

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

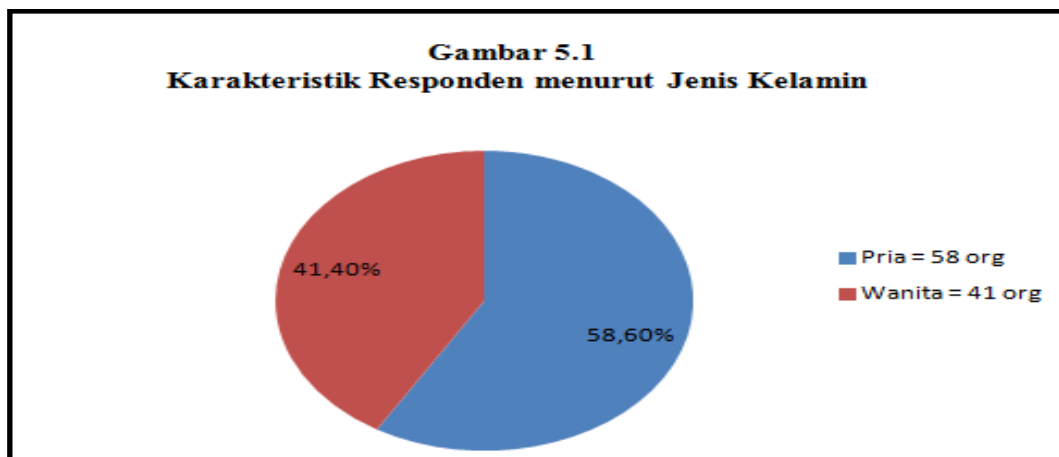
5.1 Hasil Penelitian

5.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dimaksud dalam penelitian ini adalah keadaan atau identitas yang melekat pada responden sebanyak 99 Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik pada Biro Pengadaan Barang dan Jasa Sekretariat Daerah Provinsi NTT. Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi Jenis Kelamin, Umur, Pendidikan dan Pekerjaan.

5.1.2.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat dilihat pada Gambar berikut ini :

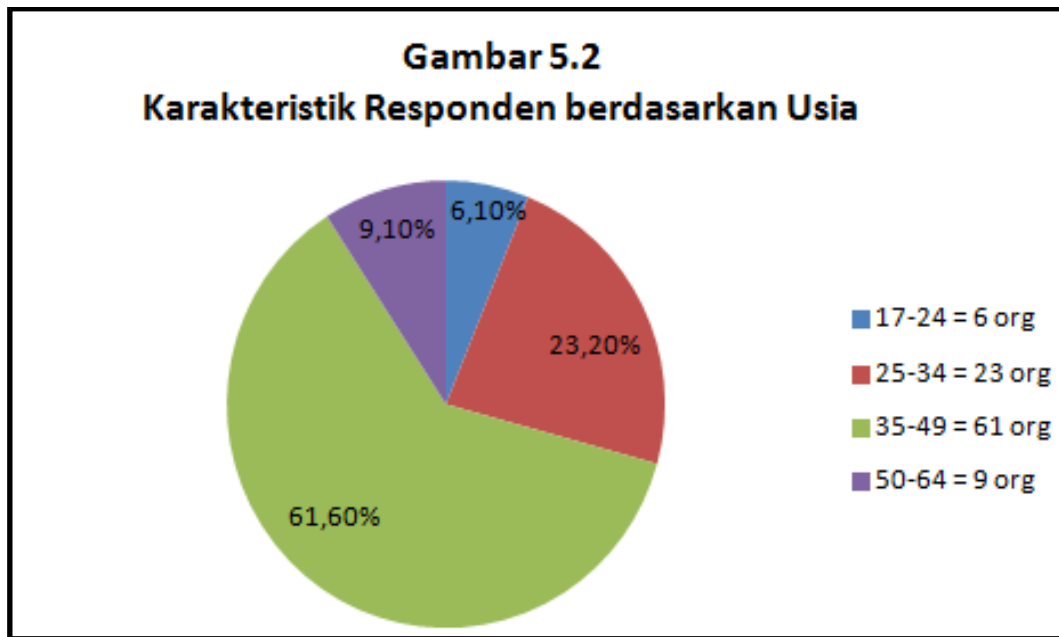


Sumber Data Primer, Tahun 2019 Diolah.

Gambar Grafik diatas Menunjukkan bahwa Jenis Kelamin Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik berdominan Pria sebanyak 58,60% (58) Pengguna.

5.1.2.2 Karakteristik Respoden berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan Usia, dapat dilihat pada Gambar berikut ini :

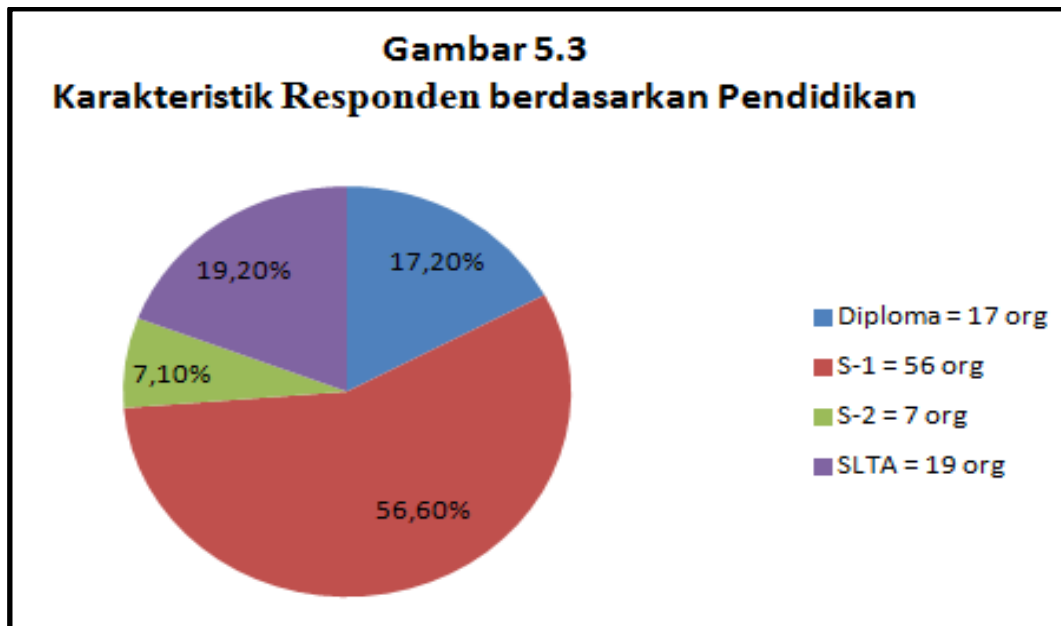


Sumber Data Primer, Tahun 2019 Diolah.

Gambar Grafik diatas Menunjukkan bahwa Berdasarkan Usia Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik berdominan sebanyak 61,60% (61) Pengguna.

5.1.2.3 Karakteristik Respoden berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan, dapat dilihat pada Gambar berikut ini :

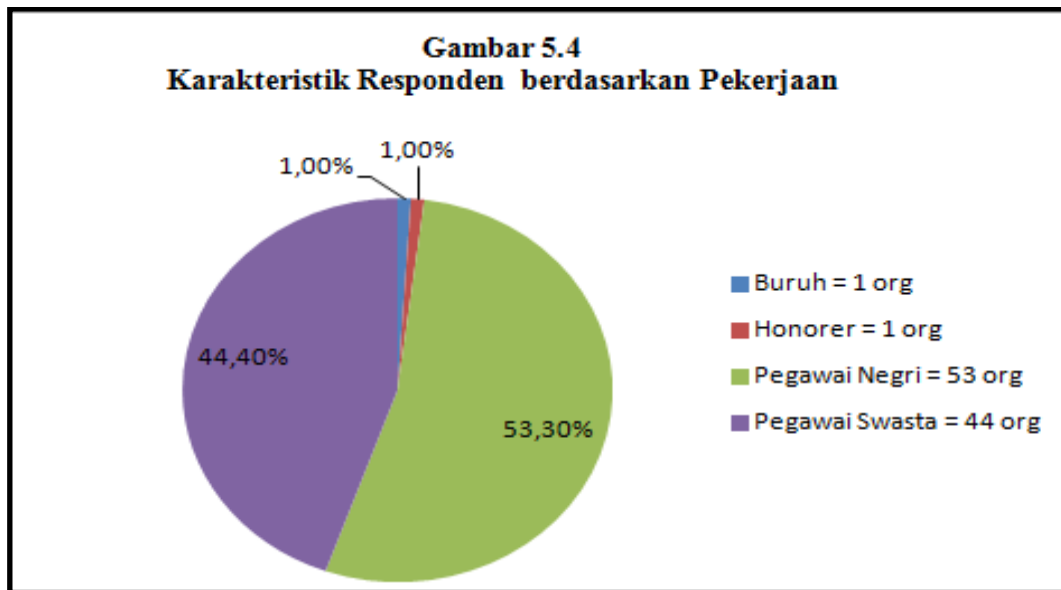


Sumber Data Primer, Tahun 2019 Diolah.

Gambar Grafik diatas Menunjukkan bahwa Berdasarkan Pendidikan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik berdominan sebanyak 56,60% (56) Pengguna.

5.1.2.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan, dapat dilihat pada Gambar berikut ini :



Sumber Data Primer, Tahun 2019 Diolah.

Gambar Grafik diatas Menunjukkan bahwa Berdasarkan Pekerjaan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik berdominan sebanyak 53,30% (53) Pengguna. Dimana Pegawai Negri Sipil (PNS) dikatakan sebagai pengguna karena bertugas menginput setiap data yang masuk ke Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) dan Pegawai Swasta yang menggunakan Layanan Pengadaan Secara Elektronik (LPSE) yaitu CV.

5.2 Analisis Statistik Deskriptif

Sebagaimana diuraikan sebelumnya bahwa tujuan analisis data secara deskriptif adalah untuk menggambarkan bagaimana tanggapan responden untuk masing-masing indikator maupun secara Total untuk Variabel tersebut. Hasil jawaban tersebut selanjutnya digunakan untuk melihat tendensi jawaban responden mengenai kondisi masing-masing indikator penelitian.

5.2.1 Variabel Kualitas Produk

Kualitas Produk yang dimaksudkan dalam penelitian Ini adalah Konsumen atau pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Kualitas Produk yang dimaksud terdiri dari Kinerja, Reability atau Keandalan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Daya Tahan dan Fiture. Tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Produk dapat dirangkum dalam Tabel berikut :

Tabel 5.1
Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Item Pernyataan	Skor (%)	Kategori Item Pernyataan	Indikator	Skor (%)	Kategori Indikator	Skor (%)	Kategori Variabel
P1	81,4	Baik	Kinerja	81,91%	Baik	73,60%	Baik
P2	82,4	Baik					
P3	41,4	Sangat Tidak Baik	Reability atau Keandalan	41,71%	Sangat Tidak Baik		
P4	42,2	Sangat Tidak Baik					
P5	82,4	Baik	Kesesuaian dengan Spesifikasi	82,62%	Baik		
P6	82,8	Baik					
P7	81,8	Baik	Daya Tahan	82,12%	Baik		
P8	82,4	Baik					

P9	79,3	Baik	Fiture	79,79%	Baik		
P10	80,2	Baik					

Sumber; Analisis Data Primer, Lampiran 5

Data di atas terlihat bahwa kategori variabel Kualitas Produk dari persepsi 99 responden Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik sebagai berikut; dari 10 item pernyataan variabel Kualitas Produk, terdapat 2 item pada pernyataan P3 dan P4 dengan Kategori Sangat tidak baik. Namun, berbeda dengan ke-4 item yang kategorinya Baik. Namun kondisi ini masih membutuhkan perbaikan terhadap indikator khususnya indikator Reability atau keandalan, dimana mengalami gagal pengiriman dokumen, dan Gagal koneksi saat melakukan pendaftaran.

5.2.2 Variabel Kualitas Layanan

Kualitas Layanan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah Komponen atau *driver* pembentuk kepuasan pelanggan ini terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Kualitas Layanan yang dimaksud terdiri dari Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati. Tanggapan responden terhadap variabel Kualitas Layanan dapat dirangkum dalam Tabel berikut :

Tabel 5.2
Deskripsi Variabel Kualitas Layanan

Item Pernyataan	Skor (%)	Kategori Item Pernyataan	Indikator	Skor (%)	Kategori Indikator	Skor (%)	Kategori Variabel
P11	82,9	Baik	Bukti Langsung	82,24%	Baik	83,83%	Baik
P12	84,7	Baik					
P13	87,2	Baik	Kehandalan	87,17%	Baik		

P14	86,8	Baik					
P15	85,2	Baik	Daya Tanggap	84,84%	Baik		
P16	84,4	Baik					
P17	82,4	Baik	Jaminan	81,51%	Baik		
P18	80,6	Baik					
P19	81,4	Baik	Empati	81,41%	Baik		
P20	81,4	Baik					

Sumber; Analisis Data Primer, Lampiran 5

Data di atas terlihat bahwa kategori Kualitas Layanan dari Presepsi 99 responden Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik sebagai berikut; dari 10 item pernyataan variabel Kualitas Layanan, Seluruh item Pernyataan masuk Kategori Baik, tidak satupun item pernyataan dalam kategori sangat tidak baik, cukup baik, dan kurang baik. 5 indikator Kualitas Layanan, seluruh indikator masuk dalam kategori baik (Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati). Secara keseluruhan kategori variabel Kualitas Layanan Baik.

5.2.3 Variabel Faktor Emosional

Faktor Emosional yang dimaksudkan dalam Penelitian ini adalah Konsumen yang merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu akan cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasannya bukan karena kualitas dari produk tersebut tetapi *self esteem* atau *social value* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek produk tertentu. Faktor Emosional Yang dimaksud terdiri dari : Harga diri dan Kepuasan Keinginan. Tanggapan responden terhadap variabel Faktor Emosional dapat dirangkum dalam Tabel berikut :

Tabel 5.3
Deskripsi Variabel Faktor Emosional

Item Pernyataan	Skor (%)	Kategori Item Pernyataan	Indikator	Skor (%)	Katagori Indikator	Skor (%)	Katagori Variabel
P21	80,4	Baik	Harga Diri	80,67%	Baik	80,97%	Baik
P22	80	Baik					
P23	81,6	Baik					
P24	81,8	Baik	Kepuasan Keinginan	81,27%	Baik		
P25	81,2	Baik					
P26	80,8	Baik					

Sumber; Analisis Data Primer, Lampiran 5

Data di atas terlihat bahwa kategori Variabel Faktor Emosional dari Presepsi 99 responden Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik sebagai berikut ; dari 6 item pernyataan variabel Faktor Emosional, seluruh item masuk kategori Baik, tidak satupun item pernyataan dalam kategori sangat tidak baik, cukup baik, dan kurang baik. Dari 2 indikator variabel Faktor Emosional, seluruh indikator masuk dalam kategori baik (Harga Diri dan Kepuasan Keinginan). Secara keseluruhan kategori Faktor Emosional baik.

5.2.4 Variabel Faktor Harga

Harga yang dimaksudkan dalam Penelitian ini adalah Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan *value* yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Jelas bahwa faktor harga juga merupakan faktor yang penting bagi pelanggan untuk mengevaluasi tingkat kepuasannya. Harga yang dimaksud terdiri dari : Harga yang relatif murah dan Kesesuaian Harga. Tanggapan responden terhadap variabel Harga dapat dirangkum dalam Tabel berikut :

Tabel 5.4
Deskripsi Variabel Faktor Harga

Item Pernyataan	Skor (%)	Kategori Item Pernyataan	Indikator	Skor (%)	Kategori Indikator	Skor (%)	Kategori Variabel
P27	79,3	Baik	Harga yang relatif Murah	80%	Baik	80%	Baik
P28	80,6	Baik	Kesesuaian Harga	80%			

Sumber; Analisis Data Primer, Lampiran 5

Data di atas terlihat bahwa kategori Variabel Harga dari Presepsi 99 responden Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik sebagai berikut ; dari 2 item pernyataan variabel Harga, seluruh item masuk kategori Baik, tidak satupun item pernyataan dalam kategori sangat tidak baik, cukup baik, dan kurang baik. Dari 2 indikator variabel Faktor Emosional, seluruh indikator masuk dalam kategori baik (Harga yang Murah dan Kesesuaian Harga). Secara keseluruhan kategori Harga baik.

5.2.5 Variabel Biaya dan Kemudahan

Biaya dan Kemudahan yang Dimaksudkan dalam Penelitian ini adalah Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa. Biaya dan Kemudahan yang dimaksud terdiri dari : Tidak mengeluarkan biaya Tambahan dan Tidak Membuang waktu. Tanggapan responden terhadap variabel Biaya dan Kemudahan dapat dirangkum dalam Tabel berikut :

Tabel 5.5
Deskripsi Variabel Biaya dan Kemudahan

Item Pernyataan	Skor (%)	Kategori Item Pernyataan	Indikator	Skor (%)	Katagori Indikator	Skor (%)	Katagori Variabel
P29	83,2	Baik	Tidak Mengeluarkan Biaya Tambahan	83,23 %	Baik	83,63%	Baik
P30	83,6	Baik	Tidak Membuang Waktu	84,04 %	Baik		
P31	84,4	Baik					

Sumber; Analisis Data Primer, Lampiran 5

Data di atas terlihat bahwa kategori Variabel Biaya dan Kemudahan dari Presepsi 99 responden Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik sebagai berikut ; dari 3 item pernyataan variabel Biaya dan Tambahan, seluruh item masuk kategori Baik, tidak satupun item pernyataan dalam kategori sangat tidak baik, cukup baik, dan kurang baik. Dari 2 indikator variabel Biaya dan Kemudahan, seluruh indikator masuk dalam kategori baik (Tidak Mengeluarkan Biaya Tambahan dan Tidak Membuang Waktu). Secara keseluruhan kategori Biaya dan Kemudahan baik.

5.2.6 Variabel Kepuasan

Kepuasan yang dimaksud dalam Penelitian ini adalah suatu Kondisi dimana harapan kosumen terhadap sebuah produk dan jasa, ataupun kinerjanya sesuai dan terpenuhi yang ditunjukkan dengan pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut. Kepuasan yang dimaksud terdiri dari : Pembelian Ulang, Loyalitas Konsumen, dan Rekomendasi dari Mulut ke mulut. Tanggapan responden terhadap variabel Biaya dan Tambahan dapat dirangkum dalam Tabel berikut :

Tabel 5.6
Deskripsi Variabel Kepuasan

Item Pernyataan	Skor (%)	Kategori Item Pernyataan	Indikator	Skor (%)	Katagori Indikator	Skor (%)	Katagori Variabel
P32	81,6	Baik	Pembelian Ulang	81,61%	Baik	82,96%	Baik
P33	82,6	Baik	Loyalitas Konsumen	81,41%	Baik		
P34	81,6	Baik					
P35	85,5	Baik	Rekomendasi dari Mulut ke mulut	85,85%	Baik		

Sumber; Analisis Data Primer, Lampiran 5

Gambar hasil menjelaskan perolehan variabel Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik baik. Pembelian Ulang dimana pengguna akan memutuskan untuk menggunakan kembali Layanan Pengadaan Secara Elektronik, Loyalitas Konsumen dan Rekomendasi dari Mulut ke mulut menentukan seberapa banyak Kepuasan yang dicapai dalam kurun waktu tertentu.

5.3 Analisis Statistik Inferensial

5.3.1 Analisis Data Partial Least Square (PLS)

Teknik pengolahan data dengan menggunakan metode SEM berbasis *Partial Least Square* (PLS) memerlukan 2 tahap untuk menilai *Fit Model* dari sebuah model penelitian (Ghozali, 2006). Tahap-tahap tersebut adalah sebagai berikut :

5.3.2 Menilai *Outer Model* atau *Measurement Model*

Terdapat tiga kriteria di dalam penggunaan teknik analisa data dengan SmartPLS untuk menilai *outer model* yaitu : 1) *Convergent Validity*; 2) *Discriminant Validity*; dan 3) *Composite Reliability*. *Convergent Validity* dari

model pengukuran dengan refleksi indikator dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* yang destimasi. Ukuran refleksi individual dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang diukur. Namun menurut Chin, 1998 (dalam Ghazali, 2006) untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai *loading* 0,5 sampai 0,6 dianggap cukup memadai. Dalam penelitian ini akan digunakan batas *loading factor* sebesar 0,50.

Tabel 5.7
Outer Loadings (Measurement Model)

	Biaya dan Kemudahan (X5)	Faktor Emosional (X3)	Faktor Harga (X4)	Kepuasan (Y)	Kualitas Layanan (X2)	Kualitas Produk (X1)
P1						0.695
P10						0.648
P12					0.578	
P13					0.718	
P14					0.721	
P15					0.788	
P16					0.765	
P17					0.756	
P18					0.616	
P19					0.785	
P2						0.772
P20					0.803	
P21		0.681				
P24		0.640				
P25		0.870				
P26		0.808				
P28			1.000			
P29	0.868					
P30	0.902					
P31	0.563					
P32				0.865		
P33				0.864		
P34				0.775		
P35				0.609		
P5						0.776
P6						0.769
P7						0.700
P8						0.764
P9						0.654

Sumber : Pengolahan data PLS 2019

Hasil olah data dengan menggunakan SmartPLS dapat dilihat pada tabel di atas, dimana nilai outer model atau korelasi antara konstruk dengan variabel

terdapat 6 Pernyataan yang dieliminasi yaitu P₃,P₄,P₁₁,P₂,P₂₃,P₂₇ karena memiliki nilai dibawah 0,5 yang berarti tidak memenuhi *covergen validity* karena batas pengukuran nilai *loading* 0,5 sampai dengan 0,6 yang dianggap cukup memadai.

5.3.3 Discriminant Validity

Discriminant Validity dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Model mempunyai *discriminant Validity* yang baik jika setiap nilai loading yang paling besar dengan nilai loading yang lain terhadap variabel laten lainnya. Hasil pengujian *discriminant Validity* diperoleh sebagai berikut :

Tabel 5.8
Validitas Diskriminan

	Biaya dan Kemudahan (X5)	Faktor Emosional (X3)	Faktor Harga (X4)	Kepuasan (Y)	Kualitas Layanan (X2)	Kualitas Produk (X1)
P1	0.307	0.239	0.498	0.503	0.342	0.695
P10	0.171	0.219	0.219	0.384	0.260	0.648
P12	0.302	0.274	0.368	0.239	0.578	0.369
P13	0.184	0.237	0.292	0.231	0.718	0.348
P14	0.177	0.192	0.355	0.287	0.721	0.365
P15	0.177	0.148	0.328	0.282	0.788	0.310
P16	0.163	0.123	0.360	0.303	0.765	0.393
P17	0.351	0.332	0.259	0.357	0.756	0.485
P18	0.160	0.334	0.121	0.427	0.616	0.384
P19	0.196	0.184	0.323	0.323	0.785	0.421
P2	0.275	0.319	0.266	0.519	0.452	0.772
P20	0.232	0.179	0.361	0.273	0.803	0.384
P21	0.157	0.681	0.228	0.415	0.359	0.316
P24	0.200	0.640	-0.001	0.281	0.045	0.296
P25	0.081	0.870	0.058	0.350	0.232	0.228
P26	0.209	0.808	0.247	0.380	0.256	0.288
P28	0.196	0.194	1.000	0.350	0.409	0.417
P29	0.868	0.189	0.132	0.370	0.370	0.384
P30	0.902	0.210	0.238	0.458	0.203	0.329
P31	0.563	0.073	0.043	0.203	0.110	0.209
P32	0.545	0.363	0.404	0.865	0.388	0.625
P33	0.399	0.529	0.144	0.864	0.418	0.441
P34	0.191	0.400	0.197	0.775	0.289	0.387
P35	0.185	0.180	0.377	0.609	0.221	0.332
P5	0.350	0.335	0.303	0.376	0.460	0.776
P6	0.312	0.344	0.224	0.445	0.530	0.769
P7	0.354	0.281	0.126	0.325	0.337	0.700
P8	0.391	0.163	0.297	0.361	0.481	0.764
P9	0.150	0.255	0.412	0.412	0.223	0.654

Sumber : Pengolahan Data dengan PLS 2019

Tabel di atas dilihat bahwa beberapa nilai *loading factor* untuk setiap indikator dari masing variabel laten masih memiliki nilai *loading factor* yang tidak paling besar di banding nilai *loading* jika dihubungkan dengan variabel laten lainnya. Hal ini berarti bahwa setiap variabel laten masih memiliki pengukur yang berkorelasi tinggi dengan konstruk lainnya.

a. Mengevaluasi *Reliability* dan *Average Variance Extracted (AVE)*

Kriteria validity dan reabilitas juga dapat dilihat dari nilai reabilitas suatu konstruk dan nilai *Average Variance Extracted (AVE)* dari masing-masing konstruk. Konstruk dikatakan memiliki reabilitas yang tinggi jika nilainya 0,70 dan nilai AVE berada di atas 0,50. Pada tabel berikut akan disajikan nilai *Composite Reliability* dan AVE untuk seluruh variabel.

Tabel 5.9

Composite Reliability dan Average Variance Extracted

	Cronbach's Alpha	rho_A	Reliabilitas Komposit	Rata-rata Varians Diekstrak (AVE)
Biaya dan Kemudahan (X5)	0.701	0.806	0.830	0.628
Faktor Emosional (X3)	0.745	0.752	0.840	0.571
Faktor Harga (X4)	1.000	1.000	1.000	1.000
Kepuasan (Y)	0.791	0.847	0.864	0.617
Kualitas Layanan (X2)	0.889	0.896	0.910	0.532
Kualitas Produk (X1)	0.870	0.876	0.898	0.524

Sumber : Pengolahan data dengan PLS, 2019

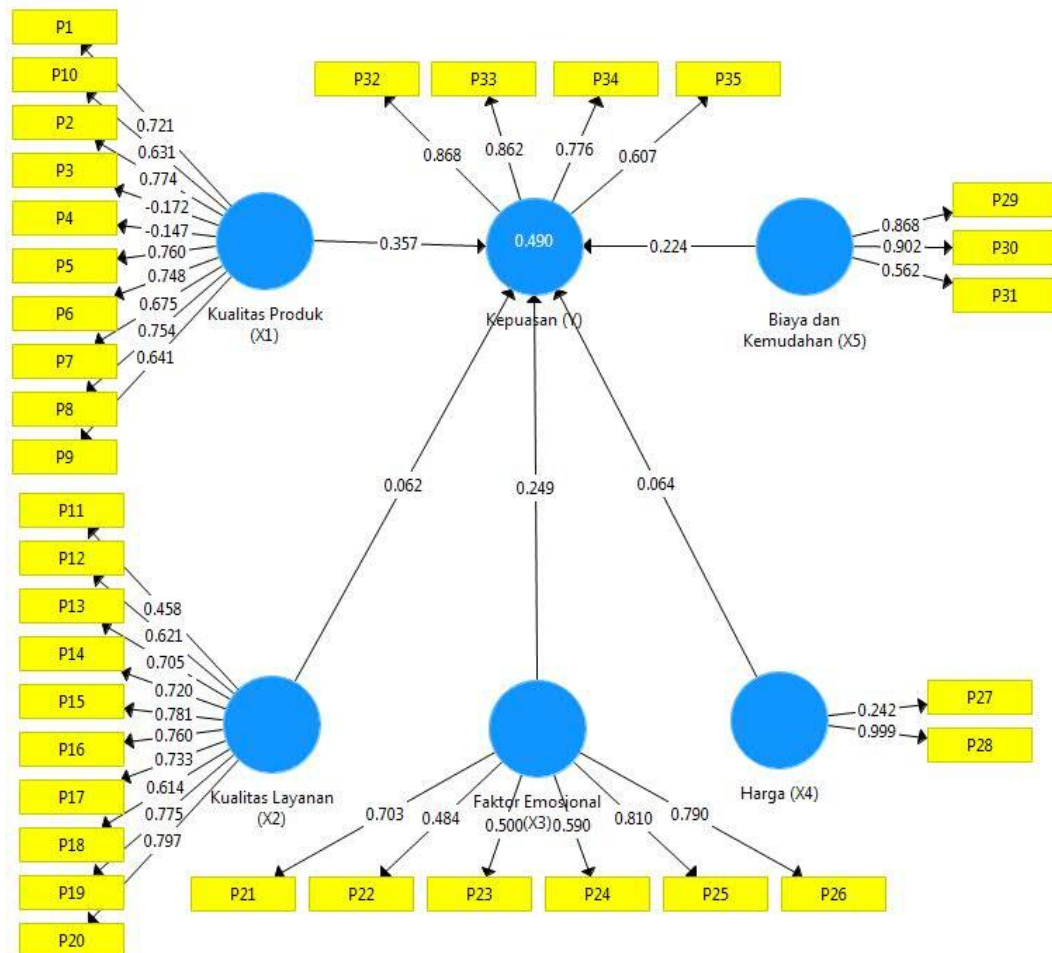
Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa semua konstruk memenuhi kriteria reliabel. Hal ini ditunjukkan dengan nilai *composite reliability* di atas 0,70 dan nilai AVE 0,50 sebagaimana kriteria yang direkomendasikan.

5.3.4 Pengujian Model Struktural (*Inner Model*)

Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk, nilai signifikansi dan *R-square* dari model penelitian.

Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* untuk konstruk dependen, uji t, serta signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural.

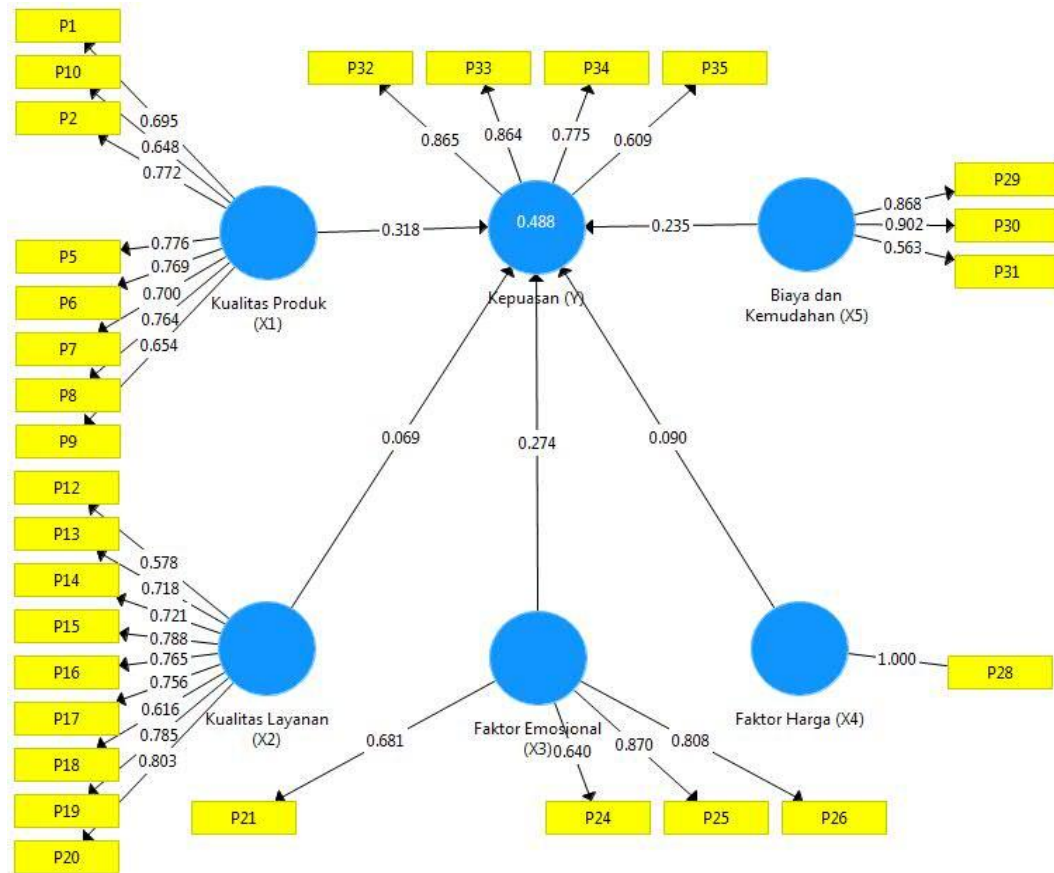
Gambar 5.5
Model Struktural



Sumber : Pengolahan data dengan PLS, 2019

Pada Gambar Model Struktural menunjukkan hasil pengolahan data PLS. Pada Variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Faktor Emosional, Harga, Biaya dan Kemudahan yang mempengaruhi Variabel Terikat yaitu Kepuasan dengan batas Nilai Level signifikansi 0,5. Nilai yang lebih kecil dari batas pengukuran yakni 0,5 akan dihilangkan.

Gambar 5.6
Model Struktural R-Square



Pada Gambar Model Struktural R-square menunjukkan bahwa beberapa Pernyataan dari masing-masing Variabel dihilangkan karena tidak memenuhi Nilai Level Signifikansi yaitu 0,5. Pernyataan yang dihilangkan antaralain : P₃, P₄, P₁₁, P₂, P₂₃, P₂₇ karena dari pernyataan tersebut lebih kecil atau tidak lebih besar dari 0,5.

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap Variabel laten independen. Tabel 5.10 merupakan hasil estimasi R-square dengan menggunakan SmartPLS.

Tabel 5.10
Nilai R-Square

R Square		
Matriks	R Square	Adjusted R Square
	R Square	Adjusted R Square
Kepuasan (Y)	0.488	0.460

Sumber : Pengolahan data dengan PLS, 2019

Penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kepuasan (Y) yang di pengaruhi oleh Kualitas Produk (X_1), Kualitas Layanan (X_2), Faktor Emosional (X_3), Harga (X_4), biaya dan tambahan (X_5) pada Tabel 5.10 menunjukkan nilai *R-square* untuk variabel Kepuasan (Y) diperoleh sebesar 0,488. Hasil menunjukkan bahwa 48,8% variabel Keputusan (Y) dapat dipengaruhi oleh Kualitas Produk (X_1), Kualitas Layanan (X_2), Faktor Emosional (X_3), Harga (X_4), biaya dan tambahan (X_5).

5.3.5 Pengujian Hipotesis

Signifikansi parameter yang diestimasi memberikan informasi yang sangat berguna mengenai hubungan antara variabel-variabel penelitian. Dasar yang digunakan dalam menguji Hipotesis adalah nilai yang terdapat paa output result forimer weight. Tabel 5.11 memberikan output estimasi untuk pengujian model struktural.

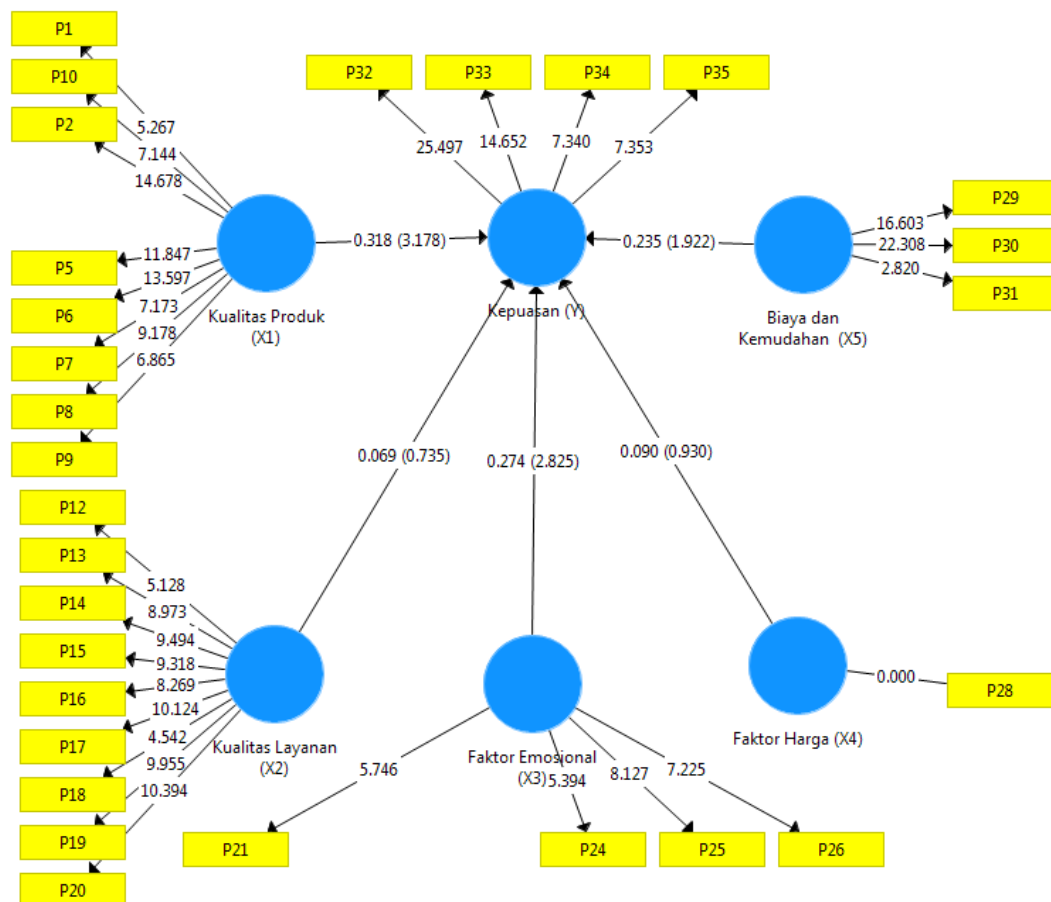
Tabel 5.11
Result For Inner Weights

	Sampel Asli (O)	Rata-rata Sampel (M)	Standar Deviasi (STDEV)	T Statistik (O/STDEV)	P Values
Biaya dan Kemudahan (X5) -> Kepuasan (Y)	0.235	0.245	0.122	1.922	0.055
Faktor Emosional (X3) -> Kepuasan (Y)	0.274	0.267	0.097	2.825	0.005
Faktor Harga (X4) -> Kepuasan (Y)	0.090	0.099	0.097	0.930	0.353
Kualitas Layanan (X2) -> Kepuasan (Y)	0.069	0.070	0.093	0.735	0.462
Kualitas Produk (X1) -> Kepuasan (Y)	0.318	0.320	0.100	3.178	0.002

Sumber : Pengolahan data dengan PLS, 2019

Model Struktural uji t, dan signifikansi dari koefisien parameter jalur struktural berikut ini :

Gambar 5.7
Model Struktural Uji t



Sumber : Pengolahan data dengan PLS, 2019

Dalam PLS pengujian secara statistik setiap hubungan yang dihipotesiskan dilakukan dengan menggunakan simulasi. Dalam hal ini dilakukan metode *bootstrap* terhadap sampel. Pengujian dengan *bootstrap* juga dimaksudkan untuk meminimalkan masalah ketidaknormalan data penelitian. Hasil pengujian dengan *bootstrapping* dari analisis PLS adalah sebagai berikut :

a. Pengujian Hipotesis 1, Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,318 dengan nilai t 3,178 atau P values 0,002. Nilai t tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hal ini berarti bahwa Kualitas Produk memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan. Berarti hipotesis pertama dimana Kualitas Produk mendukung adanya Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Hal ini berarti **Hipotesis 1 di terima.**

b. Pengujian Hipotesis 2, Pengaruh Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,069 dengan nilai t 0,735 atau P values 0,462. Nilai t tersebut lebih kecil dari t tabel (1,960). Hal ini berarti bahwa Kualitas Layanan tidak memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan. Berarti hipotesis kedua dimana Kualitas Layanan tidak mendukung

adanya Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Hal ini berarti **Hipotesis 2 tidak di terima.**

c. Pengujian Hipotesis 3, Pengaruh Faktor Emosional (X_3) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pengaruh Faktor Emosional terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,274 dengan nilai t sebesar 2,825 atau P values 0,005. Nilai t tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa Faktor Emosional memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Berarti hipotesis ketiga dimana Faktor Emosional mendukung Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Hal ini berarti **Hipotesis 3 diterima.**

d. Pengujian Hipotesis 4, Pengaruh Harga (X_4) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,090 dengan nilai t sebesar 0,930 atau P values 0,353. Nilai t tersebut lebih kecil dari t tabel (1,960). Hal ini berarti bahwa Harga tidak memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan. Berarti hipotesis keempat dimana Harga tidak mendukung adanya Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Hal ini berarti **Hipotesis 4 tidak di terima.**

e. Pengujian Hipotesis 5, Pengaruh Biaya dan Kemudahan (X_5) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa pengaruh Biaya dan Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,235 dengan nilai t sebesar 1,922 atau P values 0,055. Nilai t tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa Biaya dan Kemudahan tidak memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Berarti hipotesis kelima dimana Biaya dan Kemudahan tidak mendukung adanya Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Hal ini berarti **Hipotesis 5 tidak diterima.**

5.4 Pembahasan

Bagian ini akan membahas hasil temuan dikaitkan dengan teori dari hasil penelitian sebelumnya.

5.4.1 Pengaruh Kualitas Produk (X_1) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,318 dengan nilai t 3,178 atau P values 0,002. Nilai t tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hal ini berarti bahwa Kualitas Produk memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan. Berarti hipotesis pertama dimana Kualitas Produk mendukung adanya Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Hal ini berarti Hipotesis 1 di terima.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 3 orang narasumber mengatakan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan. Dari ke tiga narasumber didapatkan keterangan sebagai berikut. bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap tingkat Kepuasan dimana Reliability atau Keandalan cukup baik. keterangan yang didapatkan dari ke tiga narasumber bisa disimpulkan sebagian besar yang berjumlah 3 orang setuju dengan **hipotesis 1 diterima**.

Hasil ini berkaitan dengan Teori Menurut Fandy Tjiptono (2008) Kualitas Produk adalah Konsumen atau pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Beberapa dimensi yang berpengaruh dalam membentuk kualitas produk adalah *performance*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *feature* dan lain-lain. Terkait dengan hasil ini maka seluruh indikator-indikator dari variabel Kualitas Produk yakni, Kinerja, Reliability, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Daya Tahan dan Fitur, dapat mendukung Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik.

5.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,069 dengan nilai t 0,735 atau P values 0,462. Nilai t tersebut lebih kecil dari t tabel (1,960). Hal ini berarti bahwa Kualitas Layanan tidak memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan. Berarti hipotesis kedua dimana Kualitas Layanan tidak mendukung

adanya Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Hal ini berarti Hipotesis 2 tidak di terima.

Pada hasil Penelitian Terdahulu oleh Andri Medrian dan Subaidi, diketahui Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sedangkan hasil penelitian saya diketahui kualitas Layanan tidak berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan yang sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Dzuratus sa'adah yakni diketahui Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 3 orang narasumber yang mewakili Populasi penelitian Ke 3 narasumber mengatakan bahwa Kualitas Layanan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan. Dari ke tiga narasumber didapatkan keterangan sebagai berikut. Narasumber pertama mengatakan bahwa Kualitas Layanan tidak mempengaruhi Tingkat Kepuasan oleh karena Bukti Langsung seperti Fasilitas pendukung yang tidak memadai. Narasumber kedua mengatakan bahwa kualitas Layanan seperti Karyawan yang kurang Tanggap. Narasumber ketiga mengatakan bahwa Kualitas Layanan dalam hal jaminan keamanan data pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik tidak cukup aman. Keterangan yang didapatkan dari ke tiga narasumber bisa disimpulkan **hipotesis 2 tidak diterima**.

Hasil ini bertentangan dengan Teori Menurut Fandy Tjiptono (2008) Dimensi kualitas pelayanan ini sudah banyak dikenal seperti yang dikonsepskan oleh *ServQual* yang meliputi 5 dimensi yaitu: Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan dan Empati. Terkait dengan hasil ini maka seluruh indikator-indikator dari variabel Kualitas Produk yakni, Bukti Langsung, Keandalan, Daya

Tanggap, Jaminan dan Empati, tak dapat mendukung Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik.

5.4.3 Pengaruh Faktor Emosional (X_3) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa pengaruh Faktor Emosional terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,274 dengan nilai t sebesar 2,825 atau P values 0,005. Nilai t tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa Faktor Emosional memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Berarti hipotesis ketiga dimana Faktor Emosional mendukung Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Hal ini berarti Hipotesis 3 diterima.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 3 orang narasumber yang mewakili Populasi penelitian. Ke 3 narasumber mengatakan bahwa Faktor Emosional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan. Dari ke tiga narasumber didapatkan keterangan sebagai berikut. Narasumber pertama dan Kedua mengatakan bahwa Faktor Emosional seperti Bangga dan Yakin menjadi Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik serta, merasa kagum terhadap pelayanan karyawan. Narasumber ketiga mengatakan bahwa Faktor Emosional seperti kebutuhan dan harapan terpenuhi oleh pihak penyedia jasa. Keterangan yang didapatkan dari ke tiga narasumber bisa disimpulkan **hipotesis 3 diterima.**

Hal ini didukung dengan Teori Menurut Fandy Tjiptono (2008), Mengatakan bahwa Konsumen yang merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu akan cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasannya bukan karena kualitas dari produk tersebut tetapi *self esteem* atau *social value* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek produk tertentu. Terkait dengan hasil ini maka seluruh indikator-indikator dari variable Faktor Emosional yakni, Harga diri dan Kepuasan Keinginan dapat mendukung Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik.

5.4.4 Pengaruh Harga (X_4) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian hipotesis keempat menunjukkan bahwa pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,090 dengan nilai t sebesar 0,930 atau P values 0,353. Nilai t tersebut lebih kecil dari t tabel (1,960). Hal ini berarti bahwa Harga tidak memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan. Berarti hipotesis keempat dimana Harga tidak mendukung adanya Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Hal ini berarti Hipotesis 4 tidak di terima.

Pada hasil Penelitian Terdahulu oleh Mei Andika, diketahui Faktor Harga berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan di karenakan Harga Merupakan Faktor banyaknya pelanggan yang akan membeli. berbeda dengan hasil penelitian saya diketahui Faktor Harga tidak berpengaruh positif dan

signifikan terhadap tingkat kepuasan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 3 orang narasumber yang mewakili Populasi penelitian Ke 3 narasumber mengatakan bahwa Faktor Harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan. Dari ke tiga narasumber didapatkan keterangan sebagai berikut. Narasumber pertama dan kedua mengatakan bahwa Faktor Harga tidak mempengaruhi Tingkat Kepuasan oleh karena Harga yang relatif mahal dan ketidaksesuaian harga dengan Kualitas Produk atau Jasa yang didapatkan. Narasumber ketiga mengatakan bahwa Faktor Harga Relatif murah dan sesuai dengan Kualitas Produk atau Jasa. Keterangan yang didapatkan dari ke tiga narasumber bisa disimpulkan **hipotesis 4 tidak diterima**.

Hasil ini bertentangan dengan Teori Menurut Fandy Tjiptono (2008), Mengatakan bahwa Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan *value* yang lebih tinggi kepada pelanggannya. Jelas bahwa faktor harga juga merupakan faktor yang penting bagi pelanggan untuk mengevaluasi tingkat. Terkait dengan hasil ini maka seluruh indikator-indikator dari variabel Faktor Harga yakni, Harga yang relatif murah dan kesesuaian harga tak dapat mendukung Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik.

5.4.5 Pengaruh Biaya dan Kemudahan (X_5) terhadap Kepuasan (Y)

Hasil pengujian hipotesis kelima menunjukkan bahwa pengaruh Biaya dan Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik menunjukkan nilai koefisien jalur sebesar 0,235 dengan nilai t sebesar 1,922 atau

P values 0,055. Nilai t tersebut lebih besar dari t tabel (1,960). Hasil ini berarti bahwa Biaya dan Kemudahan tidak memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Berarti hipotesis kelima dimana Biaya dan Kemudahan tidak mendukung adanya Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Hal ini berarti Hipotesis 5 diterima.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap 3 orang narasumber yang mewakili Populasi penelitian. Ke 3 narasumber sependapat dan meyakini bahwa Biaya dan Kemudahan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan. Dari ke tiga narasumber didapatkan keterangan sebagai berikut. Ke 3 Narasumber mengatakan biaya dan kemudahan adanya terjadi proses yang berbelit-belit sehingga Membuang Waktu hal ini tidak mendukung Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik. Keterangan yang didapatkan dari ke tiga narasumber bisa disimpulkan **hipotesis 5 tidak diterima**.

Hal ini bertentangan dengan Teori Menurut Fandy Tjiptono (2008), Mengatakan bahwa Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk atau jasa. Terkait dengan hasil ini maka seluruh indikator-indikator dari variable Biaya dan Kemudahan yakni, tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu mendukung Tingkat Kepuasan Pengguna Layanan Pengadaan Secara Elektronik.