasan konsumen (Total_Y1) memiliki nilai sebesar 56,5%, kemudian sisanya memiliki nilai sebesar 43,5% nilai tersebut merupakan pengaruh dari varibel lain yang tidak diteliti.

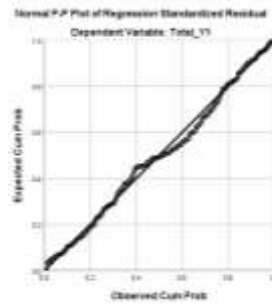
3.8 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan software *SPSS* versi 26 dengan analisa grafik histogram dan anlisa grafik normal P-Plot serta uji statistik menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*.



Gambar 2. Grafik Histogram

Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa grafik histogram berbentuk lonceng dan tidak miring kesamping kanan atau kiri sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.



Gambar 3. Grafik Normal P-Plots

Berdasarkan gambar 3 dapat dilihat bahwa data pada gambar tersebut menyebar disekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa mode regresi dapat memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 7. Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		235
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.16269485
Most Extreme Differences	Absolute	.057
	Positive	.057
	Negative	-.050
Test Statistic		.057
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064 ^c

Kriteria yang digunakan dalam pengambilan keputusan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov* yaitu :

- Jika signifikansi > 0,05 maka data terdistribusi normal
- Jika signifikansi < 0,05 maka data tidak terdistribusi normal

Dari hasil diatas maka besar nilai *Kolmogorov-Smirnov* adalah sebesar 0.057 dengan nilai signifikansi sebesar 0.064, oleh karena itu nilai signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.064 > 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

3.9 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan E-commerce JD.ID dari segi variabel *Efficiency, Fulfilment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation, Contact* terhadap kepuasan konsumen yang menggunakan aplikasi E-commerce JD.ID. Oleh karena itu dilakukan penyebaran kuesioner dan setelah itu dilakukan pengujian hasil kuesioner dengan menggunakan software yang bernama SPSS versi 26. Berdasarkan hasil perhitungan diatas terdapat empat variabel yang tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yaitu *Fulfilment, System Availability, Privacy* dan *Contact*.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan variabel *Efficiency* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. *Efficiency* merupakan bentuk layanan yang diberikan oleh E-commerce JD.ID kepada konsumen seperti kemudahan dalam mengakses situs E-commerce JD.ID, kemudahan dalam menggunakan aplikasi E-commerce JD.ID serta memberikan kemudahan pada konsumen dalam menemukan barang yang konsumen inginkan. Dalam hal ini variabel

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan variabel *Fulfilment* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. sehingga sebaiknya pihak E-Commerce JD.ID harus lebih teliti sebelum melakukan pengiriman barang ke konsumen agar tidak terjadi masalah ketika melakukan pengiriman. Selain itu pihak E-Commerce JD.ID perlu melakukan pengecekan berulang kali untuk memastikan apakah barang yang dikirim telah sesuai dengan pesananan konsumen dan deskripsi produk yang tertera pada aplikasi agar barang yang dikirimkan sesuai dengan produk aslinya. Untuk menghindari keterlambatan dalam pengiriman sebaiknya pihak JD.ID melakukan kerja sama dengan jasa pengiriman seperti JNE, JNT dan jasa pengiriman lainnya yang memiliki cabang hingga ke pelosok pulau di Indonesia dibandingkan dengan jasa pengiriman J-Express yaitu jasa pengiriman yang digunakan oleh pihak JD.ID.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan variabel *System Availability* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga untuk dimensi *System Availability*, sebaiknya pihak E-Commerce JD.ID melakukan update teknologi yang digunakan untuk mendukung aplikasi, hal tersebut agar aplikasi berjalan lancar dan tidak mengalami *freeze* saat digunakan. Selain itu, JD.ID juga secara otomatis harus melakukan pemberitahuan jika signal yang digunakan oleh konsumen sedang tidak stabil sehingga pengunjung



akan memaklumi apabila terjadi kemacetan pada aplikasi yang diakibatkan oleh kekuatan signal akses konsumen JD.ID yang bermasalah.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan variabel *Privacy* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk dimensi *Privacy*, sebaiknya pihak *E-Commerce* JD.ID menumbuhkan rasa percaya kepada pihak konsumen bahwa data yang konsumen berikan mengenai data diri dan informasi kartu kredit terjamin keamanannya dengan cara menggunakan persetujuan yang telah disepakati dalam *Privacy Police* yang berisikan deskripsi tanggungjawab pihak *E-Commerce* mengenai data diri pelanggan sehingga apabila terdapat pihak yang menyalahgunakan atau menyebarkan data tersebut maka harus diberikan sanksi.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan variabel *Responsiveness* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. *Responsiveness* merupakan bentuk layanan yang diberikan oleh *E-commerce* JD.ID kepada konsumen seperti menyelesaikan masalah dengan cepat dan memberikan solusi atas masalah yang sedang dialami oleh konsumen.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan variabel *Compensation* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. *Compensation* merupakan bentuk layanan yang diberikan oleh *E-commerce* JD.ID kepada konsumen seperti memberikan ganti rugi atau kompensasi kepada konsumen apabila barang yang dikirimkan mengalami kerusakan.

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dilakukan variabel *Contact* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sehingga untuk dimensi *Contact* berhubungan dengan *Customer Service* yang dilakukan oleh sumber daya manusianya sebaiknya pihak *E-Commerce* JD.ID melakukan performance appraisal sehingga apabila terjadi ketidaksesuaian ketika sedang menangani keluhan konsumen pihak *E-Commerce* JD.ID dapat memberikan peringatan terhadap karyawan tersebut akan tetapi jika karyawan tersebut memiliki kinerja yang baik dalam menangani keluhan konsumen maka akan diberikan sebuah reward hal tersebut bertujuan agar karyawan lebih termotivasi dalam bekerja sehingga dapat melayani konsumen dengan baik dan mempersiapkan fasilitas layanan pelanggan seperti nomor telepon dan layanan chat yang ditangani oleh masing-masing admin sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan saat menghubungi pihak *E-Commerce* JD.ID.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil Uji T diperoleh hasil bahwa terdapat tiga variabel independen yaitu variabel *Efficiency* (Total_X1), *Responsiveness* (Total_X5), dan *Compensation* (Total_X6) yang berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y) pada pengguna layanan *E-Commerce* JD.ID. Sedangkan variabel *Fulfillment* (Total_X2), *System Availability* (Total_X3), *Privacy* (Total_X4) dan *Contact* (Total_X7) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil pengujian regresi linier berganda diperoleh hasil bahwa variabel *Efficiency* (Total_X1), *Fulfillment* (Total_X2), *System Availability* (Total_X3), *Responsiveness* (Total_X5), *Compensation* (Total_X6) dan *Contact* (Total_X7) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Variabel *Responsiveness* memiliki nilai koefisien regresi paling tinggi yaitu sebesar 0,310 hal ini menunjukkan bahwa variabel *Responsiveness* sangat mempengaruhi kepuasan konsumen pada *E-Commerce* JD.ID. Sedangkan untuk variabel *Privacy* (Total_X4) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan hasil uji Anova diperoleh hasil bahwa variabel independen yaitu *Efficiency* (X1), *Fulfillment* (X2), *System Availability* (X3), *Privacy* (X4), *Responsiveness* (X5), *Compensation* (X6), *Contact* (X7) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan hasil yang telah diperoleh menunjukkan bahwa variabel *efficiency*, *system availability*, *compensation*, dan *responsiveness* berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen JD.ID sedangkan variabel *fulfillment*, *privacy*, dan *contact* tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen JD.ID. Untuk penelitian selanjutnya dapat berfokus pada pengembangan metode analisis data dan dapat juga mengambil studi kasus pada perusahaan selain bidang *E-Commerce*.

REFERENCES

- [1] APJII 2020, "Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia".
- [2] Hari Widawati, "Sepuluh Negara Dengan Pertumbuhan E-commerce Tercepat [online]," *databooks*, 2019.
- [3] T. A. Cendahani, A. Hamzah, and U. Lestari, "Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus: Website Sale Stock Indonesia)," *J. Scr.*, vol. 7 No., 2019.
- [4] Detika yossy pramesti, Sri Widyastuti, and Dian Riskarini, "Pengaruh kualitas pelayanan, keragaman produk, dan promosi e-commerce terhadap kepuasan konsumen shopee," vol. 1, no. 1, pp. 27–39, 2021.
- [5] A. W. R.M Septian Muchsin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Brand Image, Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Lazada (Studi Pada Mahasiswa USNI Fakultas Ekonomi)," *J. Manaj. Univ. Satya Negara Indones.*, vol. Vol 2 No, 2018.
- [6] A. A. Akbar and M. , Tjahjono Djatmiko, Ir., "Pengaruh E-Service Quality Terhadap E-Customer Sstisfaction dan E-Customer Loyalty Pada Lazada.co.id," *e-Proceeding Manag.*, vol. Vol.3, No.
- [7] R. I. Nurlita, A. Kusyanti, and R. I. Rokhmawati, "Analisis Kualitas Layanan Website id . oriflame . com Terhadap



- Kepuasan,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput. Univ. Brawijaya*, vol. 2, no. 2, pp. 821–830, 2018.
- [8] D. Astuti and F. N. Salisah, “Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus : Lejel Home Shopping Pekanbaru),” *J. Rekayasa dan Manaj. Sist. Inf.*, vol. Vol.2, no. No.1, Februari 2016, p. hal.44-49.
- [9] T. A. Cendahani, A. Hamzah, and U. Lestari, “Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus: Website Sale Stock Indonesia),” *J. Scr.*, vol. Vol. 7 No., 2019.
- [10] R. I. Nurlita, A. Kusyanti, and R. I. Rokhmawati, “Analisis Kualitas Layanan Website id . oriflame . com Terhadap Kepuasan,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput. Univ. Brawijaya*, vol. 2, no. 2, pp. 821–830, 2018.
- [11] Y. Ju, K. J. Back, Y. Choi, and J. S. Lee, “Exploring Airbnb service quality attributes and their asymmetric effects on customer satisfaction,” *Int. J. Hosp. Manag.*, vol. 77, no. November 2017, pp. 342–352, 2019, doi: 10.1016/j.ijhm.2018.07.014.
- [12] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and A. Malhotra, “E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality,” *J. Serv. Res.*, vol. 7, no. 3, pp. 213–233, 2005, doi: 10.1177/1094670504271156.
- [13] Hermansyah, O. Veza, and N. Hernuning, “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Online Shop Gic,” *J. Ind. Kreat.*, vol. 4, no. 01, pp. 37–44, 2020, doi: 10.36352/jik.v4i01.56.
- [14] C. F. Safira, A. Kusyanti, and H. Aryadita, “Analisis kualitas layanan website bukalapak terhadap kepuasan pengguna menggunakan E-S-Qual,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 1, no. 12, pp. 1813–1821, 2017.
- [15] E. D. Surya and M. G. Saragih, “Analysis Of E-Service Quality To Customer Satisfaction With Perceived Value As Intervening Variable,” *Int. J. Innov. Res. Multidiscip. F.*, vol. Issue-2, no. Volume-6.
- [16] E. Hartati, R. Indriyani, and I. Trianingsih, “Analisis Kepuasan Pengguna Website SMK Negeri 2 Palembang Menggunakan Regresi Linear Berganda,” *MATRIK J. Manajemen, Tek. Inform. dan Rekayasa Komput.*, vol. 20, no. 1, pp. 47–58, 2020, doi: 10.30812/matrik.v20i1.736.
- [17] N. S. Ekowati, A. Kusyanti, and R. I. Rokhmawati, “Analisis Kualitas Layanan Website Erafone terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan E-S-Qual dan E-Recs- Qual,” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput. Univ. Brawijaya*, vol. 65, no. 2, pp. 529–546, 2018.