

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI ChatGPT MENGGUNAKAN METODE E-SERVQUAL (STUDI KASUS: MAHASISWA/ UNIVERSITAS DINAMIKA BANGSA)

Ade Mulyanto¹, Marrylinteri Istoningtyas^{2*}

¹ Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi, Indonesia

Email: ¹ademulyanto490@gmail.com, ²marrylinteri@unama.ac.id

Penulis Korespondensi: marrylinteri@unama.ac.id

Submitted :
15 September 2024

Revision :
29 September 2024

Accepted:
30 September 2024

Published:
30 September 2024

Abstrak—Aplikasi ChatGPT adalah aplikasi yang menyediakan teknologi pemroses bahasa alami (Natural Language Processing / NLP) yang mampu merespons pertanyaan manusia dalam bentuk teks (disebut sebagai Prompt) yang diketikkan pada aplikasi tersebut. Penulis melakukan penelitian ini guna mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan pengguna terhadap aplikasi ChatGPT. Metode yang digunakan adalah metode E-SERVQUAL. Dengan sampel sebanyak 360 responden dengan teknik analisis data menggunakan aplikasi SPSS. Hasil uji validitas dan uji reliabilitas semua data dalam penelitian ini dinyatakan valid dan reliabel. Dari hasil penelitian ini penulis menemukan bahwa dari tujuh variabel E-SERVQUAL hanya lima variabel yaitu Fulfillment, System Availability, Responsiveness, Compensation dan Contact yang secara signifikan berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi ChatGPT.

Kata Kunci: Analisis, Kepuasan, Aplikasi, ChatGPT, E-Servqual

Abstract— The ChatGPT application is an application that provides natural language processing (NLP) technology which is capable of responding to human questions in text form (known as Prompts) typed into the application. The author conducted this research to find out how much influence user satisfaction has on the ChatGPT application. The method used is the E-SERVQUAL method. With a sample of 360 respondents with data analysis techniques using the SPSS application. The results of the validity and reliability tests of all data in this study were declared valid and reliable. From the results of this research, the author found that of the seven E-SERVQUAL variables, only five variables, namely Fulfillment, System Availability, Responsiveness, Compensation and Contact, significantly influence ChatGPT Application User Satisfaction.

Keywords: Analysis, Satisfaction, Application, ChatGPT, E-Servqual

1. PENDAHULUAN

Pada era digital ini, perkembangan teknologi informasi khususnya internet terus meningkat. Internet sudah menjadi kebutuhan primer masyarakat untuk media komunikasi dan informasi. Dan para pengguna internet saat ini banyak yang telah dibantu dengan mendapat informasi menggunakan kecerdasan buatan (AI/ *Artificial Intelligence*), terdapat suatu perusahaan bernama OpenAI di Amerika Serikat yang telah merilis aplikasi *chatboot* yang dinamakan ChatGPT. ChatGPT ini merupakan teknologi pemroses bahasa alami (*Natural Language Processing / NLP*) yang mampu merespons pertanyaan manusia dalam bentuk teks (disebut sebagai *Prompt*) yang diketikkan pada aplikasi tersebut [1].

Kehadiran teknologi ChatGPT membuka peluang untuk memanfaatkan *chatbot AI* ini bagi pendidikan di Indonesia, khususnya dalam pengembangan kompetensi (*skills*) peserta didik yang diperlukan di abad ke-21[2]. *Chatbot* ini cenderung menghasilkan *respons* berdasarkan *teks* masukan terbaru tanpa mempertimbangkan percakapan sebelumnya, yang dapat mengakibatkan *respons* yang tidak relevan atau tidak masuk akal, maka berdasarkan beberapa permasalahan tersebut maka dibutuhkannya penilaian terhadap aplikasi ChatGPT [3].

Metode *E-Servqual* digunakan untuk menilai dan memahami kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atau organisasi melalui platform online atau internet. Hal ini membantu dalam mengevaluasi persepsi pelanggan terhadap berbagai aspek layanan yang disediakan secara digital [4]. penulis memilih metode ini karena metode *E-Servqual* itu sendiri menganalisis tentang kualitas layanan sebuah sistem informasi, dan permasalahan yang ditemui pada aplikasi ChatGPT sesuai dengan variabel yang ada pada metode *servqual*.

Selain itu, penelitian sejenis yang sebanding dengan yang peneliti lakukan yaitu sebagai berikut : Penelitian dengan judul Analisis Kepuasan Konsumen Melalui E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak.com (Studi Pada Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi) ini menggunakan metode yang sama dengan yang sedang penulis gunakan dan menggunakan alat perhitungan yang sama, dengan jumlah responden sebanyak 98 orang.[5]; Penelitian dengan judul Analisis E-Service Quality dan Harga dalam Membangun Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa Universitas Catur Insan Cendekia Pengguna Grab) penulis dalam penelitian ini menggunakan metode yang sama dengan yang penulis gunakan bedanya didalam penelitian ini hanya menggunakan 4 variabel, dengan menggunakan alat perhitungan yang sama, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.[6]; Penelitian dengan judul Pengaruh E-

Service Quality Terhadap E-Loyalty Melalui E-Satisfaction (Studi Pada Pelanggan Toko Online Shopee Di Kota Medan) dimana penulis dalam penelitian ini menggunakan metode yang sama dengan yang sedang penulis gunakan namun didalam penelitian ini hanya menggunakan 5 variabel saja dengan alat perhitungan yang sama dan dengan responden berjumlah 128 responden.[7]; Penelitian dengan judul Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan Shopee penulis dalam penelitian ini menggunakan metode yang sama dengan yang penulis gunakan hanya saja didalam penelitian ini menggunakan alat perhitungan Smart-PLS dengan responden sebanyak 126 orang.[8]; Penelitian dengan judul Analisis E-Service Quality Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital penulis dalam penelitian ini menggunakan metode yang sama dengan yang penulis gunakan, dengan alat perhitungan yang sama tapi didalam penelitian ini tidak diketahui berapa banyak responden yang didapatkan.[9]

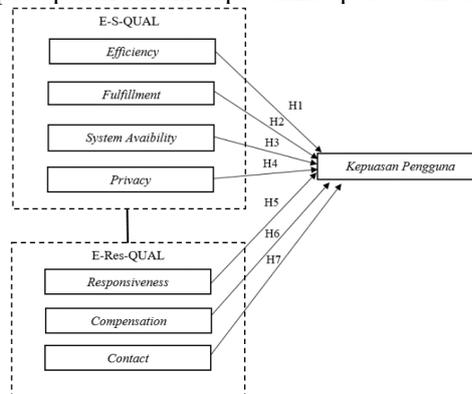
Adapun tujuan yang akan dicapai oleh penelitian ini adalah untuk mengetahui cara menganalisis variabel apa yang paling berpengaruh pada kepuasan pengguna terhadap aplikasi ChatGPT, untuk mengetahui faktor apa yang dominan pada aplikasi ChatGPT dan untuk dapat mengetahui item-item yang ada pada dimensi E-Servqual yang berkontribusi paling besar dalam pengukuran kepuasan pengguna pada aplikasi ChatGPT.

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dengan adanya penelitian ini adalah bagi pihak ChatGPT hasil penelitian ini diharapkan menjadi masukan sehingga dapat meningkatkan kepuasan pengguna aplikasi ChatGPT dan untuk pembaca penelitian ini dapat dijadikan pembelajaran ataupun referensi khususnya untuk penelitian yang sejenis.

2. KERANGKA BERPIKIR

2.1 Model Penelitian

Model penelitian yang dibangun pada penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian [5]

2.2 Hipotesis Penelitian

Dari model penelitian yang dapat dilihat pada Gambar 1, maka dibangun hipotesis penelitian sebagai berikut :

H1 : Variabel *Efficiency* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

H2 : Variabel *Fulfillment* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

H3 : Variabel *System Availability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

H4 : Variabel *Privacy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

H5 : Variabel *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

H6 : Variabel *Compensation* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

H7 : Variabel *Contact* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Penelitian

Kerangka dalam penelitian adalah kumpulan konsep yang tersusun secara sistematis agar tujuan penelitian yang dilakukan menjadi baik, maka perlu adanya kerangka kerja (*Framework*) sebagai pedoman agar penelitian tersebut tersusun secara sistematis.

1. Identifikasi Masalah

Tahap identifikasi masalah merupakan tahap awal dari penelitian dimana penulis menentukan objek penelitian dan mencari permasalahan yang terjadi pada objek penelitian tersebut agar dapat dijadikan landasan untuk mencari literatur acuan .

2. Studi Litelatur

Pada tahap ini dilakukan pencarian landasan-landasan teori yang diperoleh dari berbagai buku maupun internet untuk melengkapi konsep, pembahasan penelitian dan meningkatkan pemahaman serta memperoleh gambaran terhadap topik penelitian. Studi Literatur yang digunakan di dapat dari *Google Scholar*, Jurnal, *E-Book* dan Internet.

3. Konseptual Model

Konseptual Model diawali dengan identifikasi faktor-faktor yang diperoleh dari kegiatan studi literature lalu membuat konsep yang dapat menggambarkan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas layanan pada aplikasi ChatGPT.

4. Pengumpulan data

Dalam proses penelitian ini penulis menggunakan metode kuesioner.

5. Analisis Data

Tahapan selanjutnya yaitu melakukan analisis guna mengetahui dan mengukur sejauh mana kepuasan pengguna Aplikasi ChatGPT berdasarkan hasil pengukuran *E-Servqual* dengan menggunakan SPSS dan dilakukan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh setiap dimensi terhadap kepuasan pengguna.

6. Pembuatan Laporan

Pada tahap ini dilakukan pembuatan laporan yang disusun berdasarkan hipotesis yang telah ditemukan.

3.2 Populasi Dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono [10] “adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi adalah sejumlah individu atau subyek pada wilayah dengan waktu dan kualitas tertentu yang akan diamati. Populasi dalam penelitian ini diketahui sejumlah 8464 pengguna aplikasi ChatGPT.

Sedangkan Sampel adalah sebagian dari sejumlah populasi yang dipilih dengan menggunakan metode atau strategi tertentu [11]. Dalam analisis ini, penulis menggunakan probability sampling dengan menggunakan *Simple Random Sampling*.

Penelitian ini menggunakan tingkat keandalan 95% dan menggunakan tingkat kesalahan atau ketidaktelitian sebesar 5%. Berikut jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{3535}{1 + 3535 \cdot (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3535}{1 + 3535 \cdot \left(\frac{1}{20}\right)^2}$$

$$n = \frac{3535 \times 20^2}{20^2 + 3535}$$

$$n = \frac{282800}{787}$$

$$n = 359,3$$

Dari hasil perhitungan Slovin didapat jumlah sampel yang diambil adalah 359,3. Untuk mencegah kesalahan maka dibulatkan menjadi 385 agar lebih mewakili populasi.

3.3 Variabel dan Indikator Penelitian

Berikut ini adalah variabel dan indikator yang digunakan pada penelitian terhadap aplikasi ChatGPT yang dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1. Variabel dan Indikator Dalam Penelitian [12]

No	Variabel	Kode	Pertanyaan
1	<i>Efficiency</i>	X1.1	Aplikasi ChatGPT dapat diakses dengan cepat
		X1.2	Tampilan pada aplikasi ChatGPT mudah dipahami dan digunakan oleh pengguna
		X1.3	Aplikasi ChatGPT menyediakan segala informasi yang dibutuhkan oleh pengguna dan terorganisasi dengan baik

2	Fulfillment	X2.1	Fitur pencarian pada aplikasi ChatGPT bekerja dengan akurat dan menampilkan hal yang dibutuhkan oleh pengguna
		X2.2	Aplikasi ChatGPT memberikan Informasi dengan cepat tanpa ada kesalahan
		X2.3	Pelayanan dari pusat bantuan dapat memberikan solusi yang sesuai dengan permasalahan yang ada
3	System Availability	X3.1	Aplikasi ChatGPT bekerja dengan lancar saat digunakan
		X3.2	Fungsionalitas pada aplikasi ChatGPT berjalan sebagaimana mestinya sesuai dengan perintah Pengguna
		X3.3	Aplikasi ChatGPT dapat diakses kapan saja oleh pengguna
4	Privacy	X4.1	Aplikasi ChaGPT menjamin keamanan data pribadi pengguna
		X4.2	Aplikasi ChatGPT dapat menjaga kerahasiaan data pribadi pengguna
		X4.3	Aplikasi ChatGPT dapat melindungi profil pengguna apabila pengguna ingin berbagi pencariannya kepada orang lain
5	Responsiveness	X5.1	Adanya penanganan dari pihak pusat bantuan aplikasi ChatGPT dalam menangani keluhan dari pengguna.
		X5.2	Kecepatan respon pusat bantuan aplikasi ChatGPT dalam memproses pelayanan
		X5.3	Ketika respon aplikasi ChatGPT ada masalah yang tidak dapat diketahui, aplikasi ChatGPT memberikan informasi atau pemberitahuan kepada pengguna
6	Compensation	X6.1	Apakah penguuna mendapatkan kompensasi saat pengguna mengalami masalah atau ketidaknyamanan selama interaksi dengan ChatGPT
		X6.2	Seberapa puas pengguna dengan jawaban yang diberikan aplikasi ChatGPT apabila jawaban yang ditanyakan belum sesuai dan diganti dengan jawaban yang bisa diterima
		X6.3	Apakah pengguna merasa bahwa jawaban atau informasi yang diberikan sebanding dengan masalah yang ditanyakan
7	Contact	X7.1	Aplikasi ChatGPT menyediakan Fitur layanan pusat bantuan yang dapat dihubungi seperti email, atau langsung dari aplikasi ChatGPT.
		X7.2	Pusat bantuan yang tersedia di aplikasi ChatGPT dapat dihubungi setiap saat ketika pengguna membutuhkan.
		X7.3	Pusat bantuan mudah di akses
8	Kepuasan Pengguna	Y1	Pengguna merasa puas dan ingin menggunakan lagi
		Y2	Pengguna akan merekomendasikan aplikasi ChatGPT kepada orang lain
		Y3	Aplikasi ChatGPT menangani masalah dengan baik

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	Efficiency			
	X1.1	0.751	0.1034	Valid
	X1.2	0.727	0.1034	Valid
	X1.3	0.770	0.1034	Valid

2	Fulfillment			
	X2.1	0.767	0.1034	Valid
	X2.2	0.662	0.1034	Valid
	X2.3	0.813	0.1034	Valid
3	System Availability			
	X3.1	0.771	0.1034	Valid
	X3.2	0.731	0.1034	Valid
	X3.3	0.744	0.1034	Valid
4	Privacy			
	X4.1	0.780	0.1034	Valid
	X4.2	0.784	0.1034	Valid
	X4.3	0.717	0.1034	Valid
5	Responsiveness			
	X5.1	0.820	0.1034	Valid
	X5.2	0.765	0.1034	Valid
	X5.3	0.814	0.1034	Valid
6	Compensation			
	X6.1	0.783	0.1034	Valid
	X6.2	0.780	0.1034	Valid
	X6.3	0.712	0.1034	Valid
7	Contact			
	X7.1	0.805	0.1034	Valid
	X7.2	0.677	0.1034	Valid
	X7.3	0.769	0.1034	Valid
8	Kepuasan Pengguna			
	Y1	0.752	0.1034	Valid
	Y2	0.770	0.1034	Valid
	Y3	0.734	0.1034	Valid

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa semua nilai outer loading berada diatas 0,6 sehingga dalam semua indikator variabel tidak ada yang perlu dieliminasi dari model [13].

3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
1	<i>Efficiency</i>	0,610 > 0,60	Reliabel
2	<i>Fulfillment</i>	0,611 > 0,60	Reliabel
3	<i>System Avaibility</i>	0,608 > 0,60	Reliabel
4	<i>Privacy</i>	0,636 > 0,60	Reliabel
5	<i>Responsiveness</i>	0,631 > 0,60	Reliabel
6	<i>Compensation</i>	0,632 > 0,60	Reliabel
7	<i>Contact</i>	0,614 > 0,60	Reliabel

Pada tabel 3 menunjukan bahwa semua nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 yang artinya semua indikator pada variabel tersebut dinyatakan reliabel [16].

3.3 Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
X1	0,215 > 0,10	4,650 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X2	0,380 > 0,10	2,628 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X3	0,229 > 0,10	4,371 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X4	0,427 > 0,10	2,339 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X5	0,346 > 0,10	2,892 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolinearitas
X6	0,371 > 0,10	2,694 < 10,00	Tidak Terjadi Multikolinearitas

X7	0,439>0,10	2,279<10,00	Tidak Terjadi Multikolinearitas
----	------------	-------------	---------------------------------

Dari hasil uji multikolinearitas dapat dilihat nilai Tolerancinya dari ketiga variabel independen lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10, jadi kesimpulan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi. Tujuan dari multikolinearitas untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya variabel bebas. Model korelasi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi variabel bebas [17].

3.4 Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Rangkuman Hasil Regresi [16]

Variabel	Koefesien Regresi	T Hitung	Signifikasi
Konstanta	2,606	5,520	0,000
X1	-0,019	-0,247	0,805
X2	0,158	2,758	0,006
X3	0,219	2,994	0,003
X4	0,060	1,153	0,250
X5	0,122	2,054	0,041
X6	0,162	2,878	0,004
X7	0,138	2,597	0,010
F hitung = 57,697 R ² = 0,534			

Dari tabel 5 diatas maka dapat disimpulkan :

1. Nilai constant adalah = 1,520, nilai constant positif menunjukkan pengaruh positif variabel independen
Nilai constant adalah = 2,606, nilai constant positif menunjukkan pengaruh positif variable independen naik atau berpengaruh dalam satu satuan, maka variable terpenuhi.
2. Jika nilai koefisien beta pada dimensi *Efficiency* sebesar -0,019 yang berarti jika dimensi *Efficiency* mengalami penurunan, maka kepuasan pengguna aplikasi ChatGPT akan mengalami penurunan sebesar -0,019 satuan dengan asumsi variabel atau dimensi independen lainnya bernilai tetap atau nol.
3. Jika nilai koefisien beta pada dimensi *Fulfillment* sebesar 0,158 yang berarti jika dimensi *Fulfillment* mengalami peningkatan sebesar 0,158 satuan dengan asumsi variable atau dimensi independen lainnya bernilai tetap atau nol.
4. Jika Nilai koefisien beta pada dimensi *Privacy* sebesar 0,060 yang berarti jika dimensi *Privacy* mengalami peningkatan sebesar 0,060 dengan asumsi variable atau dimensi independen lainnya bernilai tetap atau nol.
5. Jika nilai koefisien beta pada dimensi *Responsiveness* sebesar 0,122 yang berarti jika dimensi *Responsiveness* mengalami peningkatan sebesar 0,122 satuan dengan asumsi variable atau dimensi independen lainnya bernilai tetap atau nol.
6. Jika nilai koefisien beta pada dimensi *Compensation* sebesar 0,162 yang berarti jika dimensi *Compensation* mengalami peningkatan sebesar 0,162 satuan dengan asumsi variable atau dimensi independen lainnya bernilai tetap atau nol.
7. Jika nilai koefisien beta pada dimensi *Contact* sebesar 0,138 yang berarti jika dimensi *Contact* mengalami peningkatan sebesar 0,138 satuan dengan asumsi variable atau dimensi independen lainnya bernilai tetap atau nol.

3.5 Uji F

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1199.743	7	171.392	57.697	.000 ^b
	Residual	1045.632	352	2.971		
	Total	2245.375	359			
a. Dependent Variable: TotalY						
b. Predictors: (Constant), TotalX7, TotalX2, TotalX3, TotalX4, TotalX6, TotalX5, TotalX1						

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 6 dengan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ dilihat bahwa nilai F dihitung sebesar $57,697 > 2,035$ F tabel dengan probabilitas atau signifikan (sig) $0,00 < 0,05$, disimpulkan bahwa keseluruhannya variable *Service Quality* beserta dimensinya (*efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, dan contact*) secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pengguna

3.6 Uji T

Tabel 7. Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.606	.472		5.520	.000
	TotalX1	-.019	.075	-.019	-.247	.805
	TotalX2	.158	.057	.163	2.758	.006
	TotalX3	.219	.073	.228	2.994	.003
	TotalX4	.060	.052	.064	1.153	.250
	TotalX5	.122	.059	.127	2.054	.041
	TotalX6	.162	.056	.172	2.878	.004
	TotalX7	.138	.053	.143	2.597	.010

a. Dependent Variable: TotalY

Hasil dari Uji Koefisien Regresi secara parsial (Uji T) menunjukkan bahwa:

- Hasil uji T menunjukkan dimensi *Efficiency* (X1) terhadap Kepuasan pengguna (Y) adalah $0,805 > 0,05$ dan t hitung $-0,247 < t$ tabel 1,966 jadi H1 atau hipotesis pertama ditolak, kesimpulannya yaitu tidak terdapat pengaruh positif variabel X1 terhadap Y. Hal diatas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Andrew Tanny Lieam, Ibrena Reghuella Chrisanti, Alvin Sandag dengan judul Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Mobile Banking PT. Bank XYZ Wilayah Airmadidi Menggunakan E-Servqual [14]
- Hasil uji T menunjukkan dimensi *Fulfillment* (X2) terhadap Kepuasan pengguna (Y) adalah $0,006 < 0,05$ dan t hitung $2,758 > t$ tabel 1,966 jadi H2 atau hipotesis kedua diterima, kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh positif variabel X2 terhadap Y.
- Hasil uji T menunjukkan dimensi *System Availability* (X3) terhadap Kepuasan pengguna (Y) adalah $0,003 < 0,05$ dan t hitung $2,994 < t$ tabel 1,966 jadi H3 atau hipotesis ketiga diterima, kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh positif variabel X3 terhadap Y.
- Hasil uji T menunjukkan dimensi *Privacy* (X4) terhadap Kepuasan pengguna (Y) adalah $0,250 > 0,05$ dan t hitung $1,153 < t$ tabel 1,966 jadi H4 atau hipotesis keempat ditolak, kesimpulannya yaitu tidak terdapat pengaruh positif variabel X4 terhadap Y. Hal diatas sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Rizka Septiana Putri, Sarah Astiti, dan Rona Nisa Sofia Amriza dengan judul Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan E-Commerce Jd.Id Menggunakan Metode E-Servqual [14].
- Hasil uji T menunjukkan dimensi *Responsiveness* (X5) terhadap Kepuasan pengguna (Y) adalah $0,041 < 0,05$ dan t hitung $2,054 > t$ tabel 1,966 jadi H5 atau hipotesis kelima diterima, kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh positif variabel X5 terhadap Y.
- Hasil uji T menunjukkan dimensi *Compensation* (X6) terhadap Kepuasan pengguna (Y) adalah $0,004 < 0,05$ dan t hitung $2,878 > t$ tabel 1,966 jadi H6 atau hipotesis ke enam diterima, kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh positif variabel X6 terhadap Y.
- Hasil uji T menunjukkan dimensi *Contact* (X7) terhadap Kepuasan pengguna (Y) adalah $0,010 < 0,05$ dan t hitung $2,597 > t$ tabel 1,966 jadi H7 atau hipotesis ke tujuh diterima, kesimpulannya yaitu terdapat pengaruh positif variabel X7 terhadap Y.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil uji hipotesis dengan uji koefisien regresi secara parsial (Uji T), maka disimpulkan bahwa dari tujuh hipotesis yang telah dibuat, ada 5 hipotesis yang diterima dan ada 2 hipotesis yang ditolak.

Adapun 5 hipotesis yang diterima adalah : *Fulfillment* (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna (Y), *System Availability* (X3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (Y), *Responsiveness*

(X5) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (Y), *Compensation* (X6) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (Y), *Contact* (X7) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

Sementara untuk 2 hipotesis yang ditolak/tidak diterima adalah : *Efficiency* (X1) tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna (Y) dan *Privacy* (X4) tidak berpengaruh positif terhadap Kepuasan pengguna (Y).

REFERENCES

- [1] K. T. Kustina and Y. W. Sugiarto, "PENGARUH PENERAPAN BRANCHLESS BANKING DAN E-BANKING TERHADAP KINERJA KEUANGAN SEKTOR PERBANKAN DI INDONESIA a," *J. Ilm. Akunt. dan Bisnis*, vol. 5, no. 1, pp. 2528–1216, 2020, [Online]. Available: <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/akuntansi>.
- [2] L. Sitohang and Agustawan, "Upaya Meningkatkan Pemahaman Dan Keamanan Dalam Penggunaan Aplikasi Brimo Kepada Nasabah Di Pt Bank Rakyat Indonesia (Bri) Di Kantor Kcp Ahmad Yani," *SEMAR J. Sos. dan Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 01, pp. 36–44, 2023, doi: 10.59966/semar.v1i01.15.
- [3] R. R. Uopmabin and M. Supriyadi, "Rini Rosfika Uopmabin 1," pp. 7–14, 2023.
- [4] G. Whimphie Billyarta and E. Sudarusman, "Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Marketplace Shopee Di Sleman Diy," *Optimal*, vol. 18, no. 1, pp. 41–62, 2021.
- [5] Gupron, "ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN MELALUI E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DARING DI APLIKASI BUKALAPAN.COM (Studi Pada Mahasiswa Universitas Batanghari Jambi)," *J. Manaj. Pendidik. dan Ilmu Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 506–515, 2020, doi: 10.38035/JMPIS.
- [6] R. Ratih Pratiwi, S. Pranata, and C. Lukita, "Analisis E-Service Quality dan Harga dalam Membangun Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa Universitas Catur Insan Cendekia Pengguna Grab)," vol. 01, no. 02, pp. 1–6, 2023.
- [7] M. Gusandra Saragih, "PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP E-LOYALTY MELALUI E-SATISFACTION (STUDI PADA PELANGGAN TOKO ONLINE SHOPEE DI KOTA MEDAN)," *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Inform.)*, vol. 15, no. 3, pp. 238–251, 2019, doi: 10.26487/jbmi.v15i3.4543.
- [8] A. Akbar, "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS LAYANAN SHOPEE," *Sci. Manag. Rev.*, vol. 1, no. 2, p. 2022, 2022, [Online]. Available: <https://www.ojk.go.id/>.
- [9] B. Tri Irlia, "Analisis E-Service Quality dan Perceived Value terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital," *Manag. Stud. Entrep. J. ...*, vol. 3, no. August, pp. 2183–2189, 2022, [Online]. Available: <https://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/view/761%0Ahttps://journal.yrpiiku.com/index.php/msej/article/download/761/604>.
- [10] A. Fransisca, "Implementasi Mett Ā Sutta Terhadap Metode Pembelajaran Di," *ilmu agama dan Pendidik. agama Buddha*, vol. 2, no. March, pp. 1–13, 2020.
- [11] Sugiyono, "Pengaruh Profitabilitas Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015," "Metode Penelit. pada dasarnya merupakan cara Ilm. untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu." *Dalam*, vol. 1, no. 2, pp. 47–71, 2017.
- [12] M. Trianawati, "Pengaruh E-Service Quality, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo) Perkenalkan," 2022.
- [13] D. Aristanto, "Pengaruh Knowledge Sharing Terhadap Individual Innovation Capability Dan Kinerja Karyawan (Studi Pada Pt. Pln (Persero) Unit Induk Pembangunan Sulawesi Bagian Utara)," *J. Ris. Ekon. Manajemen, Bisnis dan Akunt.*, vol. 5, no. 2, pp. 1539–1545, 2017.
- [14] Khaeryna Adam and Irwan, "Metode Partial Least Square (PLS) dan terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone)," *J. Teknosains*, vol. 9, no. 1, pp. 53–68, 2015.
- [15] P. D. S. H. Luh and S. D. Gede, "PENGARUH KEBIJAKAN PEMERIKSAAN, KEBIJAKAN AKSES INFORMASI KEUANGAN DAN FORENSIK DIGITAL TERHADAP KUALITAS PEMERIKSAAN PAJAK," *Ilm. Indones.*, vol. 1999, no. December, pp. 1–6, 2006.
- [16] I. Kusna and E. Setijani, "Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Growth Opportunity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan," *J. Manaj. Dan Kewirausahaan*, vol. 6, no. 1, pp. 93–102, 2018, doi: 10.26905/jmdk.v6i1.2155.