



ANALISIS KUALITAS LAYANAN *E-COMMERCE* HNI.ID TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DENGAN MENGUNAKAN METODE *E-SERVQUAL*

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada
Program Studi Sistem Informasi

Oleh:

SITI RUBAYATI

11453201587



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU

2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN
ANALISIS KUALITAS LAYANAN *E-COMMERCE* HNI.ID
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DENGAN
MENGGUNAKAN METODE *E-SERVQUAL*

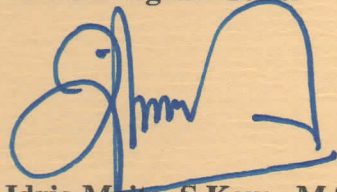
TUGAS AKHIR

Oleh:

SITI RUBAYATI
11453201587

Telah diperiksa dan disetujui sebagai laporan tugas akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 13 Desember 2019

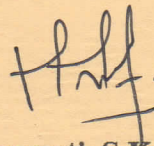
Ketua Program Studi



Idria Maita, S.Kom., M.Sc.

NIP. 197905132007102005

Pembimbing



Megawati, S.Kom., MT.

NIK. 130508038

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS KUALITAS LAYANAN *E-COMMERCE* HNI.ID TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DENGAN MENGUNAKAN METODE *E-SERVQUAL*

TUGAS AKHIR

Oleh:

SITI RUBAYATI

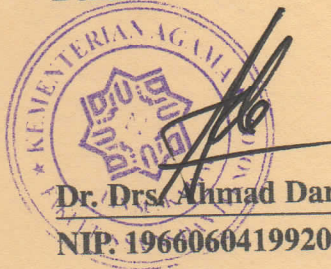
11453201587

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 21 November 2019

Pekanbaru, 21 November 2019

Mengesahkan,

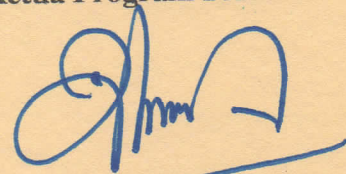
Dekan



Dr. Drs. Ahmad Darmawi, M.Ag.

NIP. 196606041992031004

Ketua Program Studi



Idria Malta, S.Kom., M.Sc.

NIP. 197905132007102005

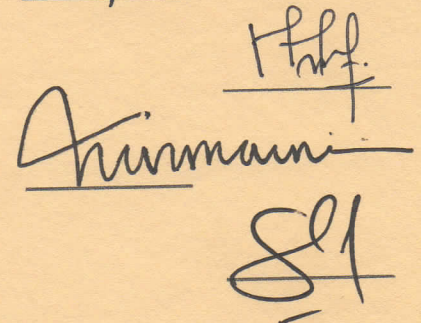
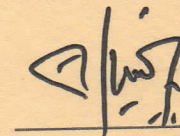
DEWAN PENGUJI:

Ketua : Arif Marsal, Lc., MA,

Sekretaris : Megawati, S.Kom., MT.

Anggota 1 : Nurmaini Dalimunthe, S.Kom., M.Kes.

Anggota 2 : Siti Monalisa, ST., M.Kom.





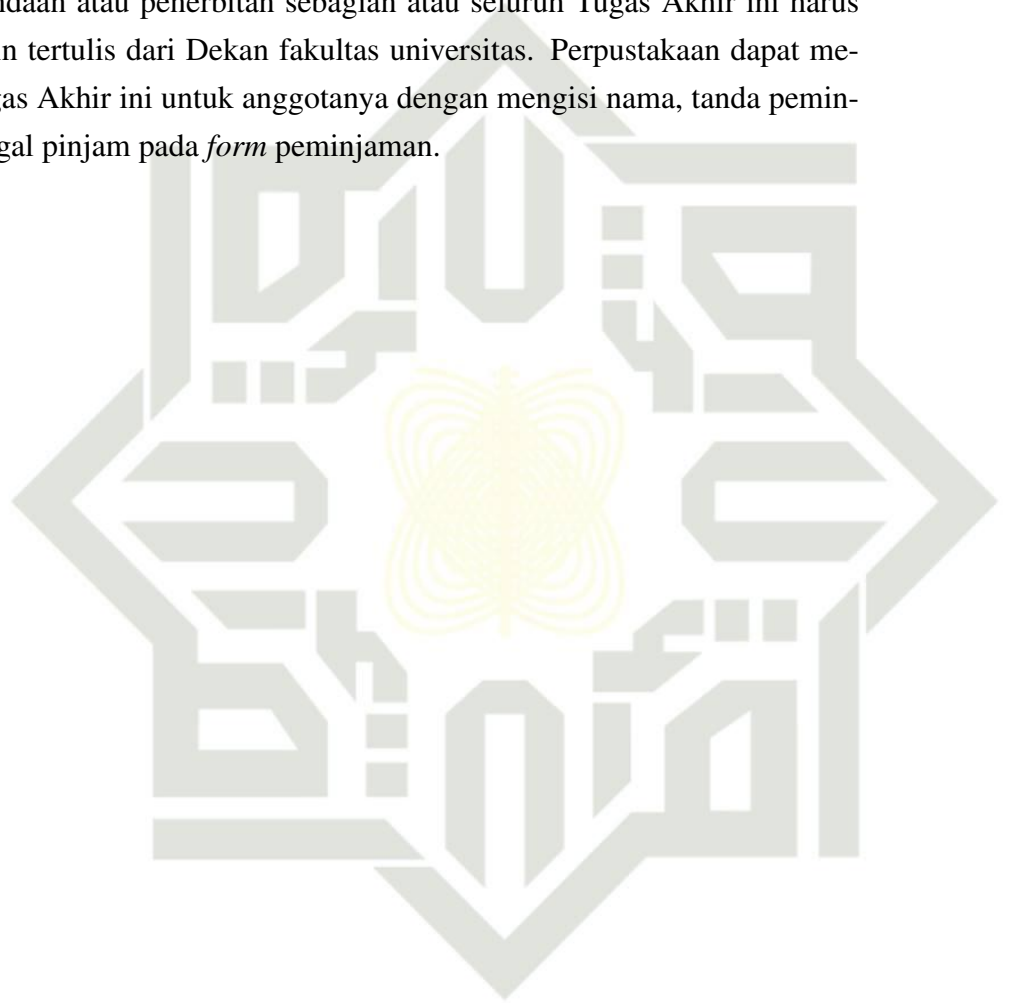
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan fakultas universitas. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



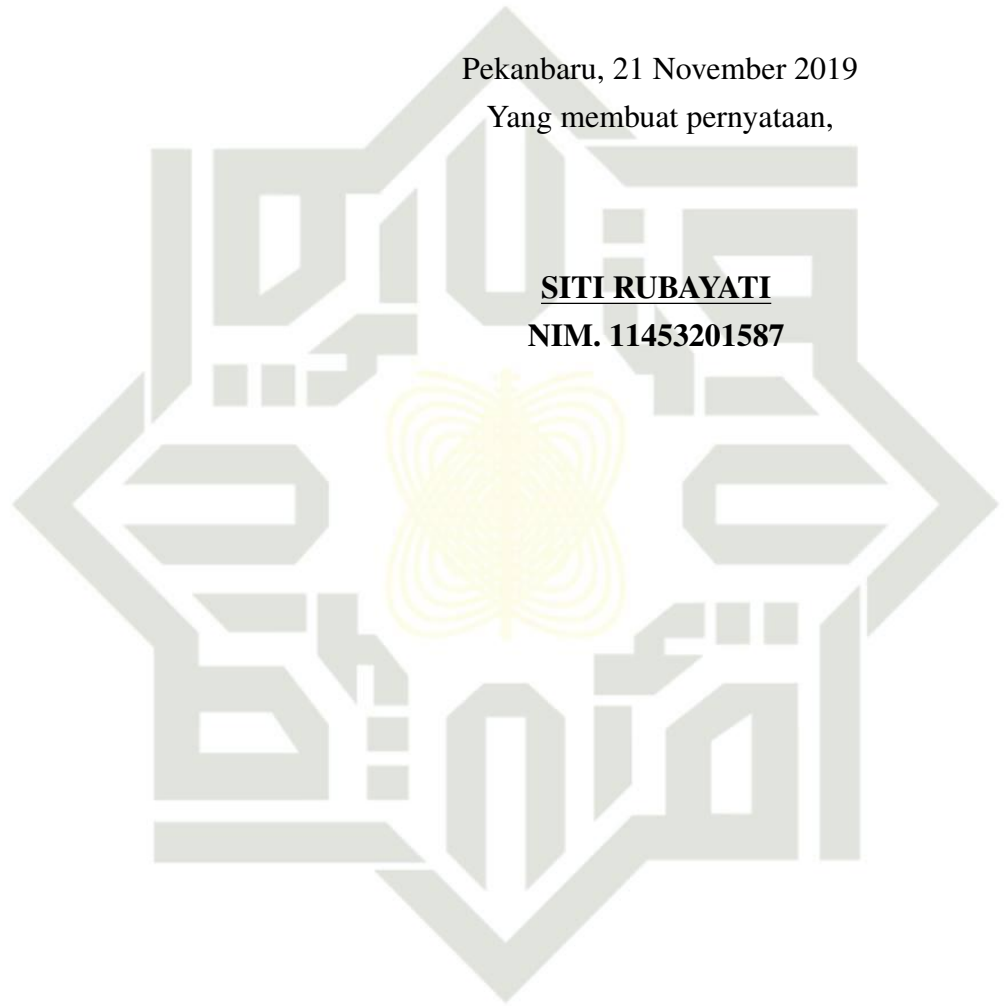
LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 21 November 2019

Yang membuat pernyataan,

SITI RUBAYATI
NIM. 11453201587



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Firman Allah dalam QS. Al-Insyirah : 6-8 yang artinya “*Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan , maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh sungguh (urusan) yang lain, dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap* “

Segala puji bagimu Allah Yang selalu memberikan kenikmatan yang tiada habisnya, kekuatan, kesabaran, keikhlasan dan kesehatan hingga dapat terselesaikan semua ini, dan engkau hadirkan orang-orang yang luar biasa memberikan dukungan kepadaku. Bapak Mamak. . .

Terima kasih atas segalanya, tak dapat terungkap oleh kata-kata, tanpa do'a dan dukungan mu anakmu takkan mampu berdiri hingga ketahap ini. Perjuangan Bapak dan Mamak begitu besar untukku. Titisan doa, air mata dan peluh perjuanganmu telah membawaku memasuki gerbang kesuksesan. . .

Terima kasih yang tak terhingga untuk semua kasih sayang, do'a dan pengorbanan yang telah Bapak dan MamakAku mencintaimu.. Gelar ini ku persembahkan kepadamu pak, mak. . .

Ya Allah... ampuni segala dosa orangtuaku sayangilah mereka Ya Allah, sebagaimana mereka menyayangiku sewaktu kecil, berikanlah kesehatan dan kebahagiaan selalu kepada mereka ya robb. . .

Aamiin. . .

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin penulis ucapkan sebagai rasa syukur kepada Allah SWT atas segala nikmat, karunia dan rahmat-Nya yang tak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Analisis kualitas layanan e-commerce HNI.id terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode e-servqual”. Sholawat serta salam terucap buat junjungan alam Nabi besar Muhammad SAW Allahumma Sholli’ala Sayyidina Muhammad Wa’ala Ali Sayyidina Muhammad. Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada program studi Sistem Informasi.

Dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini, banyak pihak yang telah membantu penulis baik berupa materi, moril dan motivasi. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih dan do’a kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag., M.Ag., sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Drs. Ahmad Darmawi, M.Ag., sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Ibu Idria Maita, S.Kom., M.Sc., sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Bapak Arif Marsal, Lc. MA., sebagai ketua sidang tugas akhir.
5. Ibu Megawati, S.Kom., MT., sebagai dosen pembimbing tugas akhir ini.
6. Ibu Nurmaini S.Kom, M.Kes sebagai Dosen Penguji I (satu) Tugas Akhir yang telah memberikan masukan dan arahan penyelesaian Tugas Akhir ini.
7. Ibu Siti Monalisa ST, M.Kom sebagai Dosen Penguji II (dua) Tugas Akhir yang telah memberikan masukan dan arahan penyelesaian Tugas Akhir ini.
8. Bapak Anofrizen S.Kom, M.Kom sebagai Penasehat Akademik yang memberikan nasehat dan bimbingan.
9. Ibu Dian Ramadhani S.Kom. sebagai Koordinator Tugas Akhir Program Studi Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
10. Segenap Dosen dan Karyawan Program Studi Sistem Informasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
11. Bapak Ridho Hidayatsyah ST, sebagai pimpinan BC 4 melati Pekanbaru.
12. Bapak Habibul Wahyudi sebagai *customer service* BC 4 melati Pekanbaru Kepada ayahanda Suprpto, dan Ibunda Suwiji, terima kasih yang tiada hentinya, sebagai motivator utama dalam penyelesaian Tugas Akhir ini karena telah memberikan dukungan berupa moril maupun materil, do’a, perha-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tian, kasih sayang dan semangat yang tiada henti.

Kepada adik ku tersayang, Edi Susanto, yang memberi do'a semangat dan dukungan kepada penulis hingga selesainya tugas akhir ini. Salam kangen selalu untukmu.

Kepada keluarga besar, yang memberi do'a semangat dan dukungan kepada penulis hingga selesainya tugas akhir ini.

Terimakasih tak terhingga untuk unik family, olip sebagai kakak kedua, jaidid sebagai kakak ketiga dan si kecilku hikmah bungsu, yang memberikan inspirasi dan semangat dengan keunikan kalian.

Terimakasih untuk teman-teman di sukses mulia, kak A yang selalu jadi teman curhat tiada henti juga sebagai teman yang sama absurdnya, Rini Dan Siti Sahidah juga yang memberikan inspirasi dan semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini

Terimakasih kepada Dafit Syaputra dan Nur Fitriyanti yang banyak membantu dan ditanya tanpa kenal waktu dalam pengurusan prosedur Tugas Akhir. Tidak lupa juga buat teman-teman Sistem Informasi, Windi, Mini Selvy Vira Mentari dan yang lainnya buat kelas D semuanya, khususnya angkatan 2014 yang telah mewarnai hari-hari penulis yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu.

19. Seluruh Senior-senior Sistem Informasi yang telah membantu memberikan masukan-masukan positif kepada penulis

Penulis menyadari dalam penulisan laporan ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan laporan ini sehingga lebih baik dan bermanfaat bagi yang membutuhkannya.

Pekanbaru, 13 Desember 2019

Penulis,

UIN SUSKA RIAU

SITI RUBAYATI
NIM. 11453201587



ANALISIS KUALITAS LAYANAN *E-COMMERCE* HNI.ID TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DENGAN MENGUNAKAN METODE *E-SERVQUAL*

SITI RUBAYATI
NIM: 11453201587

Tanggal Sidang: 21 November 2019
Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

ABSTRAK

HNI HPAI merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang herbal yang mengeluarkan produk-produk herbal halal dan berkualitas yang terjaga alamiah, ilmiah dan ilahiahnya. Salah satu fasilitas pendukung yang digunakan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya yaitu *E-commerce* HNI.id. Namun dalam penerapan *E-commerce* HNI.id ini masih ditemukan masalah yang terjadi yaitu menu info di HNI *mobile* tidak dapat di akses dan *link* CRM HNI, syarat dan ketentuan serta kebijakan privasi tidak dapat menyambung ke *link* tujuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kualitas layanan *E-commerce* HNI.id terhadap kepuasan pengguna dengan membandingkan antara persepsi dan ekspektasi pengguna, metode yang digunakan yaitu *e-servqual*. Dari hasil penelitian maka didapatkan nilai gap perdimensi yang bernilai positif yaitu pada dimensi efisiensi gap bernilai (0.02) dimensi *reability* yaitu (0.19), dimensi *fulfillment* yaitu (0,05), dimensi *responsive* yaitu (0.04) dan dimensi kontak yaitu (0.12). sedangkan gap bernilai negatif ada pada dimensi privasi yaitu (-0.03) dan dimensi kompensasi yaitu (-0.03). Nilai TESQ yang diperoleh adalah (0.067) dengan hasil positif yang artinya layanan yang diberikan oleh *E-commerce* HNI.id saat ini dapat dikatakan sangat memuaskan. Dan hasil dari pengolahan data responden dihasilkan nilai CSI sebesar 0.79 (79%) maka nilai CSI berada pada kriteria 0.00-0.80 yang artinya pengguna merasa puas dengan layanan *E-commerce* HNI.id.

Kata Kunci: *CSI, E-commerce E-Servqual, HNI.id, TESQ.*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Strategic Planning of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



QUALITY ANALYSIS OF HNI.ID E-COMMERCE SERVICE TO USER SATISFACTION USING E-SERVQUAL METHOD

SITI RUBAYATI
NIM: 11453201587

Date of Final Exam: 21 November 20th 2019
Graduation Period:

Department of Information System
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru

ABSTRACT

HNI HPAI is a company engaged in herbs that releases halal and quality herbal products that are maintained naturally, scientifically and divinely. One of the supporting facilities used in providing services to customers is E-commerce HNI.id. but in the implementation of HNI.id E-commerce, problems were still found. The purpose of this study is to analyze the level of quality of HNI E-commerce services to user satisfaction by comparing between users' perceptions and expectations, the method used is e-servqual. From the results of the study, it was found that the dimension of gap dimension which is positive is the dimension of efficiency gap value (0.02) the dimension of reliability is (0.19), the fulfillment dimension is (0.05), the responsive dimension is (0.04) and the contact dimension is (0.12). while the negative gap exists in the privacy dimension (-0.03) and the compensation dimension (-0.03). The TESQ value obtained is (0.067) with positive results which means that the services provided by HNI.id E-commerce at this time can be said to be very satisfying. And the results of respondent data processing resulted in a CSI value of 0.79 (79%), then the CSI value was in the criteria 0.00-0.80 which means that the user was satisfied with the HNI.id E-commerce service.

Keywords: *CSI, E-commerce E-Servqual, HNI.id, TESQ.*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR SINGKATAN	xvii
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
2 LANDASAN TEORI	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Pengertian Analisis	7
2.3 Tahapan Analisis	7
2.4 Pengertian Sistem Informasi	8
2.5 <i>E-Commerce</i>	8
2.6 Pengertian Kualitas Layanan	8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7	Kepuasan Pengguna/Pelanggan	9
2.7.1	Mengukur Kepuasan pelanggan/Pengguna	11
2.7.2	Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan /Pengguna	12
2.8	HNI.id	12
2.8.1	Tampilan HNI.id	12
2.8.2	Fitur-fitur HNI.id	16
2.9	<i>Electronic Servise Quality (E-Servqual)</i>	17
2.9.1	Dimensi <i>E-Servqual</i>	19
2.9.2	Model <i>E-servqual</i>	19
2.9.3	Perhitungan <i>E-servqual</i>	21
2.9.4	Perhitungan <i>Customer Satisfaction Indeks (CSI)</i>	23
2.10	Populasi dan Sampel	25
2.11	Menentukan Ukuran Sampel	25
2.12	Uji Validitas dan Reliabilitas	26
2.13	SPSS	27
2.14	Sejarah singkat HNI-HPAI	28
2.14.1	Manajemen PT. HPAI	29
2.14.2	MOTTO, VISI dan MISI	29
2.14.3	Cabang PT HNI HPA Indonesia	29
2.14.4	Struktur organisasi BC Pekanbaru	30
3	METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1	Tahap Perencanaan	33
3.1.1	Menentukan Masalah	33
3.1.2	Menentukan Tujuan	33
3.1.3	Menentukan Data Yang Dibutuhkan	33
3.2	Tahap Pengumpulan Data	34
3.2.1	Studi Pustaka	34
3.2.2	Wawancara	34
3.2.3	Observasi	34
3.2.4	Kuisiuner	34
3.3	Tahap Pengolahan Data	35
3.3.1	Mengolah data kuisiuner berdasarkan dimensi E-Servqual	35
3.3.2	Uji Validitas dan Reliabilitas	35
3.3.3	Perhitungan nilai <i>E-Servqual</i>	36
3.3.4	Perhitungan nilai <i>CSI (Customer Satisfaction Indeks)</i>	36
3.4	Tahap Pengolahan Data	36

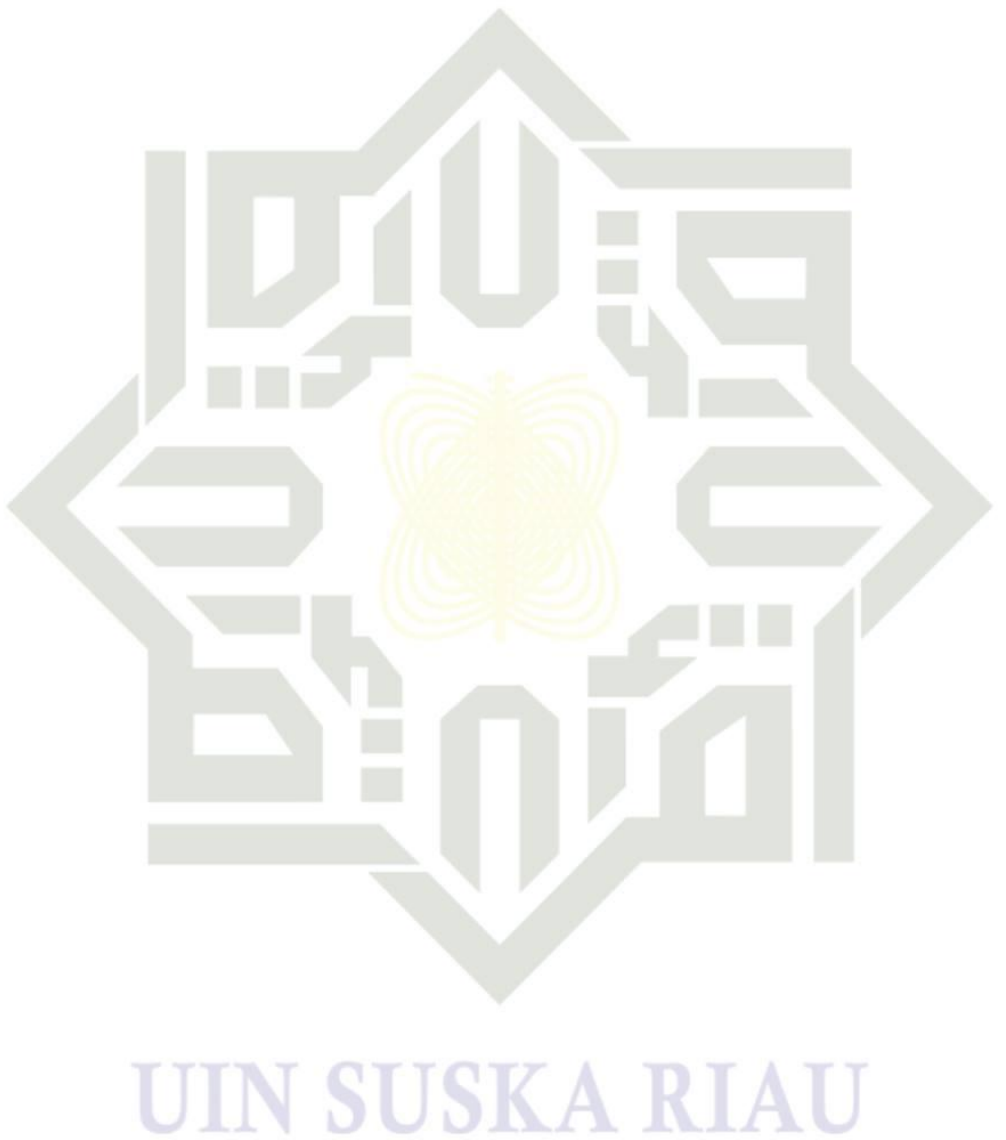


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.5	Hasil	37
4	ANALISIS DAN HASIL	38
4.1	Analisis e-commerce HNI.id	38
4.2	Analisis proses bisnis HNI.id	38
4.3	Identifikasi Masalah	39
4.4	Analisis Responden	40
4.4.1	Populasi dan Sampel	40
4.4.2	Karakteristik Responden	41
4.5	Pengolahan Data dan Analisis	44
4.5.1	Uji validitas	44
4.5.2	Uji Reliabilitas	46
4.5.3	Perhitungan Nilai <i>E-Servqual</i>	48
4.5.4	Perhitungan CSI	53
4.6	Deskripsi pengolahan kuisiuner	56
4.6.1	Deskriptif variabel efesien	56
4.6.2	Deskriptif variabel kehandalan	57
4.6.3	Deskriptif Variabel <i>Fulfillment</i>	58
4.6.4	Deskriptif variabel privasi	59
4.6.5	Deskriptif variabel responsive	59
4.6.6	Deskriptif variabel kompensasi	60
4.6.7	Deskriptif Variabel Kontak	61
4.7	Hasil Analisis Deskriptif Pengolahan Kuesioner	62
4.8	Analisis masalah	62
4.8.1	Nilai <i>E servqual</i> Peritem Pernyataan	62
4.8.2	Nilai e-servqual perdimensi	65
4.8.3	Analisis Nilai TESQ	65
4.8.4	Analisis Nilai CSI	66
4.9	Rekomendasi	66
5	PENUTUP	71
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN A HASIL WAWANCARA		A - 1
LAMPIRAN B HASIL OBSERVASI		B - 1

LAMPIRAN C	DATA KUESIONER	C - 1
LAMPIRAN D	HASIL PENGOLAHAN PERSEPSI DAN EKSPEKTASI	D - 1
LAMPIRAN E	R TABEL	E - 1



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR GAMBAR

2.1	Halaman Depan	13
2.2	Halaman Login	13
2.3	Produk Yang Ditawarkan	14
2.4	Tampilan Registeasi Member	14
2.5	Kategori Produk Baru	15
2.6	Tampilan Chat Bantuan	15
2.7	Kategori Produk	15
2.8	Konfirmasi Pembayaran	16
2.9	Kategori Produk Diskon	16
2.10	Model Konseptual	20
2.11	Struktur Organisasi	30
3.1	Metodologi Penelitian	32
4.1	Proses Bisnis <i>E-Commerce</i>	38
4.2	karakteristik perponden berdasarkan umur	41
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan terakhir	42
4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan status pekerjaan	43
4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pengunjung	44
4.7	Gep Perpernyataan	62
4.8	Gap Peritm Perdimensi	65

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	1.1	Analisa permasalahan berdasarkan dimensi <i>E-servqual</i>	2
	2.1	Dimensi Kualitas Jasa <i>Online</i>	18
	2.2	Kriteria Nilai CSI <i>Customer Satisfaction Indeks</i>	25
	4.1	Analisa Permasalahan	39
	4.2	Uji Validitas Persepsi Pengguna	45
	4.3	Uji Validitas Harapan Pengguna	45
	4.4	Uji Reliabilitas Harapan Pengguna	47
	4.5	Nilai Rata-Rata Persepsi Dan Ekspektasi	48
	4.6	Rata-rata Perdimensi	50
	4.7	Nilai Rata-Rata Persepsi Dan Ekspektasi	50
	4.8	Nilai Rata Rata Persepsi Dan Ekspektasi	52
	4.9	MIS	53
	4.10	Nilai <i>Weight Score</i> (WS)	54
	4.11	Nilai <i>Weight Score</i> (WS)	55
	4.12	Nilai gap peritem pernyataan	63
	4.13	Rekomendasi	67

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR SINGKATAN

BC	: <i>Business Center</i>
CSI	: <i>Customer Satisfaction Indeks</i>
E-Servqual	: <i>Electronic Service Quality</i>
HNI	: <i>Herbal Network International</i>
HS	: <i>Highest Scale</i>
HSIS	: <i>HPA Sales Integrated System</i>
HPAI	: <i>Herbal Penawar Alwahida Indonesia</i>
MSS	: <i>Mean Satisfaction Score</i>
MIS	: <i>Mean Importance Score</i>
S	: Setuju
SPSS	: <i>Statistical Package for Social Science</i>
SS	: Sangat Setuju
STS	: Sangat Tidak Setuju
TESQ	: <i>Total Electronic Service Quality</i>
TS	: Tidak Setuju
WS	: <i>Weight Score</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB 1 PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Bisnis *online* saat ini sedang mengalami peningkatan. Dimana pada tahun 2013 terdapat sekitar 4,3 juta orang yang terbiasa berbelanja *online* dan mengalami peningkatan di tahun 2016 diperkirakan telah mencapai 8,4 juta pembeli. Inilah yang menjadi peluang besar bagi perusahaan yang bergerak di bidang bisnis *online* untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen (Deo, Sanjaya, dan Gandajaya, 2016).

Di Indonesia, belanja secara *online* saat ini telah menjadi pilihan banyak pihak untuk memperoleh barang, hal inilah yang menjadi pertimbangan diantaranya kemudahan dalam melakukan transaksi, keunikan barang yang ditawarkan, serta harga yang cukup bersaing kualitas barang dan lain sebagainya.

PT. herba pernawar alwahida Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang herbal, yang memiliki 80 *Business Center* dan memiliki sistem HSIS yang terhubung ke semua *Business Center* yang ada di 34 provinsi di Indonesia. PT. HPAI merupakan perusahaan herbal multi level terbaik dan terpercaya, hal ini dibuktikan dengan penghargaan yang diperoleh dalam ajang Indonesia *Inspire And Best Company Award* 2016. Seiring dengan berjalannya waktu perusahaan yang berkomitmen dalam kualitas produk dan kehalalannya ini berkembang dengan sangat pesat sehingga perusahaan memiliki anak perusahaan atau disebut dengan *business center* yang tersebar di seluruh kota besar Indonesia.

HNI merupakan perusahaan Halal Network di Indonesia yang mengeluarkan produk-produk herbal halal dan berkualitas yang terjaga alamiah, ilmiah dan ilahiahnya. HNI adalah era baru kejayaan bisnis Network Marketing Muslim. HNI memanfaatkan teknologi terkini untuk menciptakan layanan yang cepat, akurat dan memuaskan. HNI sudah memiliki layanan online dan offline yang cukup powerfull.

Aplikasi Penjualan Online yang disebut HPA Sales Integrated System (HSIS) telah diimplementasikan di *Business Center* dan seluruh Agenstok. Di lain pihak, penerapan HPAI Online Store memungkinkan Agen tinggal dimanapun bisa membeli secara online. HPAI menunjang program pemerintah untuk peduli pada lingkungan (*GO Green*) yaitu dengan mengurangi pencetakan kertas. Hal ini dilakukan dengan mengoptimalkan email, sms dan media chatting sosial sebagai media informasi ke Agen

Untuk meningkatkan efektifitas penjualan HNI HPAI memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan, salah satunya adalah dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menerapkan *e.commerce*. tujuan diterapkannya untuk mendukung dalam proses transaksi pembelian. Pelanggan dapat mengakses *E-commerce* HNI melalui <http://hpaindonesia.net/> untuk memilih jenis produk dan dapat melakukan pemesanan dalam waktu 24 jam.

Berdasarkan hasil wawancara (Lampiran A) dan wawancara (Lampiran B) yang dilakukan pada pihak HNI-HPAI dan beberapa pelanggan terdapat beberapa permasalahan yang akan di jelaskan pada Tabel 1.1

Tabel 1.1. Analisa permasalahan berdasarkan dimensi *E-servqual*

Dimensi	Masalah
<i>Efesiency</i>	Pelanggan lebih memilih untuk belanja di BC ataupun stokes dari pada di <i>e-commerse</i> , karena stokis sudah tersebar hingga pelosok di seluruh indonesia. Akibatnya mengurangi minat pelanggan untuk mengakses di <i>e-commerce</i> HNI <i>Mobile</i> .
<i>Fulfillment</i>	Stok barang yang di <i>e-commerce</i> kadang tidak tersedia di BC, PA, PSD, Stokis atau di pusat karna produk yang di inginkan sudah habis dan belum di produksi kembali.
<i>Reliabilitas</i>	Info bulanan yang terdapat di menu info pada aplikasi HNI <i>Mobile</i> tidak dapat di akses, ketika di klik salah satu info bulanan yang terdapat di aplikasi HNI <i>Mobile</i> , maka secara otomatis akan terunduh, namun setelah di klik ulang maka secara langsung akan keluar dari aplikasi HNI <i>Mobile</i> , akibatnya pengguna aplikasi HNI <i>Mobile</i> tidak dapat mengetahui info apa saja yang terdapat di aplikasi HNI <i>Mobile</i> .
<i>Reliabilitas</i>	Terdapat link CRM HNI, syarat dan ketentuan serta kebijakan privasi yang tidak dapat diakses dan tidak dapat menyambung ke ujuan link sehingga tidak dapat mengetahui informasi apa saja yang terdapat pada link CRM HNI

Kualitas layanan merupakan segala sesuatu yang memfokuskan pada usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang disertai dengan ketepatan dalam menyampaikannya, sehingga tercipta kesesuaian yang seimbang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan harapan pelanggan. Kualitas layanan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dengan kenyataan. Kesenjangan antara kedua hal ini merupakan persepsi kualitas layanan. Untuk memberikan layanan yang berkualitas, setiap instansi maupun perusahaan harus mampu mengetahui siapa yang menjadi pelanggannya dan apa yang diinginkan oleh pelanggannya (Diana, 2015)

Pelanggan dari suatu sistem informasi adalah orang-orang yang menggunakan sistem informasi tersebut dalam rangka mempermudah pekerjaan atau kegiatan mereka. Pengguna sistem informasi ini memiliki persepsi atau sudut pandang tersendiri terhadap kualitas sistem yang mereka gunakan, mereka mempunyai pandangan tersendiri tentang kepuasan mereka terhadap kualitas layanan sistem informasi. Kepuasan pengguna ini merupakan indikator penting yang menentukan tingkat keberhasilan pengembangan dan implementasi suatu sistem informasi. Kualitas sistem informasi didasarkan pada sudut pandang atau penilaian yang dilakukan oleh penggunanya (A. Parasuraman, Zeithaml. V., Berry, L., 1985),

Dalam penelitian ini menggunakan metode *E-Servqual*. Metode *E-Servqual* ini menghubungkan pandangan dari konsumen dan penyedia jasa mengenai kualitas pelayanan elektronik, serta merupakan dasar yang baik dalam memahami, mengukur dan memperbaiki kualitas pelayanan. Model ini lebih dikenal dengan model analisis kesenjangan, yang merupakan alat untuk menganalisa penyebab dari masalah pelayanan dan untuk memahami bagaimana kualitas pelayanan dapat diperbaiki. Metode *E-Servqual* ini memiliki tujuh dimensi yaitu efisiensi (*efficiency*), kendala (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), keamanan (*privacy*), pemenuhan (*fulfillment*), kompensasi (*compensation*) dan kontak (*contact*).

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang di atas, untuk mengetahui bagaimana kualitas layanan *e-commerce* HNI.id maka penulis tertarik untuk mengangkat masalah ini menjadi topik tugas akhir Analisis pengaruh Kualitas Layanan *E-commerce* HNI.id terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode *E-Servqual*.

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah untuk tugas akhir ini adalah bagaimana menganalisis Kualitas Layanan *E-commerce* HNI.id terhadap kepuasan pengguna dengan menggunakan metode *E-Servqual*?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah tugas akhir ini adalah:

Batasan penelitian ini dilakukan hingga Agustus 2019.

Metode analisis yang digunakan adalah metode *E-Servqual* dengan tujuh



dimensi yaitu: *reability, efficiency, fulfillment, privasi, responsifness, compensation* dan *contac*.

Responden pada penelitian ini adalah pengguna *E-Commerce* HNI.id.

Software yang digunakan untuk menganalisis statistic yaitu *SPSS 17.0 for windows*.

Analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis perhitungan *e-servqual*, dan perhitungan *Customers Satisfactions Indeks* (CSI).

1.4 Tujuan

Tujuan tugas akhir ini adalah:

Untuk menganalisis tingkat kualitas layanan *E-commerce* HNI.id terhadap kepuasan pengguna dengan membandingkan antara persepsi dan ekspektasi pengguna.

Untuk mengetahui tingkat kualitas layanan *e-commerce* dari setiap variabel dan untuk mengetahui variabel mana yang perlu diperbaiki.

3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan menentukan nilai CSI.

4. Memberikan nilai rekomendasi perbaikan layanan berdasarkan hasil pengukuran 7 dimensi pada *e-servqual*.

1.5 Manfaat

Manfaat tugas akhir ini adalah:

1. Dapat digunakan sebagai acuan penilaian terhadap analisis *E-commerce* dan dapat dimanfaatkan sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan *E-commerce* tersebut dimasa yang akan datang.

Dapat mengetahui tingkat kepuasan pengguna menggunakan nilai CSI.

Dapat memberikan nilai rekomendasi *e-commerce* berdasarkan hasil pengukuran dimensi yaitu: *reability, efficiency, fulfillment, privasi, responsifness, compensation* dan *contac*.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan adalah sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

BAB 1 pada tugas akhir ini berisi tentang: (1) latar belakang masalah; (2) rumusan masalah; (3) batasan masalah; (4) tujuan; (5) manfaat; dan (6) sistematika penulisan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

BAB 2 pada tugas akhir ini berisi tentang: (1) penelitian terdahulu; (2)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pengertian analisis; (3) tahapan analisis; (4) pengertian sistem informasi; (5) *e-commerce*; (6) pengertian kualitas layanan; (7) kepuasan pengguna/pelanggan; (8) HNI.id (9) *electronic service quality (e-servqual)*; (10) populasi dan sampel; (11) menentukan ukuran sampel; (12) uji validitas dan reliabilitas; (13) SPSS; dan (14) sejarah singkat HNI HPAL.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

BAB 3 pada tugas akhir ini berisi tentang: (1) tahap perencanaan; (2) tahap pengumpulan data; (3) tahap pengolahan data; (4) tahap analisis data; dan (5) hasil.

BAB 4. ANALISA DAN PEMBAHASAN

BAB 4 pada tugas akhir ini berisi tentang: (1) analisis *e-commerce* HNI.id; (2) analisis proses bisnis HNI.id; (3) identifikasi masalah; (4) analisis responden; (5) pengolahan data dan analisis; (6) deskripsi pengolahan kuesioner; (7) hasil analisis deskriptif pengolahan kuesioner; (8) analisis masalah; dan (9) rekomendasi.

BAB 5. PENUTUP

BAB 5 pada tugas akhir ini berisi tentang: (1) kesimpulan; dan (2) saran.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan tinjauan pustaka yang berasal dari penelitian-penelitian yang sudah pernah dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang pernah dilakukan terkait kualitas layanan *e-commerce* menggunakan Metode *E-Servqual*, yaitu;

1. Penelitian ini dilakukan oleh Pondaag G. E. Deo, Regi Sanjaya, Linda (2017) judul penelitiannya adalah Analisis kualitas layanan lazada dengan menggunakan metode *e-servqual* dan ipa, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terjadi kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi pelanggan. Dimensi yang digunakan adalah Enam dimensi, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *security/privacy*, *aesthetics*, dan *information*. Hasil dari penelitian ini yaitu Nilai rata-rata ekspektasi sebesar 4,32 dan nilai rata-rata persepsi sebesar 3,98. Nilai *E-servqual* sebesar -0,34.
2. Penelitian berikutnya dilakukan oleh Astuti dan Salisah (2016) dengan judul penelitian Analisis Kualitas Layanan *E-Commerce* Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode *E-Servqual* (Studi Kasus: Lejel Home Shopping Pekanbaru). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas layanan *e-commerce* Lejel Home Shopping dan mengetahui atribut mana yang mendapat prioritas utama dalam perbaikan. Dimensi yang digunakan berfokus pada lima dimensi, yaitu *efisiensi*, *reliabilitas*, *responsiveness*, *fulfillment* dan kontak. Dan hasil dari penelitian ini Berdasarkan pengukuran diperoleh hasil bahwa tingkat layanan e-commerce berada pada level belum memuaskan dengan nilai -1,084
- Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Tobagus (2018). Judul penelitian ini yaitu Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pengguna Di Situs Tokopedia. Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk Mengetahui Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap **E-Satisfaction** Dan *E-Satisfaction* Di Situs Tokopedia.. Selain Itu, Penelitian Ini juga dilakukan Untuk Mengukur Penilaian Pembeli Terhadap *E-Service Quality*, Untuk dimensi yang digunakan yaitu ada 7 Dimensi, *Efficiency*, *Fulfillment*, *System Availability*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Compensation*, *Contact*. Hasil Yang Diperoleh Pada Penelitian Ini Adalah *E-Service Quality* Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap *E-Satisfaction* Di Situs Tokopedia.
- Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Laurent (2016) dengan judul Pe-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ngaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah Menganalisis Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan GO-Jek, Menganalisis Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan GO-Jek, Menganalisis Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan GO-Jek, Serta Menganalisis Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan GO-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. Dimensi yang digunakan adalah *Ease Of Use, Website Design, Reliability, System Availability, Prifacy, Responsiveness, Empathy, Experience, dan Trust*. Hasil Penelitian Ini Ditemukan Bahwa *E-Service Quality* Berpengaruh Positif Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Widyanita dkk. (2018) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan *E-Commerce* Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa Fe Uii Pengguna Shopee. Tujuan dari penelitian ini untuk menganilisi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada *E-commerce* Shopee. Dan Menganilis pengaruh dimensi kualitas pelayanan elektronik *Efisiensi, Reabilitas, Fullfillment, Privasi, Responsivness, Kompensasi, dan Kontak* terhadap kepuasan konsumen dalam pemakaian Shopee. Dimensi yang digunakan adalah *Efficiency, Fulfillment, reliability, Privacy, Responsiveness, Compensation, Contact*. Hasil yang didapat Secara keseluruhan, nilai servqual skor lima dimensi bernilai positif sebesar 0,25, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.

2.2 Pengertian Analisis

Menurut KBBI disebutkan bahwa pengertian analisis sebagai sebuah proses menguraikan sebuah pokok masalah atas berbagai bagiannya. Penelahaan juga dilakukan pada bagian tersebut dan hubungan antar bagian guna mendapatkan pemahaman yang benar serta pemahaman masalah secara menyeluruh. Analisis sistem (*system analyst*) adalah orang yang menganalisa sistem (mempelajari masalah-masalah yang timbul dan menentukan kebutuhan-kebutuhan pemakai sistem) untuk mengidentifikasi pemecahan yang beralasan (Jogiyanto, 2005).

2.3 Tahapan Analisis

Menurut Jogiyanto (2005) langkah-langkah yang dilakukan dalam tahap analisis sistem hampir sama dengan yang akan dilakukan dalam mengidentifikasi proyek-proyek sistem yang akan dikembangkan ditahap perencanaan sis-



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tem. Perbedaannya terletak dalam ruang lingkup tugasnya. Dianalisis sistem ini, penelitian yang dilakukan oleh analisis sistem adalah penelitian terinci, sedangkan perencanaan sistem sifatnya hanya penelitian pendahuluan.

2.4 Pengertian Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan suatu sistem yang ada didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi organisasi yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan (Sutabri, 2012).

Sistem informasi merupakan penggabungan dari sistem dan informasi, yang dapat didefinisikan sebagai kumpulan dari sub-sub sistem yang saling terintegrasi dan berkolaborasi untuk menyelesaikan masalah tertentu dengan cara mengolah data dengan alat yang disebut komputer sehingga memiliki nilai tambah dan bermanfaat bagi pengguna (Taufiq, 2013).

2.5 E-Commerce

E-commerce merupakan pengguna jaringan komunikasi dan komputer untuk melakukan proses bisnis. E-commerce membawa peluang bisnis besar seperti penjualan produk dan penyediaan layanan *online* dan pertumbuhan pendapatan (Rohm dan Swamnathan, 2004) untuk perusahaan seperti *e-retailer* terutama karena sifatnya yang mudah dan interaktif, biaya yang lebih rendah, dan tingkat tinggi kustomisasi dan personalisasi untuk pelanggan Taman dan Baek, 2007 dalam Widyanita dkk. (2018) . *E-commerce* merupakan salah satu strategi penting dalam bisnis saat ini, dikarenakan *e-commerce* dapat meningkatkan tingkat efisiensi dalam suatu perusahaan.

Meningkatkan jumlah pelanggan untuk belanja *online*, *e-commerce* telah terbukti menjadi lebih rumit dibandingkan dengan cara-cara tradisional melakukan bisnis (Santouris, 2012). Meningkatkan kualitas pelayanan *e-commerce* merupakan salah satu faktor kunci yang menjadi penyebab keberhasilan dan kegagalan (Yang, 2001) dalam rantai pasokan *e-retailer*.

2.6 Pengertian Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan/jasa didefinisikan sebagai sebuah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan/pengguna. Berdasarkan defenisi lain kualitas layanan dapat diwujudkan DENGAN penentuan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan/pengguna. Ada dua faktor utama



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang di harapkan/dipersepsikan (*perceived service*).

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen TERHADAP pelayanan yang nyata-nyata mereka DAPATKAN dengan pelayanan yang SEBENARNYA mereka harapkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasa (*perceived service*) sesuai dengan HARAPAN, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, DAN APABILA yang diterima MELEBIHI harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Dalam menilai kualitas layanan ada lima dimensi pokok *servqual* yang berkaitan dengan kualitas layanan untuk membentuk fokus pengguna. Kelima dimensi kualitas layanan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bukti nyata (*Tangibles*), berkenaan dengan penampakan fisik fasilitas layanan, peralatan/perlengkapan, sumber daya manusia, dan materi komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*), yakni berkaitan dengan kemampuan perusahaan/instansi untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu berkaitan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dalam memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya risiko atau keragu-raguan.
5. Empati (*Empaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman (Tjiptono, 2008)

2. Kepuasan Pengguna/Pelanggan

Kepuasan peNGGUNA merupakan ukuran kinerja ‘produk total’ sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan. Kepuasan pelanggan bukanlah konsep absolut, melainkan *relative* atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan (Tjiptono, 2008).

Jasa pelayanan adalah suatu kegiatan ekonomi yang *outputnya* bukan meru-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pakan produk tetapi dikonsumsi bersamaan dengan waktu produksi dan memberikan nilai tambah seperti kenikmatan hiburan, santai dan sehat yang bersifat tidak berwujud. Dalam buku *Measuring Customer Satisfaction* menyatakan jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kesat mata dari satu pihak ke pihak lain. Kepuasan (*Satisfaction*) berasal dari bahasa latin yang BERARTI cukup baik, memadai dan *facio* artinya melakukan atau membuat. Kepuasan DAPAT diartikan sebagai pemenuhan suatu atau membuat sesuatu memadai. Richard L Oliver menyatakan bahwa semua orang mengetahui apa itu kepuasan. Tetapi ketika diminta untuk mendefinisikannya, kelihatan idakk seorangpun tahu. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil dari jasa tersebut.

Berbagai pengertian diberikan untuk menjelaskan tentang jasa pelayanan. Dalam buku *service, quality and satisication* mendefinisikan jasa sebagai sistem yang menyediakan suatu hal yang dibutuhkan oleh publik, dan diorganisasikan oleh pemerintah atau perusahaan swasta, pengertian lain menjelaskan bahwa jasa adalah perusahaan yang menyediakan sesuatu kepada publik atau melakukan sesuatu bagi pemerintah. Kotler mendefinisikan pelayanan atau jasa adalah perbuatan suatu kelompok menawarkan kepada sekelompok/orang lain sesuatu yang pada dasarnya tidak berwujud, sedangkan produksinya berkaitan atau tidak berkaitan dengan fisik produk. Ia mengungkap pengertian jasa sebagai berikut: jasa merupakan sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah, tidak berwujud, dan ditawarkan untuk dapat memenuhi kebutuhan. Jasa dapat dihasilkan dengan cara menggunakan benda-benda berwujud atau tidak berwujud.

Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan/instansi dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan/pengguna yaitu:

Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang telah mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah dibenak pelanggan/pengguna.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan/pengguna akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diinginkan. Pelanggan/pengguna yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan/pengguna yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk perusahaan.

Emosional

Pelanggan/pengguna akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum jika menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan/pengguna menjadi puas terhadap merek tertentu.

Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

Biaya Pelanggan/pengguna tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu (Tjiptono, 2008).

2.7.1 Mengukur Kepuasan pelanggan/Pengguna

Terdapat dua metode pengukuran ringkas kepuasan pelanggan/pengguna yang perlu di diperlukan oleh perusahaan/instansi, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran pelanggan/pengguna. Setiap perusahaan yang berorientasi terhadap pelanggan/pengguna perlu untuk memberikan kesempatan seluas-luasnya kepada pelanggan/pengguna untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Adapun metode yang dapat digunakan bisa berupa kotak saran ataupun dengan menyediakan saluran telepon khusus. Survei kepuasan pelanggan/pengguna.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan/pengguna dapat dilakukan dengan beberapa cara:

- (a) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan memberikan pertanyaan seperti ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan.
- (b) Responden diminta untuk menuliskan apa saja masalah-masalah yang mereka hadapi yang berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga dimintai untuk menuliskan perbaikan-perbaikan apa saja yang mereka sarankan.
- (c) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mengharapkan atribut tertentu dan seberapa besar mereka rasakan.
- (d) Responden dapat meranking berbagai elemen dan penawaran berdasarkan derajat penting setiap elemen seberapa baik kinerja pe-



rusahaan dalam masing-masing elemen (Tjiptono, 2008).

2.7.2 Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan /Pengguna

Kepuasan pelanggan/pengguna dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan/pengguna terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk yang bersangkutan (Tjiptono, 2008). Definisi lain tentang kepuasan pelanggan/pengguna adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya. Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan/pengguna yaitu:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan/pengguna ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen/pemasok produk (perusahaan).

2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.

3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan mereka beli. Hal ini akan mempengaruhi persepsi pelanggan/pengguna terutama pada produk-produk yang dirasakan beresiko tinggi (Tjiptono, 2008).

2.8 HNI.id

PT. HNI HPA Indonesia merupakan perusahaan yang berfokus pada kualitas produk, yang berlandaskan alamiah, ilmiah dan ilahiah. Produk HNI-HPAI yang dijual adalah produk kualitas terbaik. Standar kualitas produk HNI-HPAI dibuktikan dengan produk-produk yang memiliki kelengkapan perizinan dan sertifikat MUI.

HNI-HPAI yang merupakan sebagai perusahaan bisnis halal *network focus* pada bisnis produk-produk herbal yang terdiri dari produk-produk obat, suplemen, minuman kesehatan, dan kosmetik. Masing-masing jenis produk tersebut memiliki khasiat dan manfaat yang tidak perlu diragukan lagi karena telah dibuktikan langsung oleh agen HPAI.

2.8.1 Tampilan HNI.id

Berikut ini merupakan tampilan HNI-HPAI, dan fitur-fitur yang ada pada HNI-HPAI:

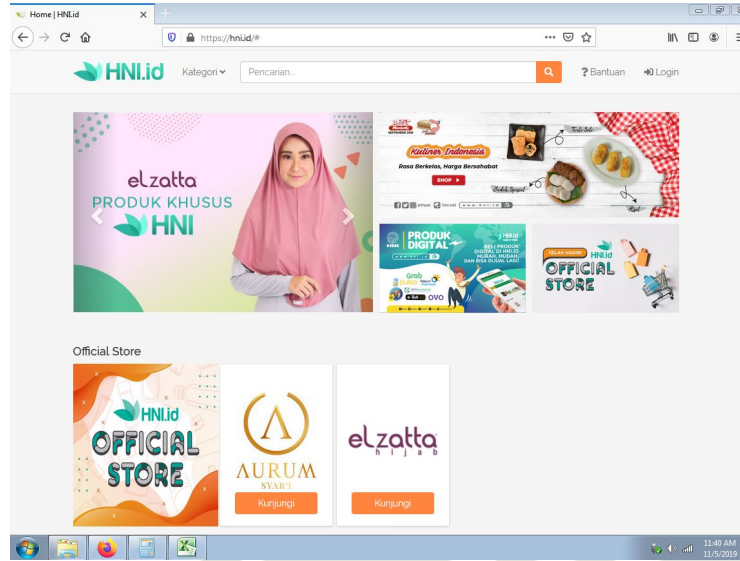
1. Gambar 2.1 berikut merupakan tampilan *Home* pada saat konsumen membuka *website*, di halaman *home* terdapat beberapa informasi tentang produk baru dari HPAI dan informasi mengenai program bisnis.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

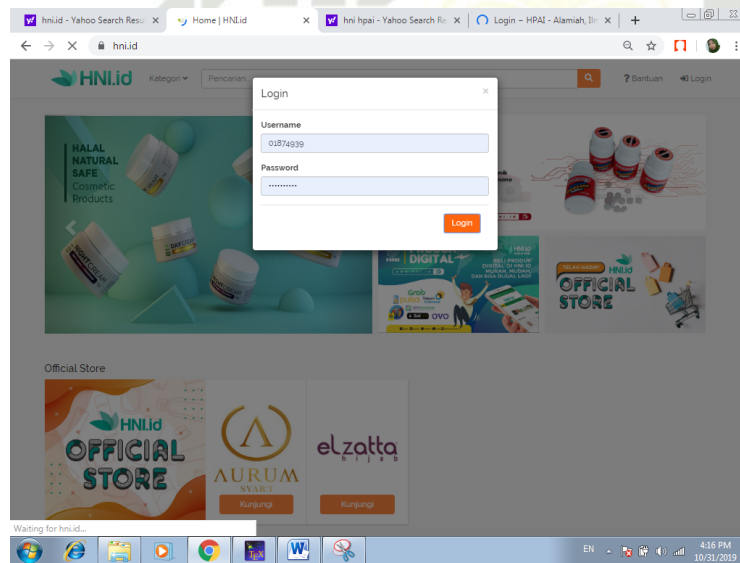
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.1. Halaman Depan

Tampilan *Login*

Tampilan *login* dapat dilihat pada Gambar 2.2

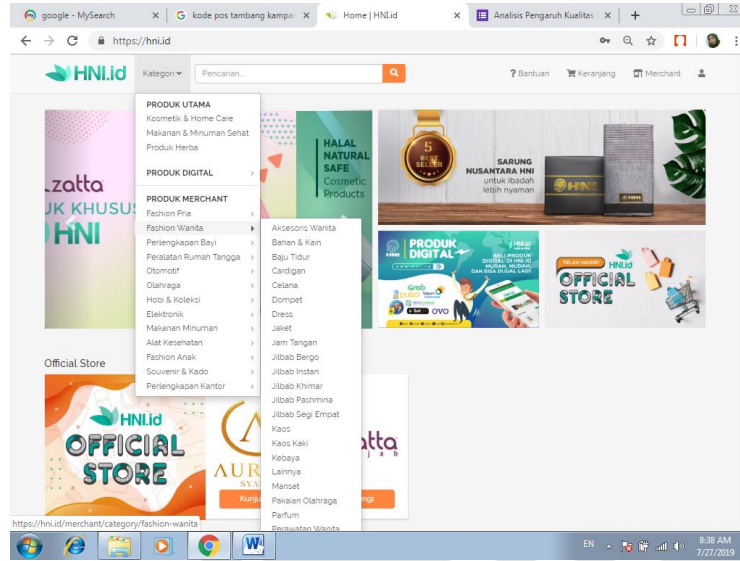


Gambar 2.2. Halaman Login

Setelah *login* maka akan masuk ke sistem HNI.id seperti yang tertera pada Gambar 2.3.

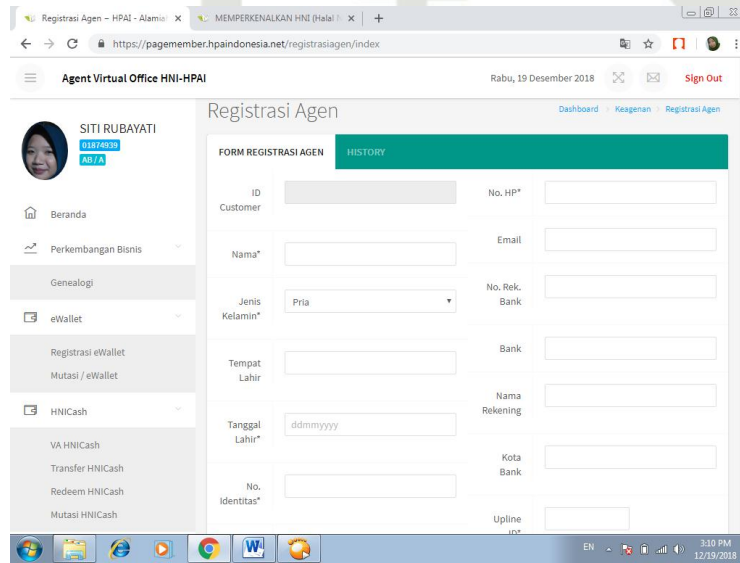
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.3. Produk Yang Ditawarkan

Tampilan Gambar 2.4 merupakan tampilan Registrasi Member.

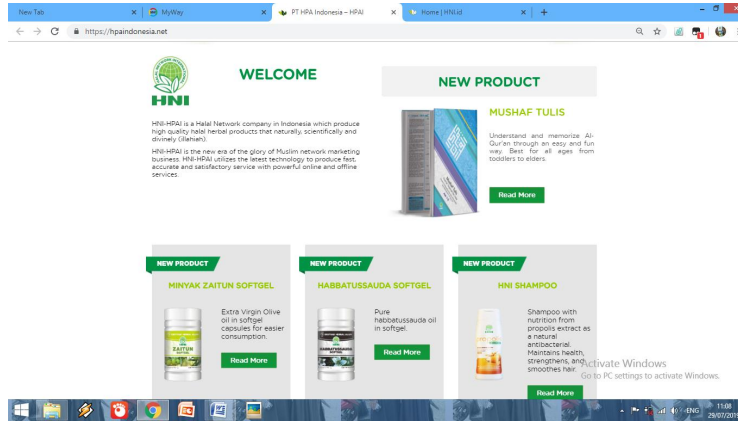


Gambar 2.4. Tampilan Registeasi Member

Tampilan Gambar 2.5 merupakan tampilan Kategori Brodud Baru

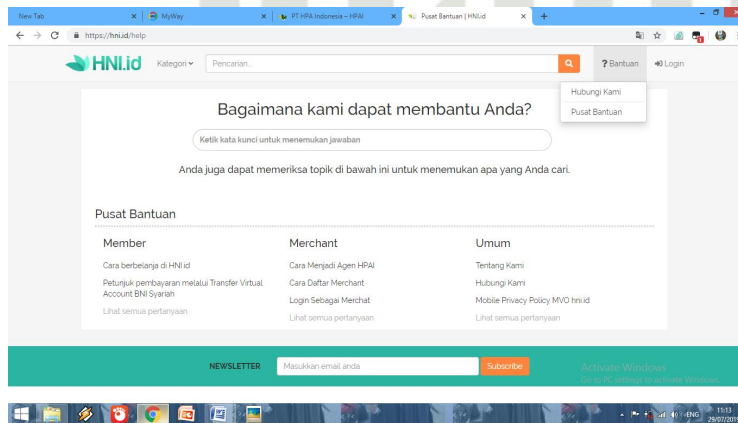
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



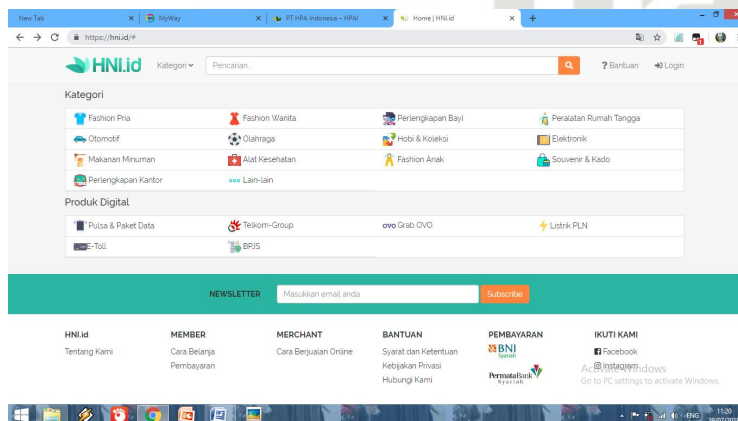
Gambar 2.5. Kategori Produk Baru

Tampilan Gambar 2.6 merupakan tampilan *Chat Bantuan*.



Gambar 2.6. Tampilan Chat Bantuan

Tampilan Gambar 2.7 merupakan tampilan *Kategori Broduk*.

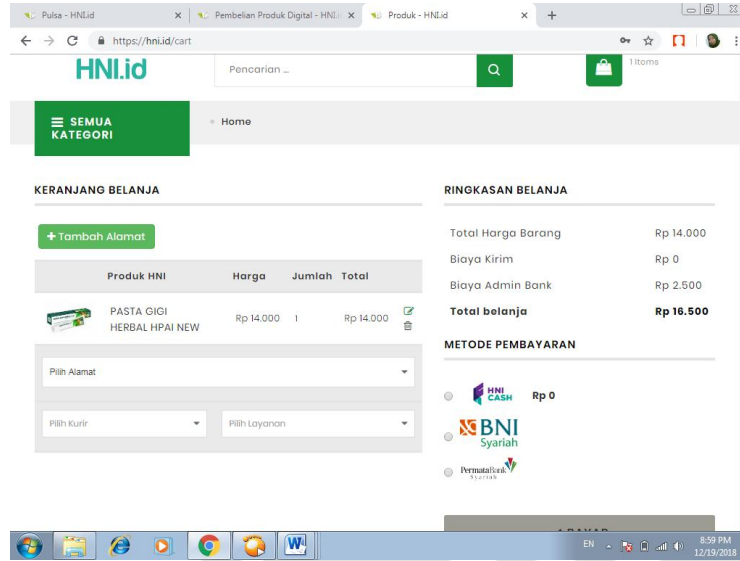


Gambar 2.7. Kategori Produk

Tampilan Gambar 2.8 merupakan tampilan *Konfirmasi Pembayaran*.

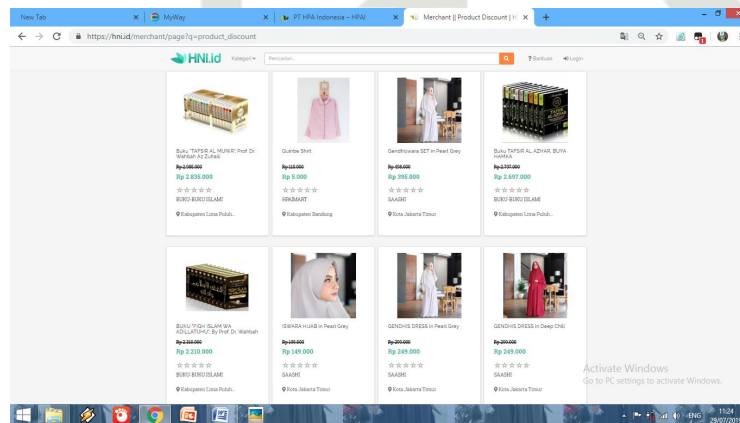
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar 2.8. Konfirmasi Pembayaran

Tampilan Gambar 2.9 merupakan tampilan Kategori Produk Diskon.



Gambar 2.9. Kategori Produk Diskon

2.9.2 Fitur-fitur HNI.id

Fitur-fitur yang terdapat di *e-commerce* HNI.id adalah:

Cosmetic And Home Care berisi tentang produk-produk kecantikan dan kosmetik perawatan wajah dan perawatan tubuh yang ada di HNI-HPAI.

Health Food dan Reverage berisi tentang produk suplemen dan makanan sehat.

Herbs Product berisi tentang produk obat-obatan herbal.

Hotel berisi tentang pemesanan hotel.

Produk digital, berisi tentang pulsa, listrik PLN, BPJS, TELKOM, GoPay, Grab AVO, dan E-Toll.

Fashion pria berisi tentang pakaian, sepatu dan kelengkapan lainnya.



7. Fashion wanita berisi tentang pakaian wanita, tas, jilbab, dan aksesoris lain.
- Perengkapan bayi berisi tentang pakaian, mainan, peralatan bayi dan anak.
- Peralatan rumah tangga berisi tentang peralatan dapur dan makanan, peralatan rumah tangga, dan perkakas.
- Otomotif berisi tentang peralatan kendaraan dan aksesoris kendaraan.
- Olahraga berisi tentang kelengkapan olahraga seperti perlengkapan panahan, sepatu, kaos futsal dan *football* dan *Shuttlecocks*.
- Hobi dan koleksi berisi tentang tasbih digital, kaligrafi, mainan edukatif, buku cerita bibit ikan dan boneka.
- Elektronik berisi tentang, speaker qur'an, lampu *emergency*, lampu tidur, dan pom mini.
- Makanan minuman berisi tentang aneka makanan ringan kue dan minuman.
- Alat kesehatan berisi tentang alat bekam, masker, pempers bayi, jarum bekam, alat timbang, dan botol akp.
- Lain- lain berisi tentang bunga plastik, undangan blangko, parfum, buku gambar, hiasan gantung, dan *voucher*.

2.9 *Electronic Servise Quality (E-Servqual)*

Menurut Zethaml et.al dalam jurnal komara (2014) yaitu adanya pemahaman sebelum dan sesudah menggunakan layanan website yang diartikan sebagai evaluasi efisiensi dan efektif didalam berbelanja, melakukan pembelian dan pengantaran layanan secara *online*.

Model *e-Servqual* yang dikemukakan oleh Zeithaml et.al dalam Jurnal Putri (2014) adalah model kualitas jasa online yang paling komprehensif dan integratif komprehensif dan integratif dikarenakan dimensi yang dikemukakan Zethaml et.al. relevan dan secara menyeluruh memenuhi kebutuhan untuk mengevaluasi jasa elektronik.

E-Service Quality atau juga dikenal dengan *e-Servqual* merupakan versi baru dari *service quality (ServQual)* yang dikembangkan untuk mengevaluasi suatu pelayanan yang diberikan pada jaringan internet. *E-service quality* didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan berbelanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. *e-Service Quality* didefinisikan sebagai sejauh mana *website* memfasilitasi efisien dan efektif belanja, pembelian, dan pengiriman produk dan jasa. (Tjiptono dan Chandra, 2016).

Berdasarkan perbedaan signifikan antara pengalaman berbelanja di internet dengan berbelanja konvensional, jumlah peneliti mengeksplorasi dimensi kualitas jasa spesifik untuk konteks elektronik (lihat Tabel 2.1:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1. Dimensi Kualitas Jasa *Online*

Peneliti	Dimensi kualitas jasa <i>online</i>
Dabholkar (1996)	Kecepatan pengantaran, kemudahan penggunaan, <i>reabilitas</i> , kesenjangan dan kendali.
Janda, at al (2002)	Kinerja, akses, keamanan, sensasi dan informasi skala ini dinamakan internet retail <i>service quality</i> atau IRSQ.
Kaynama, dan Black (2000)	Isi, akses, navigasi, desain, respon, latarbelakang, dan personalitas.
Liljander, at al (2002)	Desain dan isi situs, kepercayaan empati skala ini dinamakan <i>e-quality</i> .
Pociacona, at al (2000)	Kesesuaian informasi dengan tugas, interaksi, kepercayaan, waktu respon, desain, intuitiveness, daya tarik visual, daya inovasi, daya tarik emosional, komunikasi terintegrasi proses bisnis dan substitutability (skala ini dinamakan webqual).
Szymanski dan Hise (2000)	Kenyamanan online, informasi produk, desain situs dan kenyamanan finansial.
Wolfenbarger dan Gilly (2003)	Fulfillment/reabilitas, desain website, layanan pelanggan dan keamanan/privasi skala ini dinamakan <i>etailq</i> .
www.Bizrate.com	Kemudahan pemesanan, pilihan produk, informasi produk, harga kinerja website, pengiriman tepat waktu, representasi produk, dukungan pelanggan, kebijakan privasi, serta pengiriman dan penanganan produk.
www.Gomes.com	Kemudahan pemakai, efistensi akses informasi, <i>Customer Confidence</i> , usia <i>website</i> atau perusahaan, <i>On Site Resource</i> , <i>Relationship Service</i> , dan biaya total
Yang, Peterson, dan Huang (2001)	Kemudahan pemakai, isi website, akurasi isi, ketepatan waktu respon, estetika dan privasi.
Go dan Donthu (2001)	Kemudahan pemakai, estetika desain, kecepatan pemrosesan, dan keamanan skala ini dinamakan (<i>sitequal</i>).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Tabel 2.1 Dimensi Kualitas Jasa *Online* (Tabel lanjutan...)

Peneliti	Dimensi kualitas jasa <i>online</i>
Hoo dan Lee (2007)	<i>Information Quality, Security, Website Functionality, Customers Relationship Responsipness, dan Fulfillment.</i>
Zeithaml, at al (2000, 2002)	<i>Efesiensi, reabilitas, fulfillment, privasi, daya tanggap, kompensasi dan kontak.</i>

2.9.1 Dimensi *E-Servqual*

Terdapat 7 dimensi pengukuran *E-Service Quality* yaitu:

1. Efisiensi, yaitu kemampuan pelanggan untuk mengakses *website*, mencari produk yang diinginkan dan informasi yang berkaitan dengan produk tersebut, dan meninggalkan situs bersangkutan dengan upaya minimal.
2. Reliabilitas, berhubungan dengan fungsionalitas teknis situs bersangkutan khususnya sejauh mana situs tersebut tersedia dan berfungsi sebagaimana mestinya.
3. *Fulfillment*, yaitu mencakup akurasi janji layanan, ketersediaan stok produk, dan pengiriman yang sesuai dengan waktu yang dijanjikan,
4. Prifasi, berupa jaminan bahwa data perilaku belanja tidak akan diberikan kepada pihak lain manapun dan bahwa informasi pelanggan terjamin keamanannya.
5. Daya tanggap, merupakan kemampuan toko *online* untuk memberikan informasi yang tepat kepada pelanggan sewaktu timbul pertanyaan seputar produk, memiliki mekanisme, untuk menangani pengambilan produk, dan menyediakan garansi *online*.
6. Kompensasi, meliputi pengembalian uang, biaya pengiriman dan biaya penanganan produk.
7. Kontak, mencerminkan kebutuhan pelanggan untuk bisa berbicara dengan staf layanan pelanggan secara *online* atau melalui telepon (Tjiptono dan Chandra, 2016).

2.9.2 Model *E-servqual*

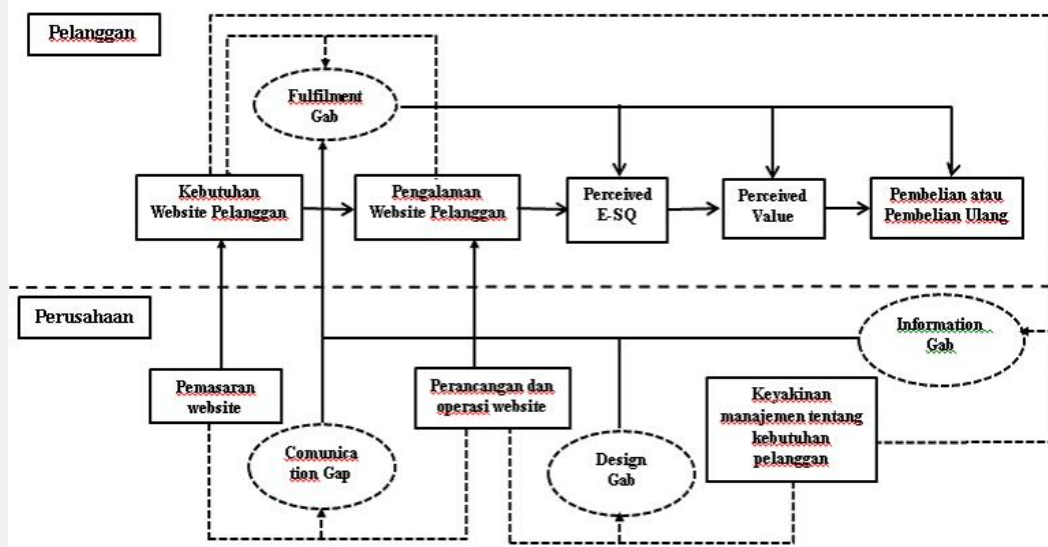
Model konseptual untuk memahami dan meningkatkan kualitas jasa/layanan elektronik (*E-servqual*). Dalam model *E-servqual* terdapat empat macam gab, yaitu *information gab, design gab, communication gab, dan fulfillment gab*. Pada prinsipnya model *E-servqual* merupakan adaptasi dan perluasan model tradisional *sevqual* ke dalam konteks pengalaman belanja *online*, model konseptual *e-servqual* acuan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mengukur kualitas jasa elektronik *E-servqual* (Tjiptono 2016)
 Model koseptual *service quality* dapat dilihat pada Gambar 2.10



Gambar 2.10. Model Konseptual

Model konseptual *E-Servqual* adalah model konseptual yang digunakan untuk memahami dan meningkatkan *E-Service Quality* suatu perusahaan.

Model konseptual *E-Servqual* dibagi atas 2 (dua) bagian, yaitu: sisi pelanggan dan sisi perusahaan, yang dimana pada sisi perusahaan menunjukkan 3 (tiga) rentang potensial terhadap *E-Servqual* suatu situs, yaitu: Rentang Informasi (*Information Gab*), Rentang Desain (*Design Gab*), dan Rentang Komunikasi (*Comunica tion Gab*), yang terjadi pada proses marketing, desain depan operasional suatu situs, lalu kombinasi 3 (tiga) rentang ini secara bersama sama mempengaruhi Rentang Pemenuhan Kebutuhan (*Fullfilment Gab*) yang terdapat pada sisi pelanggan, sehingga akan mempengaruhi terhadap tingkat *E-Servqual* dan value yang dirasakan oleh pelanggan, dan juga akan mempengaruhi tingkah laku pelanggan dalam keputusan untuk membeli atau membeli kembali suatu barang atau jasa.

Adapun penjelasan mengenai rentang-rentang (gab) yang terdapat pada model konseptual *E-Servqual* adalah sebagai berikut:

Rentang Informasi (*Information Gab*): merupakan ketidaksesuaian antara kebutuhan pelanggan terhadap suatu situs dan keyakinan pihak manajemen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut.

Rentang Desain (*Design Gab*): merupakan kegagalan suatu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan dalam hal pembuatan struktur dan fungsi dari suatu situs, misalnya: saat pelanggan membutuhkan bantuan ketika terjadi masalah dalam melakukan transaksi pembelian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Rentang komunikasi (*Communication Gab*): merupakan kurang tepatnya pengertian dari staf marketing tentang fitur, kemampuan dan keterbatasan dari suatu situs. Hal ini merupakan akibat kurangnya komunikasi antara bagian operasional dan bagian marketing, yang dapat berakibat pada ketepatan janji yang dijanjikan, misalnya: batas waktu pengiriman barang/jasa.

4. Rentang Pemenuhan Kebutuhan (*Fullfilment Gab*): terjadi di pihak pelanggan yang merupakan ketidaksesuaian antara kebutuhan dan pengalaman masa lalu pelanggan rentang pemenuhan kebutuhan dipengaruhi oleh kombinasi tentang informasi, desain dan komunikasi. Rentang pemenuhan kebutuhan terjadi dalam 2 (dua) bentuk yang berbeda:

- (a) Bentuk pertama adalah janji dari bagian marketing kepada para pelanggan yang tidak sesuai dengan kenyataan mengenai desain dan operasional suatu situs, yang terjadi akibat dari adanya rentang komunikasi (*Communication Gab*), misalnya bagian marketing menjanjikan garansi uang kembali, akan tetapi situs perusahaan tersebut memiliki kekurangan fitur-fitur untuk menerima keluhan pelanggan dan selanjutnya memproses keluhan pelanggan tersebut.
- (b) Bentuk kedua adalah kekecewaan seorang calon pelanggan baru terhadap janji-janji dari bagian marketing, yang terjadi akibat dari adanya rentang desain (*Design Gab*) dan tentang informasi (*Information Gab*), misalnya, kegagalan seorang calon pelanggan baru dalam melakukan transaksi pembelian melalui situs perusahaan.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa, rentang pemenuhan (*Information Gab*) dan pengalaman masa lalu pelanggan merupakan kunci penentu terhadap tingkat *E-Servqual* yang dimiliki saat ini. Rentang pemenuhan kebutuhan (*Information Gab*) secara tidak langsung menangkap pengalaman para pelanggan. Seperti: pengalaman menyenangkan mengenai fitur-fitur suatu situs yang tidak pernah terpikirkan oleh pelanggan, juga akan mempunyai suatu dampak langsung terhadap tingkat *E-Servqual* yang dimiliki saat ini.

2.9.3 Perhitungan *E-servqual*

Untuk pengukuran kepuasan pelanggan dalam bidang jasa, salah satu konsep yang digunakan dalam dunia bisnis adalah mendapatkan indeks kepuasan pelanggan dengan *E-Servqual*. Hasil survey diperoleh dengan cara membandingkan tingkat harapan pelanggan (ekspektasi) dengan tingkat performa aktual (persepsi).

Nilai untuk kualitas jasa diukur dengan menghitung perbedaan antara peni-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lain yang dilakukan pelanggan terhadap ekspektasi dan persepsi. Nilai ini disebut gap. Nilai gap negatif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan suatu kriteria kurang baik sehingga perlu ditingkatkan.

Perhitungan kualitas jasa dalam model *e-servqual* ini didasarkan pada skala Likert. Perhitungan terhadap nilai *e-servqual* dapat dilihat pada rumus sebagai berikut

Tentukan rata-rata nilai persepsi (SK_{ij}) untuk setiap variabel. Bisa dilihat pada Persamaan 2.1

$$\overline{SK_{ij}} = \frac{\sum S_{ij}}{n} \tag{2.1}$$

Keterangan:

SK_{ij} = Rata-rata persepsi responden untuk pernyataan ke-i
 jumlah S_{ij} = jumlah persepsi responden ke-j terhadap pernyataan dari ke-i
 n = jumlah responden.

2. Menentukan rata-rata nilai harapan ekspektasi E_{ij} untuk setiap variabel dapat dilihat pada Persamaan 2.2

$$\overline{EK_{ij}} = \frac{\sum E_{ij}}{n} \tag{2.2}$$

Keterangan:

E_{ij} = Rata-rata ekspektasi responden untuk pernyataan ke-i
 E_{ij}/n = jumlah ekspektasi responden ke-j terhadap pernyataan dari ke-i
 n = jumlah responden.

Untuk masing masing responden jumlahkan nilai *e-servqual* (S_{ij}) yang didapat untuk setiap dimensi, kemudian bagi jumlah tersebut dengan banyaknya pernyataan yang mewakili dimensi tersebut, Persamaan 2.3 yang digunakan adalah

$$\overline{SK_{dr}} = \frac{\sum SK_{dr}}{mr} \quad \overline{E_{dr}} = \frac{\sum E_{i}}{mr} \quad i = 1, 2, 3 \dots n \quad j = 1, 2, 3 \dots n \tag{2.3}$$

Keterangan:

SK_{dr} = Rata-rata nilai persepsi dimensi e-servqual ke r
 E_{ij} = Rata-rata nilai ekspektasi dimensi e-servqual ke r
 SK_i = Rata-rata persepsi responden untuk pernyataan ke i
 E_i = Rata-rata nilai ekspektasi responden untuk pernyataan ke r
 m = jumlah pernyataan pada dimensi e-servqual ke r
 r = 1, 2, 3, 4, 5, ..., n

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4. Menghitung nilai kesenjangan (gab) terhadap setiap responden untuk setiap pernyataan dengan menggunakan persamaan:

Nilai e-Servqual = Nilai Persepsi = Nilai Ekspektasi

$$e\text{-SQ} = SK_{ij} - E_{ij} \text{ atau } P = P - E$$

Keterangan:

e-SQ = Nilai e-Servqual

SK_{ij} = Nilai persepsi responden ke-j untuk pernyataan ke-i

E_{ij} = Nilai ekspektasi responden ke-j untuk pernyataan ke-i

i = 1,2,3...,n

j = 1,2,3...,n

Penilaian kualitas layanan secara keseluruhan atau *Total Electronic Service Quality (TESQ)*. dapat dilihat pada Persamaan 2.4

$$TESQ = \frac{\sum SK_{ij}}{n} - \frac{\sum E_{ij}}{n} \quad (2.4)$$

TESQ = Nilai total e- Servqual

SK_{ij} = Rata-rata persepsi responden untuk pernyataan (variabel) ke-i

E_{ij} = Rata-rata ekspektasi responden untuk pernyataan (variabel) ke-i

n = Banyaknya responden

6. Nilai TESQ inilah yang mengidentifikasi memuaskan atau tidaknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan bisa dikatakan “**memuaskan**” jika nilai TESQ tersebut bernilai sama dengan nol (0) dan ”**sangat memuaskan**” jika nilai TESQ bernilai positif (besar dari 0). Sedangkan bila nilai TESQ negative (kecil dari 0) dikatakan “**tidak memuaskan**”.

2.2.4 Perhitungan *Customer Satisfaction Indeks (CSI)*

CSI digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur indeks kepuasan konsumen CSI sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan (Syukri, 2014).

CSI digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen/pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. Dalam menentukan kategori puas tidaknya pelanggan, sangat diperlukan indeks kepuasan pelanggan. Indeks kepuasan pelanggan merupakan suatu range nilai e-Servqual yang didefinisikan dalam bentuk tingkat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kepuasan pelanggan (Oktaviani, 2006). Untuk mengetahui besarnya CSI maka dapat dilakukan langkah langkah dari Rumus sebagai berikut:

Menentukan *Mean Importance Score* (MIS). Nilai berasal dari rata-rata kepentingan tiap pelanggan. dapat dilihat pada Persamaan 2.5

$$mis = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{n} \tag{2.5}$$

Dimana:

n = Jumlah Responden

Yi = nilai kepentingan atribut Y ke i

Membuat *Weight Factors* (WF). Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per-atribut terhadap total MIS seluruh Atribut dapat dilihat pada Persamaan 2.6

$$WF = \frac{MISi}{\sum_{i=1}^p MISi} \times 100\% \tag{2.6}$$

Dimana: MISi = Nilai *Mean Importance Score* ke-I (nilai MIS yang didapat pada langkah 1)

P(i=1) MSI = Jumlah seluruh nilai MIS

3. Membuat *Wight Score* (WS). Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan (X) (*Mean Setisfaction Score* = MSS)

$$Wsi = Wfi \times MSS$$

Dimana:

Wfi = Nilai *Wight Score* ke-I (nilai WF yang didapat pada langkah ke-2)

MSS = Rata-rata tingkat kepuasan (nilai MIS yang dijumlahkan dan dibagi dengan banyaknya MIS).

Menentukan nilai *Customer Satisfaction Indeks* CSI/IKP dapat dilihat pada Persamaan 2.7

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WSi}{HS} \times 100\% \tag{2.7}$$

Dimana:

$\sum_{i=1}^p WSi$ = Jumlah nilai WF keseluruhan

HS(*Highest Scale*) = skala maksimum yang diperlukan

Pada umumnya, bila nilai CSI di atas 50% dapat dikatakan bahwa pengguna sudah merasa puas, sebaliknya bila nilai CSI di bawah 50% maka pengguna belum dikatakan puas. Nilai CSI dibagi dalam 5 kriteria, terlihat dalam tabel



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berikut

Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan sangat penting dilakukan untuk mengetahui seberapa besar harapan yang dapat dipenuhi oleh pihak pelanggan. Perhitungan CSI menggunakan skor rata-rata tingkat harapan dan tingkat persepsi dari masing-masing atribut. Nilai CSI diperoleh dari pembagian antara total nilai *Weight Score* (WS) dengan skala maksimum yang digunakan, dan mengalikannya dengan 100%. Nilai CSI dibagi dalam lima kriteria, terlihat dalam Tabel 2.2 berikut:

Tabel 2.2. Kriteria Nilai CSI *Customer Satisfaction Indeks*

Nilai CSI	Kriteria CSI
0,81 – 1,00	Sangat Puas
0,66 – 0,80	Puas
0,51 – 0,65	Cukup Puas
0,35 – 0,50	Kurang Puas
0,00 – 0,34	Tidak Puas

2.10 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas;obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyekyang dipelajari. Tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili) (Sugiyono, 2013).

Sebagian individu yang diselidiki itu disebut sampel, sedangkan semua individu untuk siapa kenyataan-kenyataan yang diperoleh dari sampel itu hendak digeneralisasikan, disebut populasi (Hadi, 2015)

2.11 Menentukan Ukuran Sampel

Menurut Bambang dan Lina (2005) terdapat beberapa hal yang mempengaruhi berapa besaran sampel harus diambil, yaitu sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Heterogenitas dari populasi
Semakin heterogen sebuah populasi, maka jumlah sampel yang diambil juga harus semakin besar sehingga seluruh karakteristik populasi dapat terwakili.
Jumlah variabel yang digunakan
Semakin banyak variabel yang ada, maka jumlah sampel yang diambil pun harus semakin besar.
Teknik penarikan sampel yang digunakan
Jika kita menggunakan teknik penarikan sampel acak sederhana, otomatis jumlah sampel tidak terlalu berpengaruh dibandingkan dengan penggunaan teknik penarikan sampel acak terlapis. Semakin banyak lapisan maka membutuhkan sampel yang lebih besar pula.
Dari berbagai rumus yang ada, ada sebuah rumus yang dapat digunakan untuk menentukan besaran sampel menggunakan rumus slovin, dapat dilihat pada Persamaan 2.8 berikut ini:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \tag{2.8}$$

Keterangan:

- (a) n: jumlah sampel minimal
- (b) N: jumlah populasi
- (c) E: persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel

2.12 Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas dapat diartikan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2013).

Reliabilitas menunjuk pada adanya konsistensi dan stabilitas nilai hasil skala pengukuran tertentu. reliabilitas berkonsentrasi pada masalah akurasi pengukuran dan hasilnya Merry dkk, (2015). Reabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliable apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti yang sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda (Sugiyono, 2013).



2.13 SPSS

Menurut Yamin SPSS (*Statistical Package for Social Science*) adalah sebuah aplikasi yang memiliki kemampuan menganalisis data statistic serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana sehingga mudah untuk dipahami cara pengoperasiannya. Beberapa aktivitas dapat dilakukan dengan mudah dengan menggunakan pointing dan *clicking mouse*.

SPSS dapat membaca berbagai jenis data atau memasukkan data secara langsung ke dalam SPSS data editor. Bagaimanapun struktur dari file data mentahnya, maka data dalam data editor SPSS harus dibentuk dalam bentuk baris (*cases*) dan kolom (*variables*). Case berisi informasi untuk satu unit analisis, sedangkan variabel adalah informasi yang dikumpulkan dari masing-masing kasus.

SPSS adalah sebuah program computer yang digunakan untuk membuat analisa statistika. SPSS dipublikasikan oleh SPSS Inc. SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences* atau *Package Statistik untuk ilmu Sosial*) versi pertama dirilis pada tahun 1968, diciptakan oleh Nornam Nie, seorang lulusan Fakultas Ilmu politik dari Stanford University, yang sekarang menjadi professor peneliti Fakultas Ilmu Politik di Standford dan Profesor Emeretus Ilmu politik di University of Chicago (Yamin dan Kurniawan, 2009).

Menu-menu yang ada dalam SPSS adalah sebagai berikut:

1. Menu *File*, yaitu digunakan untuk membuka, menutup file, dan lain-lain yang berkaitan dengan pemrosesan *file*. Submenu yang sering digunakan adalah *new, open, open database, save, save as, print, dan exit*.
2. Menu *Edit*, yaitu digunakan untuk proses *edit*, seperti *copy, delete, undo, redo, cut, paste*.
3. Menu *View*, yaitu digunakan untuk melihat tampilan SPSS, submenu utama adalah *status bar, tools bar, dan value labels*.
4. Menu *Data*, yaitu digunakan untuk melakukan pemrosesan data. Submenu yang digunakan adalah *insert variabel, insert case, go to case, dan select case*.
5. Menu *Transform*, yaitu digunakan untuk melakukan perubahana-perubahan atau penambahan data. Submenu yang digunakan yaitu *replace missing values, creat time series, dan komputer*.
6. Menu *Analyse*, yaitu merupakan menu yang pemrosesan data dan analisa dilakukan di menu ini. submenu yang digunakan yaitu *report, descriptive statistic, table, compare means, general linear model, mixed model, correlate, regression, log linear, classify, data reduction, scale, time series, sur-*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

© Hikmahita Malik UIN Suska Riau State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

vival, multiple response, dan complex samples.

Menu *Graphs*, yaitu digunakan untuk membuat grafik, seperti *gallery, interactive, maps bar, line, area, dan dot.*

Menu *Utilities*, yaitu digunakan untuk mengetahui informasi variabel, informasi file dan lain-lain. Seperti *utilities, variables* memilih variabel, melihat variabel, atau mencari variabel.

Menu *Add-Ons*, yaitu digunakan untuk memberikan perintah kepada SPSS jika ingin menggunakan aplikasi tambahan, seperti menggunakan aplikasi *amos, SPSS data entry, dan text analysis.*

Menu *Windows*, yaitu digunakan untuk melakukan perpindahan (*Switch*) dari satu *file* ke *file* lainnya.

Menu *Help*, yaitu digunakan untuk membantu pengguna dalam memahami perintah-perintah SPSS jika pengguna mengalami kesulitan.

2.14 Sejarah singkat HNI-HPAI

PT Herba Penawar Alwahida Indonesia, yang kemudian dikenal sebagai HNI-HPAI, merupakan salah satu perusahaan Bisnis Halal Network di Indonesia yang fokus pada produk-produk herbal. HPAI, sesuai dengan akta pendirian Perusahaan, secara resmi didirikan pada tanggal 19 Maret 2012.

Pendirian HPAI diprakarsai oleh 17 orang muslim yang merupakan pakar bisnis sekaligus pakar herbal yaitu:

1. Agung Yulianto, SE. Ak, M. Kom
2. H. Rofik Hananto, SE
3. H. Muslim M. Yatim, Lc
4. Erwin Candra Kelana, ST
5. Supriono 15. Bagus Hernowo
6. Zulchaidir B. Firly Ramly, S.Si
7. Adi Suprpto, SE
8. Helmi Herdianto
9. Wisnu Wijaya Adi Putra, ST
10. Syafrudin, S.pd
11. Ari Maryadi
12. Ir. Rudi Yanto
13. Anton Slamet, ST
14. Barjana, S. Ag
15. Sudarmadi
16. Amin Sugiharto



17. Muhammad Iwan

HNI-HPAI dibangun dari sebuah perjuangan panjang yang bertujuan men-
jajakan produk-produk halal dan berkualitas berazaskan Thibbunnabawi, serta
dalam rangka membumikan, memajukan, dan mengaktualisasikan ekonomi Islam
di Indonesia melalui *enterpreneurship*.

2.14.1 Manajemen PT. HPAI

Dalam management HPAI memiliki dewan yang bertanggung jawab, yang
terdiri dari dewan syariah, dewan komisaris dan dewan direksi. Adapun anggota
dari masing-masing dewan, yaitu dari tahun 2012 sampai sekarang:

1. Dewan Syariah

- (a) DR. H. Mawardi Muhammad Saleh, MA
- (b) Prof. Drs. H. M. Nahar Nahrawi, SH, MM (BPH DSN-MUI)
- (c) Dr. H. Endy M. Astiwaru, MA, AAAIJ, FIIS (BPH DSN-MUI)

2. Dewan Komisaris

- (a) H. Muslim M. Yatim, Lc (Komisaris Utama — *Chief Commissioner*)
- (b) Erwin Chandra Kelana, ST (Komisaris — *Commissioner*)

3. Dewan Direksi

- (a) H. Agung Yulianto, SE, Ak. M.Kom (Direktur Utama — *Managing Director*)
- (b) H. Rofik Hananto, SE (Direktur — *Director*)
- (c) Supriyono, ST (Direktur — *Director*)

2.14.2 MOTTO, VISI dan MISI

Untuk mencapai tujuan, HPAI mempunyai visi misi dan motto sebagai pedo-
man dan arahan bagi pegawai dalam menjalankan kewajiban masing-masing. Un-
tuk mencapai tujuan bersama. Motto dari hpai adalah referenso utama produk halal
dunia. Sedangkan visinya yaitu Menjadi Referensi Utama Produk Halal Berkuali-
tas.

MISI dari HPAI yaitu:

- 1. Menjadi perusahaan jaringan pemasaran papan atas kebanggaan Ummat.
- 2. Menjadi wadah perjuangan penyediaan Produk Halal bagi ummat Islam.
- 3. Menghasilkan pengusaha-pengusaha muslim yang dapat dibanggakan, baik sebagai pemasar, pembangun jaringan maupun produsen.

2.14.3 Cabang PT HNI HPA Indonesia

PT. HNI HPA Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak di bidang
kehalal, yang Saat ini PT. HNI HPA Indonesia memiliki 80 Business Center yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Saifur Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

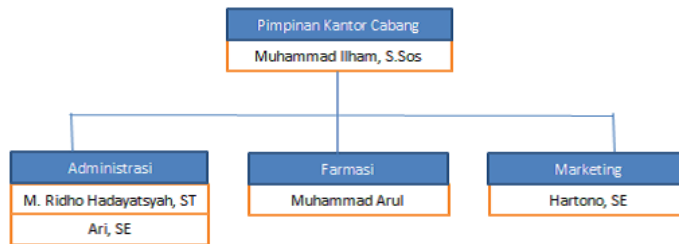
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



tersebar di 34 provinsi di Indonesia. Tidak hanya itu PT. HNI HPA Indonesia sudah merambat hingga negeri tetangga seperti Singapura, Malaysia dan Thailand

2.14.4 Struktur organisasi BC Pekanbaru

struktur organisasi HNI HPAI yang terdapat di pekanbaru dapat dilihat pada Gambar 2.11.



Gambar 2.11. Struktur Organisasi

Setiap instansi perusahaan akan dipimpin oleh seorang Direktur atau Pimpinan, begitu juga di Kantor Cabang HNI HPAI Pekanbaru, berikut penjelasan mengenai tugas Pimpinan Kantor Cabang HNI HPAI Pekanbaru dan para pegawai yang ada di Kantor Cabang HNI HPAI Pekanbaru. Serta Bentuk Struktur Organisasi yang ada

1. Pimpinan Kantor Cabang HNI HPAI Pekanbaru

Pimpinan Kantor Cabang HNI HPAI Pekanbaru Bertugas:

- (a) Sebagai pimpinan tertinggi di Kantor Cabang HNI HPAI Pekanbaru, Pimpinan bertanggung jawab pelaksanaan beroperasinya suatu kantor yang dia pimpin
- (b) Bertugas merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengawasi, dan mengevaluasi.

Bagian Marketing dan Keuangan

- (a) Menentukan strategi pemasaran yang efektif dan efisien dengan memperhatikan sumber daya perusahaan.
- (b) Menjalin hubungan dengan pelanggan khususnya dalam hal penanganan komplain, pengukuran kepuasan pelanggan.
- (c) Menciptakan kenyamanan kerja karyawan perusahaan dengan mengoptimalkan fungsi kerja di Bagian Marketing.
- (d) Menjalin hubungan, koordinasi dan kerja sama yang baik di dalam intern bagian Marketing maupun dengan Bagian lain terkait dengan kelancaran proses kerja di Bagian Marketing.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

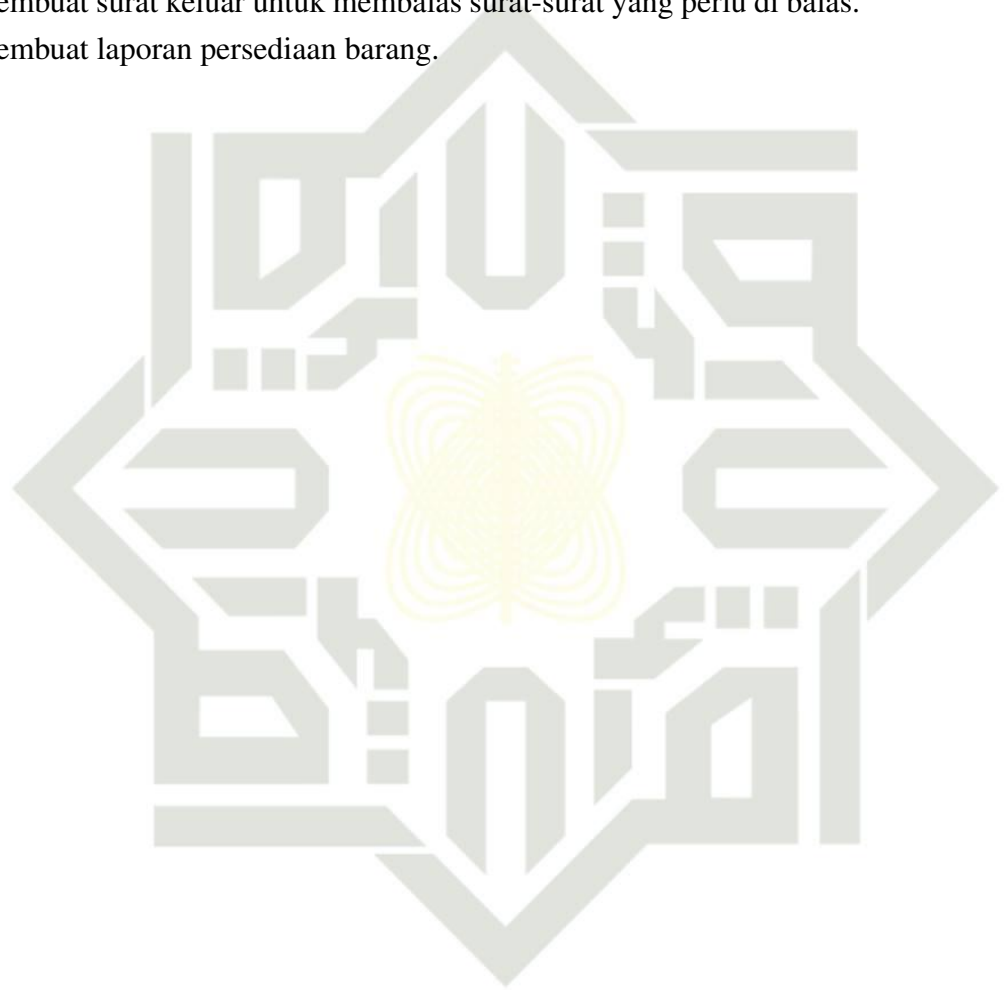
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- (e) Bertanggung jawab terhadap ketertiban, kelancaran, dan kekuatan dan administrasi pemasaran

Bagian Farmasi Bagian farmasi dipegang oleh seorang Herbalis yang mempunyai Surat Ijin Kerja. Kepala farmasi bertanggung jawab langsung kepada Pimpinan Kantor Cabang.

Bagian administrasi Bagian administrasi bertugas mengawasi keluar masuknya surat di dalam perusahaan, baik surat utang, surat piutang, surat pemberitahuan maupun semua surat yang berhubungan dengan perusahaan.

- (a) Membuat surat keluar untuk membalas surat-surat yang perlu di balas.
(b) Membuat laporan persediaan barang.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

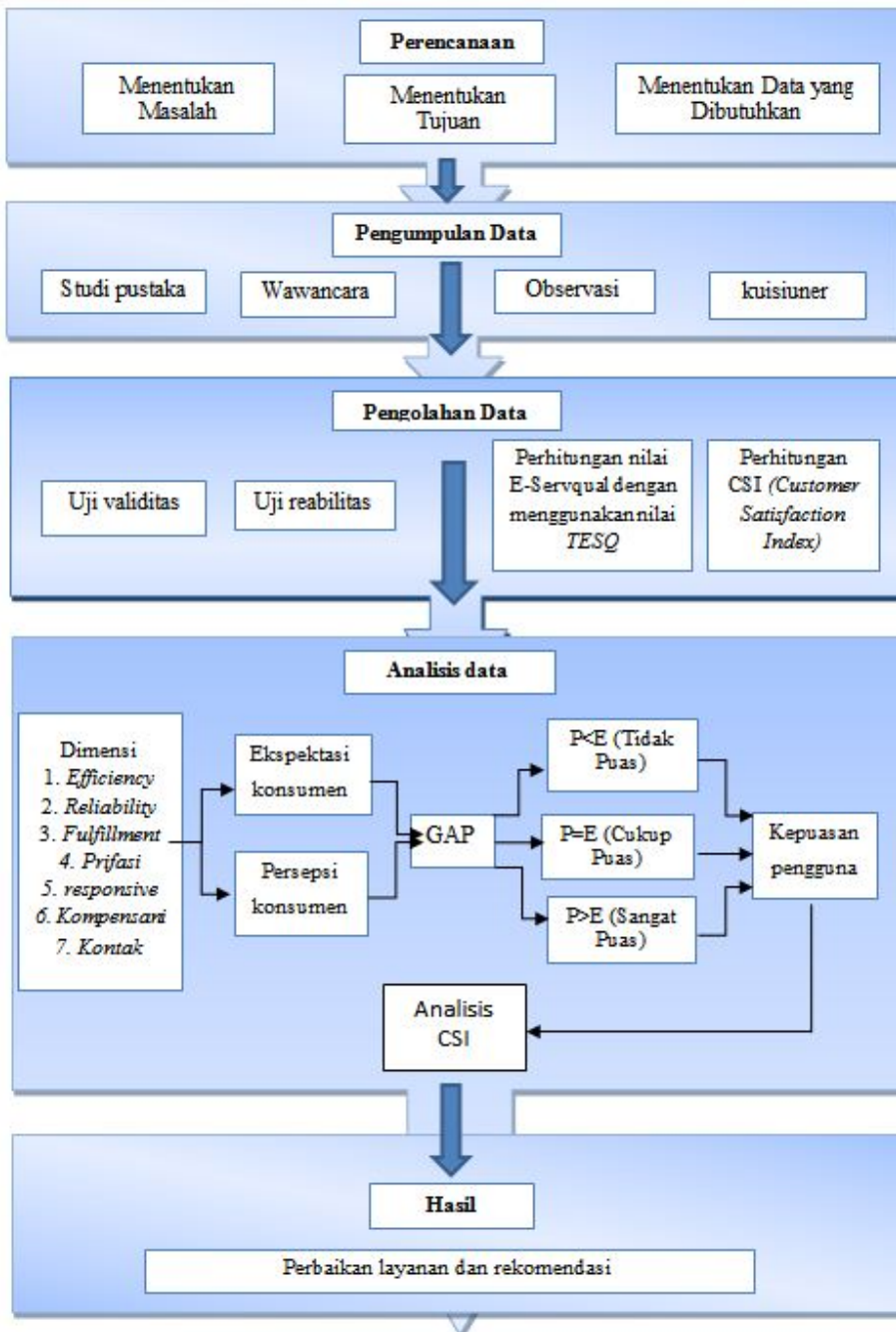
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Untuk mempermudah dalam menjelaskan proses yang akan dilakukan dalam penelitian, maka alur penelitian di sajikan dalam gambar. Metodologi yang akan dilakukan terdiri dari lima tahapan. Secara sistematis dapat dilihat pada Gambar 3.1.:



Gambar 3.1. Metodologi Penelitian



3.1 Tahap Perencanaan

Pada tahap perencanaan ini merupakan tahap awal dari penelitian. Dalam tahap perencanaan ini terdapat beberapa kegiatan yang harus dilakukan diantaranya:

3.1.1 Menentukan Masalah

Mengamati dan mencari permasalahan yang terjadi pada proses pengguna e-commerce HNI, hasil dari perumusan masalah yaitu dalam penggunaan sistem HNI masih terdapat kendala yaitu dari segi kualitas sistem dan kualitas layanan yang telah dijelaskan sebelumnya pada BAB I dalam penelitian ini.

3.1.2 Menentukan Tujuan

Penentuan tujuan merupakan fungsi untuk memperjelas kerangka tentang apa saja yang menjadi sasaran dari penelitian ini.

1. Untuk menganalisis tingkat kualitas layanan E-commerce HNI terhadap kepuasan pengguna dengan membandingkan antara persepsi dan ekspektasi pengguna.
2. Untuk mengetahui tingkat kualitas layanan e-commerce dari setiap variabel dan untuk mengetahui variabel mana yang perlu diperbaiki.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan menentukan nilai CSI.
4. Memberikan nilai rekomendasi perbaikan layanan berdasarkan hasil pengukuran 7 dimensi pada e-servqual.

3.1.3 Menentukan Data Yang Dibutuhkan

Adapun data yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu:

Data primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung yang didapat melalui sumbernya, dalam penelitian ini data primer diperoleh melalui wawancara langsung kepada pihak yang terkait yang juga bagian dari responden data penelitian ini yaitu konsumen selain itu data juga diperoleh melalui penyebaran kuisioner/angket terhadap responden yang dituju.

Data sekunder

Selain data primer, dibutuhkan juga data sekunder sebagai pendukung penelitian, data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung tetapi sifatnya membantu dan memberikan informasi bagi penelitian, data skunder dari pihak lain berasal dari buku, jurnal, artikel, internet dan tulisan ilmiah.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3.2 Tahap Pengumpulan Data

Pada tahap ini ada beberapa tahapan yang akan dilakukan yaitu:

3.2.1 Studi Pustaka

Peneliti mengumpulkan data dengan cara mencari sumber untuk mendapatkan teori yang digunakan untuk mendukung penelitian yang dilakukan baik dari buku, jurnal, paper maupun *e-book* dan penelitian terdahulu serta literatur - literatur yang sesuai dan mendukung.

3.2.2 Wawancara

Wawancara dilakukan bertatap muka langsung dengan responden terkait. Dengan mengajukan beberapa pertanyaan secara langsung terkait dengan proses *e-commerce* HNI kepada beberapa konsumen yang menggunakan *e-commerce* HNI.

3.2.3 Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung ke objek penelitian yaitu, *e-commerce* HNI untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan. Hasil dari observasi ini didokumentasikan dalam bentuk data data yang akan dijadikan bahan dalam pembuatan laporan penelitian.

3.2.4 Kuisiuner

Kuisiuner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan kepada responden untuk dijawab. Pada penelitian ini kuisiuner yang disebar dalam jumlah terbatas yaitu mengambil sampel dari konsumen HNI HPAI.

Untuk pengambilan sampel dapat dilakukan dengan menggunakan tehnik *slowin* dan untuk menentukan jumlah responden menggunakan *proportionate stratified random sampling*.

Menurut Riduan (2007) kuesioner atau daftar pertanyaan disusun dengan memperhatikan atau menerapkan skala likert, yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengukur sebuah sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang variabel penelitian. Dengan skala likert maka variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Untuk melihat data kuesioner yang isebarkan dapat dilihat pada (Lampiran C).

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif dalam Sanjaya dkk (2013), antara lain:

Sangat Setuju: diberi nilai 4

Setuju (S): diberi nilai 3

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengummumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- 3. Tidak Setuju (TS): diberi nilai 2
- 4. Sangat Tidak Setuju (STS): diberi nilai 1

Penentuan sampel berdasarkan rumus slovin (Suliyanto, 2006) yaitu terdapat pada Persamaan 3.1 adalah rumus slovin

Jumlah populasi terakhir diambil sampai dengan bulan januari 2019 sebanyak 1.932.440 orang.

$$N: 1.932.440$$

$$E: 10\% = 0.1$$

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{1.932.440}{1 + 1.932.440(0.1)^2} = \frac{1.932.440}{192344} \tag{3.1}$$

$$n = 100$$

Dari rumus slovin yang telah dijelaskan diatas maka didapat jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden. Responden yang diberikan kuisiuner pada penelitian ini adalah pengguna HNI.id.

3.3 Tahap Pengolahan Data

Setelah melakukan proses pengumpulan data maka dihasilkan data sekunder dan data primer. Adapun proses selanjutnya yang akan dilakukan adalah pengolahan data dan analisis menggunakan software spss.

3.3.1 Mengolah data kuisiuner berdasarkan dimensi E-Servqual

Data yang dikumpulkan kemudian di deskripsikan sesuai dengan karakteristik kuisiuner berdasarkan nama, umur, jenis kelamin, pendidikan terakhir, status pekerjaan dan frekuensi pengunjung. Kemudian dilakukan analisis deskripsi pada tiap variabel sesuai dengan jawaban responden dalam kuisiuner. Analisis dilakukan pada variabel efisiensi (Efficiency) (X1), kehandalan (Reliability) (X2), akurasi janji (Fulfilment) (X3), Privasi (X4), Responsive (X5), Kompensasi (X6) dan Kontak (X7). Hasil pengolahan data persepsi dan ekspektasi dapat dilihat pada (Lampiran D).

3.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah melakukan pengolahan data kuesioner maka tahap selanjutnya yang dilakukan yaitu pengujian validitas dan reliabilitas dari data kuesioner. Validitas menunjukkan sampai sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Adapun kriteria pengambilan keputusan uji validitas untuk setiap pertanyaan adalah nilai *Corrected Item to Total Correlation* atau nilai r hitung harus berada diatas 0.3. hal ini dikarenakan jika r hitung lebih kecil dari 0.3. berarti item



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tersebut memiliki hubungan yang lebih rendah dengan *item-item* pertanyaan lainnya dari pada variabel yang diteliti, sehingga item tersebut dinyatakan tidak valid. Pengujian reliabilitas menggunakan nilai *Alpha Cronbach's*, karena nilai dari jawaban terdiri dari rentangan nilai dengan koefisien alpha harus sama dengan lebih besar dari 0,6 jika nilai lebih besar dari 0,6 maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel (Siregar, 2013). Pengujian akan dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS Versi 17.0 For Windows*.

3.3.3 Perhitungan nilai *E-Servqual*

Perhitungan *E-Servqual* pada penelitian ini sesuai dengan langkah-langkah dan rumus yang terdapat di Bab II. Hasil dari perhitungan *E-servqual* tersebut dapat menentukan tingkat kualitas layanan *e-commerce* HNI.id yang diberikan memuaskan atau tidak. Berikut adalah hasil yang akan didapat dalam perhitungan *E-servqual*: Nilai TESQ inilah yang mengidentifikasi memuaskan atau tidaknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggannya. Kualitas pelayanan bisa dikatakan “**memuaskan**” apabila nilai TESQ tersebut bernilai sama dengan nol (0) dan sangat memuaskan jika nilai TESQ bernilai positif (lebih besar dari 0) Sedangkan bila nilai TESQ negatif (lebih kecil dari 0) dikatakan “**tidak memuaskan**”.

3.3.4 Perhitungan nilai CSI (*Customer Satisfaction Indeks*)

Perhitungan CSI pada penelitian ini sesuai dengan langkah-langkah dan rumus yang terdapat di Bab II. Hasil dari perhitungan CSI dapat menentukan tingkat kepuasan dari pengguna. Nilai CSI dibagi dalam 5 kriteria dari tidak puas hingga sangat puas. Kriteria CSI dapat dilihat pada bab 2 Tabel 2.2.

3.4 Tahap Pengolahan Data

Pada tahap analisis data dalam penelitian ini yang dilakukan adalah menganalisa hasil data yang telah didapatkan dari pengolahan data. Dari hasil perhitungan *E-Servqual* maka akan didapatkan tingkat kualitas layanan *E-Commerce*. Dan dari perhitungan *E-Commerce* juga dapat menganalisa prioritas dari tiap atribut layanan yang perlu diperbaiki atau tidak dengan menggunakan diagram kartesius. Pada tahap analisis data dimensi yang digunkan adalah dimensi *effeciency*, *reliability*, *fulfillment*, Privasi, Responsive, Kompensasi dan Kontak.

Dari dimensi tersebut akan didapatkan gap dari ekspektasi dan persepsi konsumen. Setelah diketahui nilai gap maka akan didapatkan nilai kepuasan konsumen, dengan nilai tidak puas, cukup puas dan sangat puas.

Dari hasil perhitungan CSI juga akan didapatkan tingkat kepuasan dari



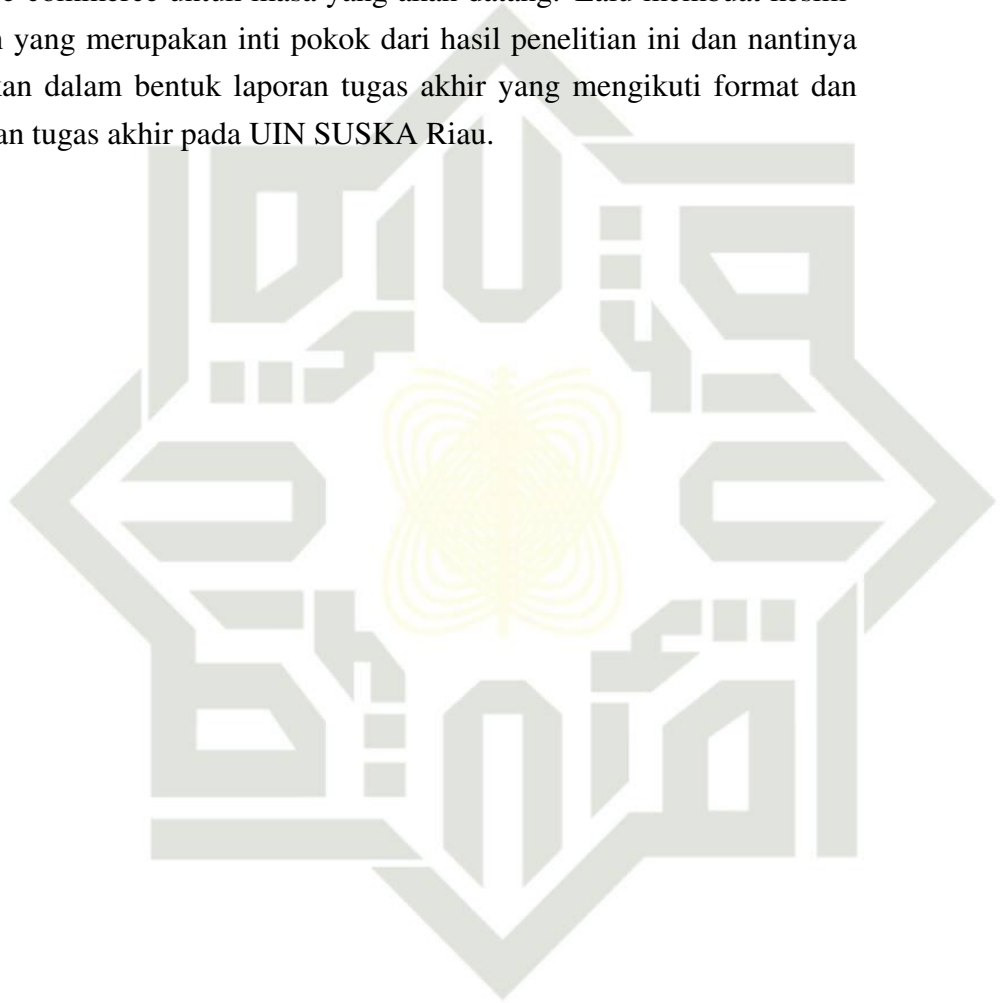
pengguna. Dan dari analisis CSI terdapat 5 kriteria yang telah di jelaskan sebelumnya yaitu sangat puas, puas, cukup puas, kurang puas, dan tidak puas.

3.4 Hasil

Selanjutnya pada tahap akhir ini setelah melakukan analisis data dan pengolahan data, maka tahap selanjutnya yaitu hasil yang didapatkan dari tahap analisis data yaitu analisis perbaikan layanan dan rekomendasihasil perhitungan kesenjangan yang dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan rekomendasi untuk perbaikan layanan e-commerce untuk masa yang akan datang. Lalu membuat kesimpulan dan saran yang merupakan inti pokok dari hasil penelitian ini dan nantinya didokumentasikan dalam bentuk laporan tugas akhir yang mengikuti format dan penulisan laporan tugas akhir pada UIN SUSKA Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan data dan analisis yang terdapat pada penelitian analisis kualitas layanan *e-commerce* HNI.id terhadap kepuasan konsumen dengan menggunakan metode *e-servqual* maka dapat disimpulkan bahwa

1. Dari perhitungan TESQ yang diperoleh yaitu dengan melakukan perhitungan rata-rata persepsi dibagi dengan jumlah pernyataan adalah (3,31) sedangkan jumlah untuk rata-rata ekspektasi dibagi dengan jumlah pernyataan adalah (3,25). jadi nilai *e-servqual* secara keseluruhan dari responden (TESQ) yang didapat dari perhitungan tersebut adalah (0,067) dengan hasil nilai TESQ bernilai positif, jadi dapat disimpulkan bahwa layanan yang diberikan oleh *e-commerce* HNI.id saat ini dapat dikatakan **“sangat memuaskan”** pengguna.
2. Berdasarkan nilai *e-servqual* per item pernyataan yang masih terdapat gap tertinggi yaitu pada pernyataan P17 sebesar -0,07 (Data pribadi konsumen terlindungi) sedangkan untuk nilai *e-servqual* terendah yaitu pada pernyataan P5 sebesar 0 (Pelanggan dapat meniggalkan *e-commerce* dengan mudah),
3. Dari hasil perhitungan CSI yang dilakukan maka didapatkan hasil nilai CSI sebesar 0,79 (79%). Berdasarkan kriteria CSI maka nilai CSI berada pada kriteria 0,66-0,80 dan dikatakan **”puas”**. Sehingga dapat diketahui bahwa pengguna merasa puas dengan layanan *e-commerce* HNI.id saat ini. Variabel yang masih terdapat gap tertinggi dan diperlukan perbaikan layanan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan yaitu pada pernyataan P17 Data pribadi konsumenn terlindungi (-0,07), P25 Pengembalian barang karena rusak atau tidak sesuai dengan pesanan (-0,06), P22 Transaksi dalam E-Commerce HNI.id mudah dilakukan (-0,05), P26 Tersedianya Call Centre 24 jam untuk melayani konsumen (-0,05), P15 Semua informasi yang ada di E-Commerce HNI.id adalah benar (-0,03) dan P19 E-Commerce HNI.id menyediakan jaminan eksplisit privasi konsumen (-0,03).

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis maka penulis memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut.

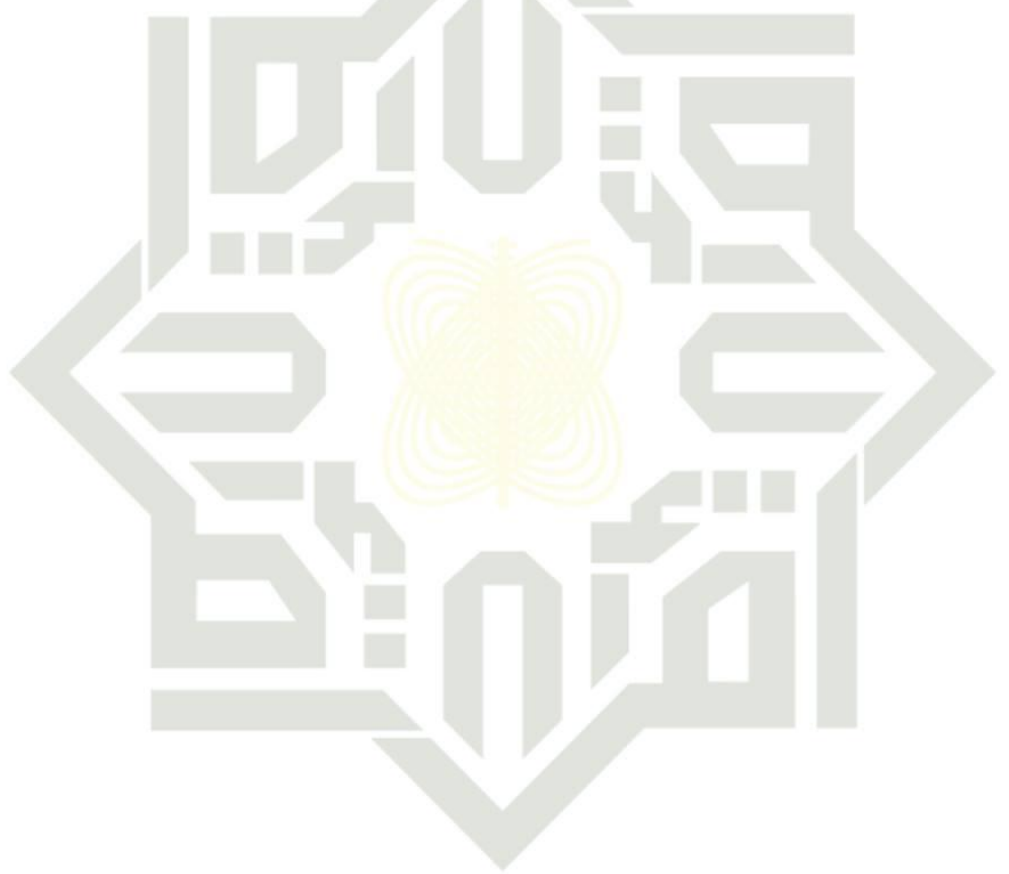
1. Perlu adanya perbaikan pada link yang tidak dapat di akses yakni link CRM

HNI, syarat dan ketentuan serta kebijakan privasi yang ada di *E-Commerce* HNI.id

Perlu adanya peningkatan kualitas layanan yang masih bernilai negatif yang belum memuaskan pengguna dan mempertahankan kualitas layanan yang sudah bernilai positif.

Dari hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran sebagai acuan peningkatan kualitas layanan *e-commerce* HNI.id agar sesuai dengan kepentingan penggunanya.

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan bagi peneliti untuk melakukan penyebaran angket/kuesioner secara ulang di waktu yang berbeda untuk mendapatkan perbandingan hasil dari persepsi dan ekspektasi pengguna.



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

- Asuti, D., dan Salisah, F. N. (2016). Analisis kualitas layanan e-commerce terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode e-servqual (studi kasus: Lejel home shopping pekanbaru). *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(1), 44–49.
- Deo, P. G., Sanjaya, R., dan Gandajaya, L. (2016). Analisis kualitas layanan lazada dengan menggunakan metode e-servqual dan ipa. *JOURNAL OF ACCOUNTING AND BUSINESS STUDIES*, 2(11).
- Dina, D. (2015). Penerapan metode e-servqual untuk evaluasi kualitas layanan sistem informasi. *Jurnal Ilmiah Matrik*, 17(1), 43–52.
- Indriyani, M. (2017). Perlindungan privasi dan data pribadi konsumen daring pada online marketplace system. *Justitia Jurnal Hukum*, 1(2).
- Josiyanto, H. (2005). Prof., dr. mba analisa & desain sistem informasi: Pendekatan terstruktur teori dan praktik aplikasi bisnis. *Yogyakarta: CV Andi Offset*.
- Laurent, F. (2016). Pengaruh e-service quality terhadap loyalitas pelanggan go-jek melalui kepuasan pelanggan. *Agora*, 4(2), 95–100.
- Sugiyono, P. (2013). Metode penelitian manajemen. *Bandung: Alfabeta, CV*.
- Sutabri, T. (2012). *Analisis sistem informasi*. Penerbit Andi.
- Syukri, S. H. A. (2014). Penerapan customer satisfaction index (csi) dan analisis gap pada kualitas pelayanan trans jogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 13(2), 103–111.
- Taufiq, R. (2013). Sistem informasi manajemen. *Yogyakarta: Graha Ilmu*.
- Tjiptono, F. (2008). Service management mewujudkan layanan prima. *Yogyakarta: Andi*.
- Tjiptono, F., dan Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction edisi 4. *Yogyakarta: CV ANDI OFFSET*.
- Tobagus, A. (2018). Pengaruh e-service quality terhadap e-satisfaction pada pengguna di situs tokopedia. *Agora*, 6(1).
- Tresnati, R. (2007). “call center” sebagai alat komunikasi pemasaran di abad ke-21. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 8(1), 183–198.
- Widyanita, F. A., dkk. (2018). Analisis pengaruh kualitas pelayanan e-commerce shopee terhadap kepuasan konsumen shopee indonesia pada mahasiswa fe uii pengguna shopee.
- Yamin, S., dan Kurniawan, H. (2009). Spss complete: Teknik analisis statistik ter lengkap dengan software spss. *Jakarta: Salemba Infotek*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN A

HASIL WAWANCARA

TRANSKRIP WAWANCARA PENELITIAN TUGAS AKHIR

Transkrip ini dibuat dalam rangka memenuhi data penelitian Tugas Akhir yang sedang dilakukan peneliti. Data ini didapatkan tanpa ada rekayasa dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

TOPIK : Analisa Kualitas Layanan *E-Commerce* HNLid Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Menggunakan Metode *E-Servqual*

TUJUAN : Untuk mengetahui masalah yang ada pada *E-Commerce* HNLid

PENELITI : Siti Rubayati

NARASUMBER : MO RIDO HOAYATSYAH ST

JABATAN : ADMINISTRASI

LOKASI : BC 4 Melati

Dengan ini dinyatakan bahwa wawancara yang terlampir, terbutir benar dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

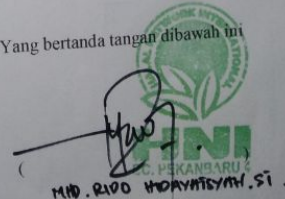


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sejak kapan HNI HPAI didirikan dan di terapkan?	untuk HNI di Indonesia sejak tahun 2012, kalau untuk BC sejak 4 desember 2017
2	Apa saja aktifitas yang dapat dilakukan di e-commerce HNI?	pemesanan barang melihat produk keluaran terbaru
3	Apa kendala yang terjadi dalam penerapan e-commerce HNI?	untuk saat ini yang akses produk yang mudah baru sekedar produk merchandise (produk yang dijual di toko/BC), dan untuk produk HNI sendiri baru pusat yang bisa melayaninya, sementara untuk BC di daerah belum sepenuhnya melayani E-Commerce.
4	Kendala apa saja yang terjadi dengan transaksi e-commerce HNI?	saat tidak ada jaringan, karna sistem hanya dapat diakses saat ada jaringan.
5	Berapa jumlah pelanggan HNI-HPAI?	sampai saat ini sudah mencapai 1.932.440 dan semakin bertambah setiap waktunya.
6	Proses pemesanan pada HNI HPAI dapat dilakukan dengan via apa saja?	kalau dari cabang bisa via wa atau telpon
7	Bagaimana cara pembayaran yang dapat dilakukan pelanggan saat melakukan transaksi ?	Bisa tunai, cash, bisa transfer. Kedepannya bisa hni pay, e-wallet.
8	Apakah ada yang melakukan transaksi menggunakan e-commerce HNI?	Ada Tapi untuk produk HPAI lebih sering ke BC atau stokis.
9	Apa permasalahan yang anda alami pada saat transaksi menggunakan e-commerce HNI?	Pelayanan hni masih terkontrol di pusat, kendalanya mungkin karna orang belum familiar. Karna masih baru terutama produk HNI HPAI.
10	Berapa kantor cabang HNI HPAI yang ada di seluruh Indonesia?	Sekitar 80 bc di 34 provinsi se Indonesia.

Yang bertanda tangan dibawah ini



MHD. RIDO Hidayatullah, S.I.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TRANSKRIP WAWANCARA PENELITIAN TUGAS AKHIR

Transkrip ini dibuat dalam rangka memenuhi data penelitian Tugas Akhir yang sedang dilakukan peneliti. Data ini didapatkan tanpa ada rekayasa dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

TOPIK : Analisa Kualitas Layanan *E-Commerce* HNLid Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Menggunakan Metode *E-Servqual*
TUJUAN : Untuk mengetahui masalah yang ada pada *E-Commerce* HNLid
PENELITI : Siti Rubayati
NARASUMBER : Habibul Wahyudi
JABATAN : *Customer Service*
LOKASI : BC 4 Melati

Dengan ini dinyatakan bahwa wawancara yang terlampir, terbutir benar dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Sejak kapan HNI-HPAI didirikan dan di terapkan?	Untuk HNI di Indonesia sejak tahun 2012, kalau untuk BC sejak 4 desember 2017
2	Bagaimana pelayanan pihak HNI-HPAI terhadap pelanggan?	Tentunya dengan baik
4	Apakah ada yang melakukan transaksi menggunakan e-commerce HNI?	untuk konsumen personal tidak bisa memesan langsung ke pusat. Jadi yang bisa melakukan pemesanan ke pusat adalah BC yang selebihnya belanja hanya bisa ke BC, seperti PA, PSD dan Stokis.
5	Seberapa sering pelanggan melakukan belanja atau melakukan transaksi melalui e-commerce HNI?	Kalau untuk HNI.id tergantung orangnya, apabila dia butuh produk yang dijual di HNI.id mungkin dia gunakan, karena di HNI.id kita tidak bisa melacak siapa yang belanja di HNI, karna yang bisa melihat itu hanya pusat.
6	Bagaimana alur transaksinya dan proses pembayarannya?	Untuk proses pemesanan dari BC kepusat yaitu dengan melalui sistem HSIS, yaitu dengan memesan apa saja kebutuhan untuk penjualan, pemesanan ini minimal mencapai Rp.15 juta. Apabila belum mencapai Rp.15 juta pusat tidak mau mengirim barang, kalaupun dikirim maka pihak BC yang akan menanggung ongkirnya. Untuk pembayarannya yaitu melalui transfer.

Yang bertanda tangan dibawah ini


(Habibul Wazirudin)
EC. PEKANBARU 4

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

TRANSKRIP WAWANCARA PENELITIAN TUGAS AKHIR

Transkrip ini dibuat dalam rangka memenuhi data penelitian Tugas Akhir yang sedang dilakukan peneliti. Data ini didapatkan tanpa ada rekayasa dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

TOPIK : Analisa Kualitas Layanan *E-Commerce* HNI.id Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Menggunakan Metode *E-Servqual*

TUJUAN : Untuk mengetahui masalah yang ada pada *E-Commerce* HNI.id

PENELITI : Siti Rubayati

NARASUMBER : Dewi Kurnia Angriani

JABATAN : *Customer*

LOKASI :

Dengan ini dinyatakan bahwa wawancara yang terlampir, terbutir benar dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

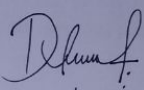
No	Pertanyaan	Jawaban
	Bagaimana pertama kali anda mengetahui <i>e-commerce</i> HNI.id?	Saya mengetahui <i>e-commerce</i> setelah mendaftar HNI id
	Pernahkan anda melakukan pemesanan melalui <i>e-commerce</i> HNI id? Berapa kali?	Tidak
	Aktivitas apa saja yang anda lakukan di <i>e-commerce</i> HNI.id?	Melihat poin dan katalog produk
	Apa kendala yang anda rasakan pada saat berbelanja di <i>e-commerce</i> HNI.id?	Tidak ada, karena belum pernah
	Apa keluhan anda terhadap <i>e-commerce</i> HNI id	Susah melakukan transaksi melalui <i>e-commerce</i>
	Bagaimana menurut anda saat menggunakan <i>e-commerce</i> HNI.id?	Cukup memudahkan konsumen untuk berbelanja dan memasarkan produk
	Model transaksi atau pembayaran apa yang anda sering lakukan pada saat pemesanan barang?	Stor tunai melalui bc HNI HPAI

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Bagaimana kualitas produk yang anda beli/dapatkan di HNI HPAI?	sangat bagus untuk diproduksi dari kalangan anak-anak sampai orang tua
Apakah barang yang anda inginkan sesuai dengan yang dijanjikan?	Iya

Yang bertanda tangan dibawah ini


(Dewi Kurnia Angrani)

LAMPIRAN B

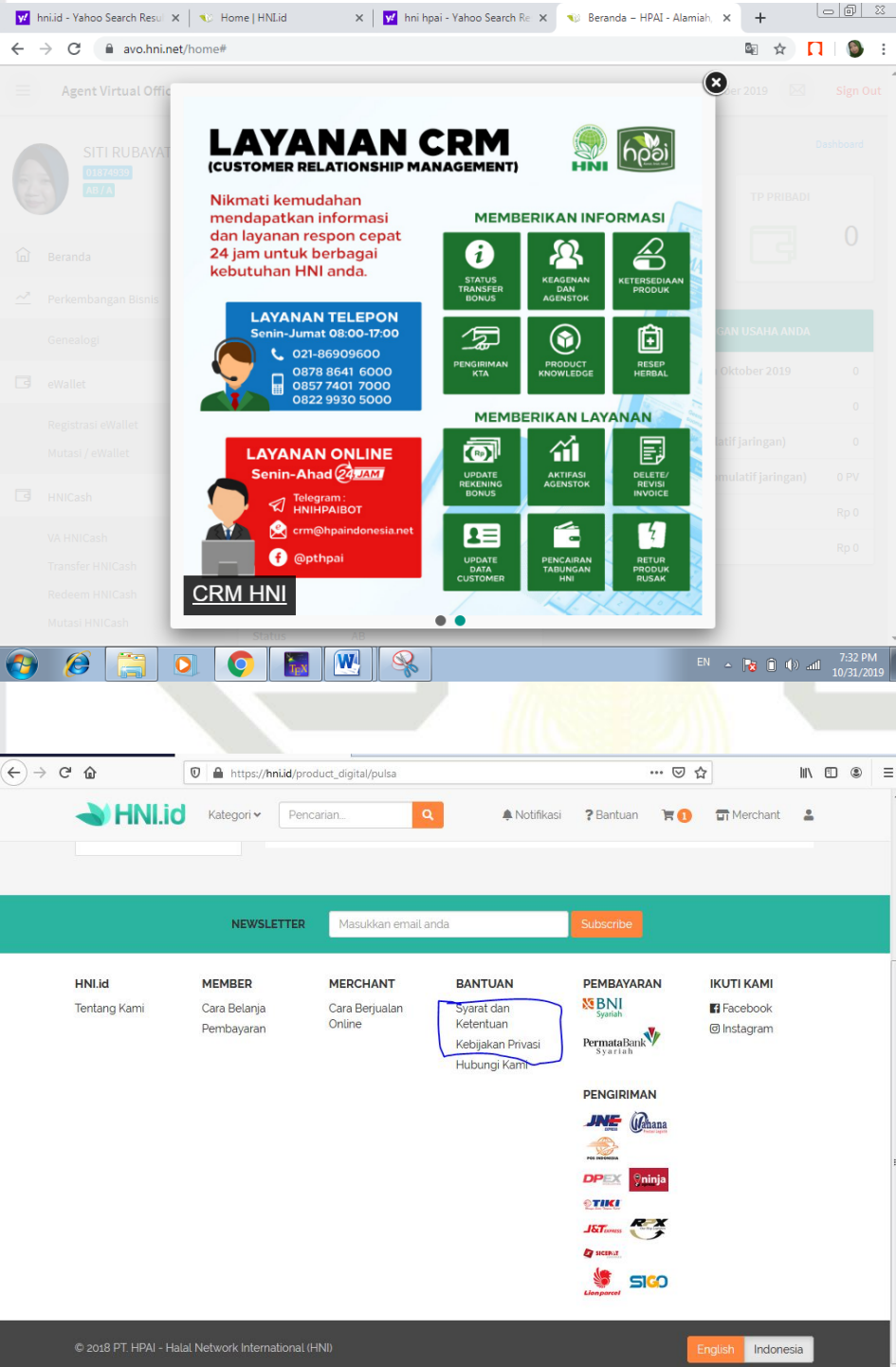
HASIL OBSERVASI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

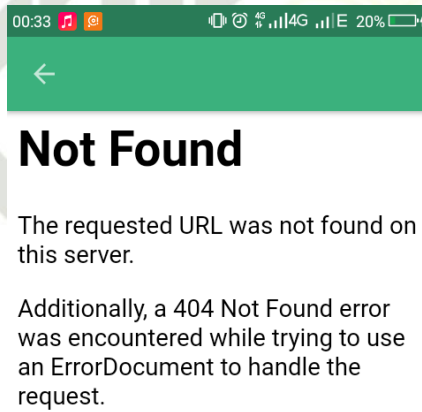
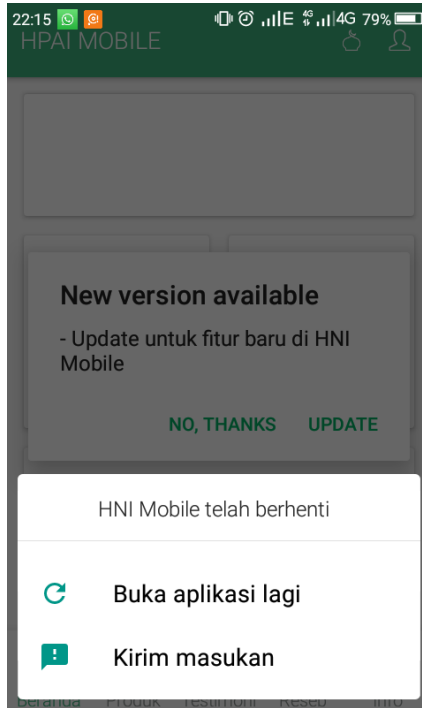
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





LAMPIRAN C DATA KUESIONER

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Assalamu'alaikum W. Wb
Bapak/Ibu Yth,

Pertama-tama saya mengucapkan terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu Saudara/i Yth sebagai responden dalam kuisioner ini. Saya Siti Rubayat adalah mahasiswa dari jurusan Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Syarif Kasim Riau. Memohon kepada Bapak/Ibu Saudara/i kiranya bersedia membantu untuk menjadi responden penelitian tugas akhir saya. Adapun judul yang saya ambil dalam penelitian ini adalah Analisis Pengaruh Kualitas Layanan E-commerce HNI.id Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode E-Servqual. Jawaban yang diberikan akan dihasiakan dan dipergunakan sepenuhnya untuk menunjang penyusunan laporan penelitian ini. Untuk itu saya berharap Bapak/Ibu Saudara/i merjwab setiap pertanyaan dengan apa adanya, dalam arti bebas/belal sesuai dengan kondisi yang Bapak/Ibu Saudara/i dan target pengisian orang lain.

Demikian permohonan saya ini, atas perhatian dan kerja sama Bapak/Ibu Saudara/i, saya ucapkan terima kasih. Jika ada pertanyaan terkait kuisioner, anda dapat menanyakan langsung kepada saya (siti.rubayat.95@gmail.com) atau mengirimkan email ke siti.rubayat.95@gmail.com

Nama *
Teks jawaban singkat

No. Telpn/ E-Mail *
Teks jawaban singkat

Jenis kelamin *

- Laki-laki
- Perempuan

Usia *

- <20 Tahun
- 20-30 Tahun
- 31-40 Tahun
- 41-50 Tahun
- >50 Tahun

Pendidikan Terakhir *

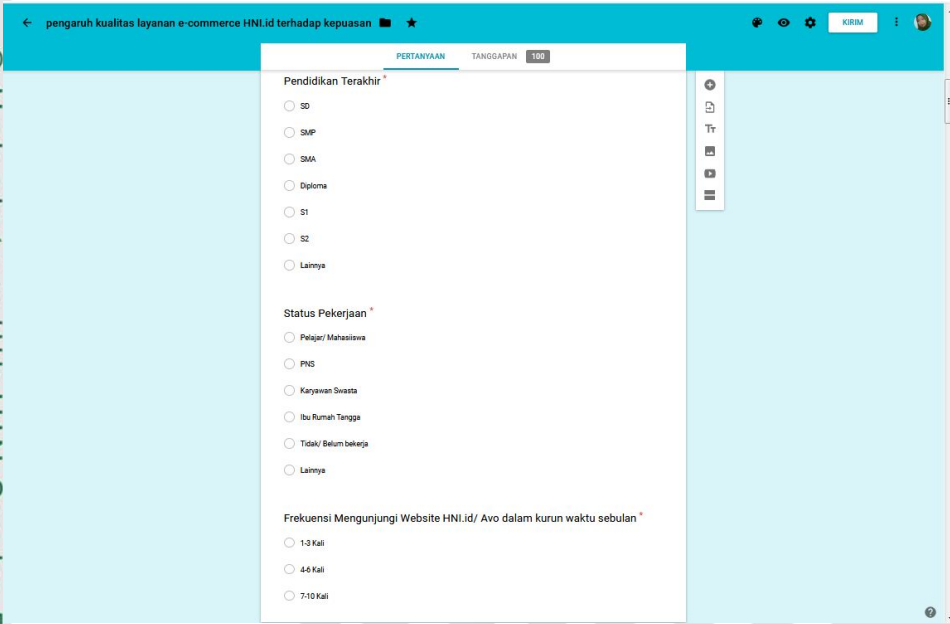
- SD
- SMP
- SMA
- Diploma
- S1
- S2
- Lainnya

Status Pekerjaan *

- Pelajar/ Mahasiswa
- PNS
- Karyawan Swasta
- Ibu Rumah Tangga
- Tidak/ Belum bekerja

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pendengaruh kualitas layanan e-commerce HNI.id terhadap kepuasan

PERTANYAAN TANGGAPAN 100

Pendidikan Terakhir *

SD

SMP

SMA

Diploma

S1

S2

Lainnya

Status Pekerjaan *

Pelajar/ Mahasiswa

PNS

Karyawan Swasta

Ibu Rumah Tangga

Tidak/ Belum bekerja

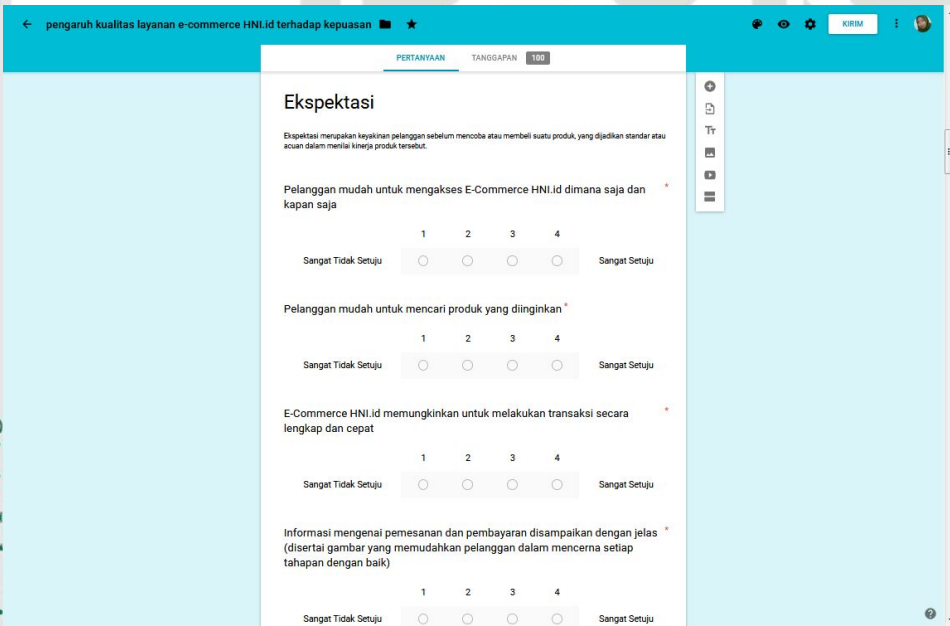
Lainnya

Frekuensi Mengunjungi Website HNI.id/ Avo dalam kurun waktu sebulan *

1-3 Kali

4-6 Kali

7-10 Kali



pendengaruh kualitas layanan e-commerce HNI.id terhadap kepuasan

PERTANYAAN TANGGAPAN 100

Ekspektasi

Ekspektasi merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Pelanggan mudah untuk mengakses E-Commerce HNI.id dimana saja dan kapan saja *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Pelanggan mudah untuk mencari produk yang diinginkan *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

E-Commerce HNI.id memungkinkan untuk melakukan transaksi secara lengkap dan cepat *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Informasi mengenai pemesanan dan pembayaran disampaikan dengan jelas (disertai gambar yang memudahkan pelanggan dalam mencerna setiap tahapan dengan baik) *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Survey Questions (Top Screenshot):

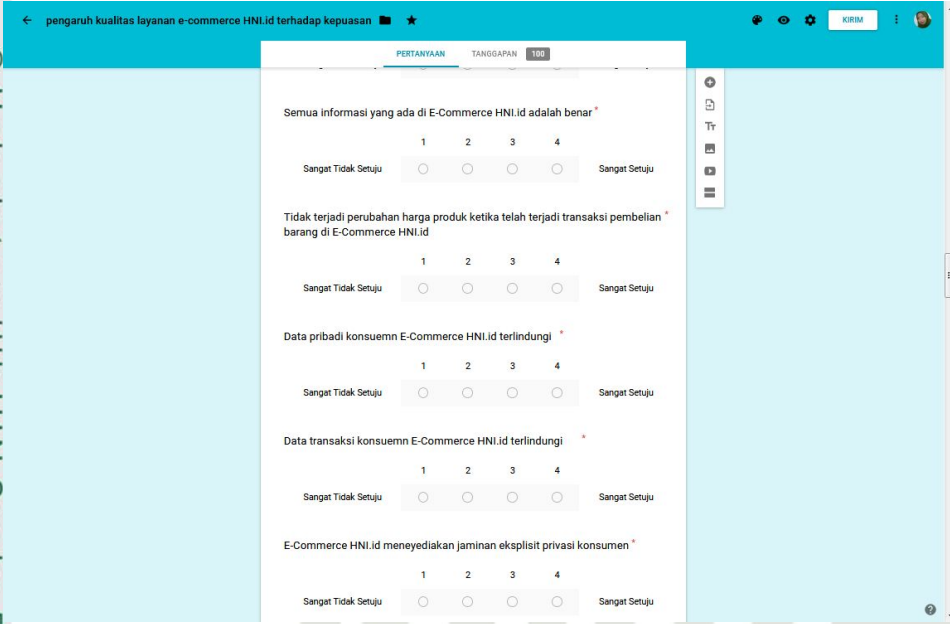
- Pelanggan dapat meninggalkan E-Commerce dengan mudah *
- Fitur – fitur yang ada pada E-Commerce HNI.id berfungsi sesuai dengan kegunaannya *
- E-Commerce HNI.id mudah ditemukan di search engine *
- E-Commerce HNI.id menyediakan beberapa pilihan pembayaran sesuai dengan kebutuhan pelanggan. *
- Link yang disediakan mudah di klik (mudah menyambung ke tujuan link) *

Survey Questions (Bottom Screenshot):

- Transaksi di E-Commerce HNI.id dapat dilakukan selama 24 jam *
- Halaman pada E-Commerce HNI.id tidak mengalami hang pada saat melakukan transaksi. *
- Stok barang yang ditulis di E-Commerce HNI.id selalu ready *
- Pengiriman barang sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan. *
- Penawaran yang diberikan sesuai dengan apa adanya *

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pengaruh kualitas layanan e-commerce HNI.id terhadap kepuasan

PERTANYAAN TANGGAPAN 100

Semua informasi yang ada di E-Commerce HNI.id adalah benar *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Tidak terjadi perubahan harga produk ketika telah terjadi transaksi pembelian barang di E-Commerce HNI.id *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Data pribadi konsumenn E-Commerce HNI.id terlindungi *

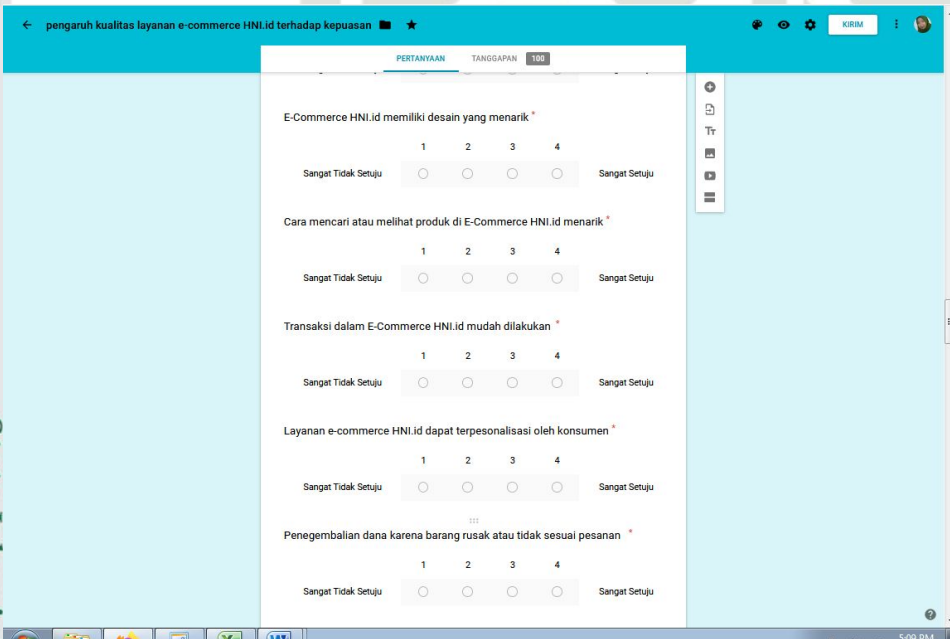
Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Data transaksi konsumenn E-Commerce HNI.id terlindungi *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

E-Commerce HNI.id menyediakan jaminan eksplisit privasi konsumen *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju



pengaruh kualitas layanan e-commerce HNI.id terhadap kepuasan

PERTANYAAN TANGGAPAN 100

E-Commerce HNI.id memiliki desain yang menarik *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Cara mencari atau melihat produk di E-Commerce HNI.id menarik *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Transaksi dalam E-Commerce HNI.id mudah dilakukan *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Layanan e-commerce HNI.id dapat terpersonalisasi oleh konsumen *

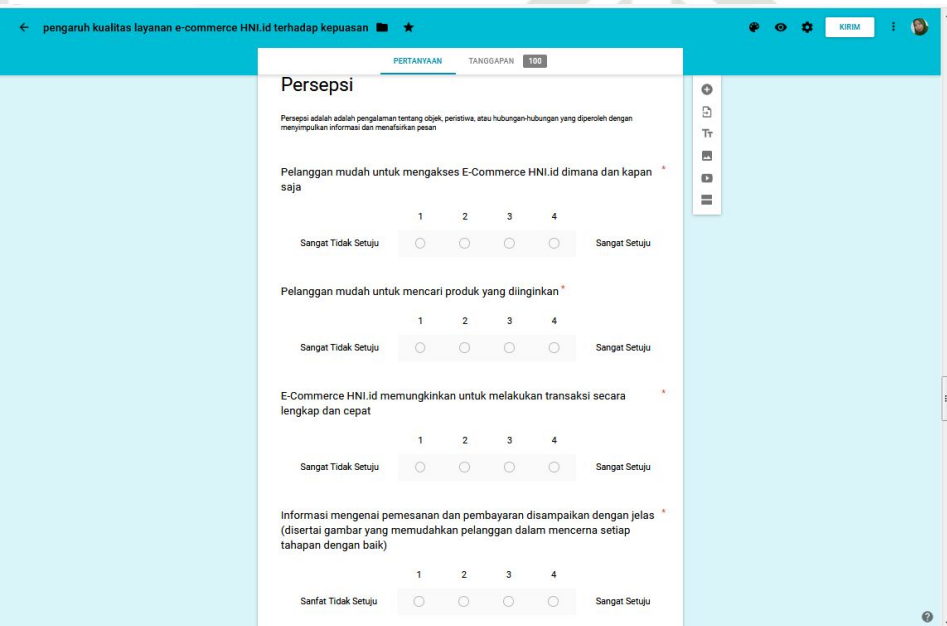
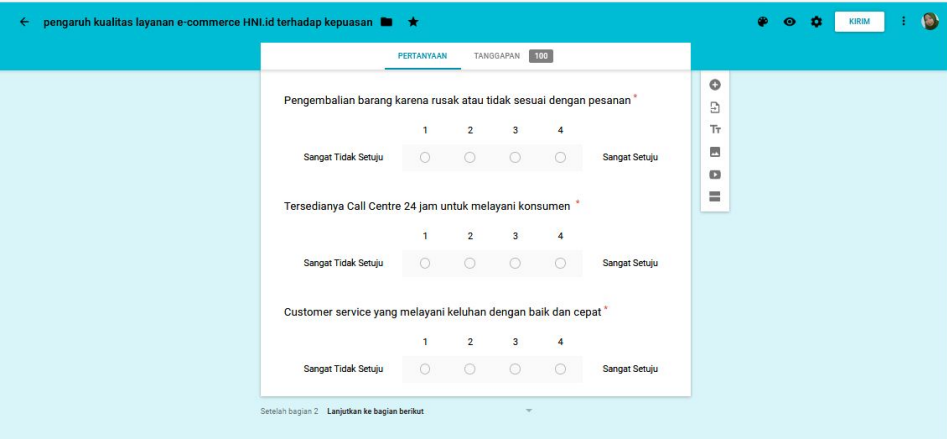
Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Pengebalan dana karena barang rusak atau tidak sesuai pesanan *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

← pengaruh kualitas layanan e-commerce HNI.id terhadap kepuasan ★

PERTANYAAN TANGGAPAN 100

Pelanggan dapat meninggalkan E-Commerce dengan mudah *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Fitur – fitur yang ada pada E-Commerce HNI.id berfungsi sesuai dengan kegunaannya *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

E-Commerce HNI.id mudah ditemukan di search engine *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

E-Commerce HNI.id menyediakan beberapa pilihan pembayaran sesuai dengan kebutuhan pelanggan. *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Link yang disediakan mudah di klik (mudah menyambung ke tujuan link) *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

← pengaruh kualitas layanan e-commerce HNI.id terhadap kepuasan ★

PERTANYAAN TANGGAPAN 100

Transaksi di E-Commerce HNI.id dapat dilakukan selama 24 jam *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Halaman pada E-Commerce HNI.id tidak mengalami hang pada saat melakukan transaksi. *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Stok barang yang ditulis di E-Commerce HNI.id selalu ready *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Pengiriman barang sesuai dengan yang dipesan oleh pelanggan. *

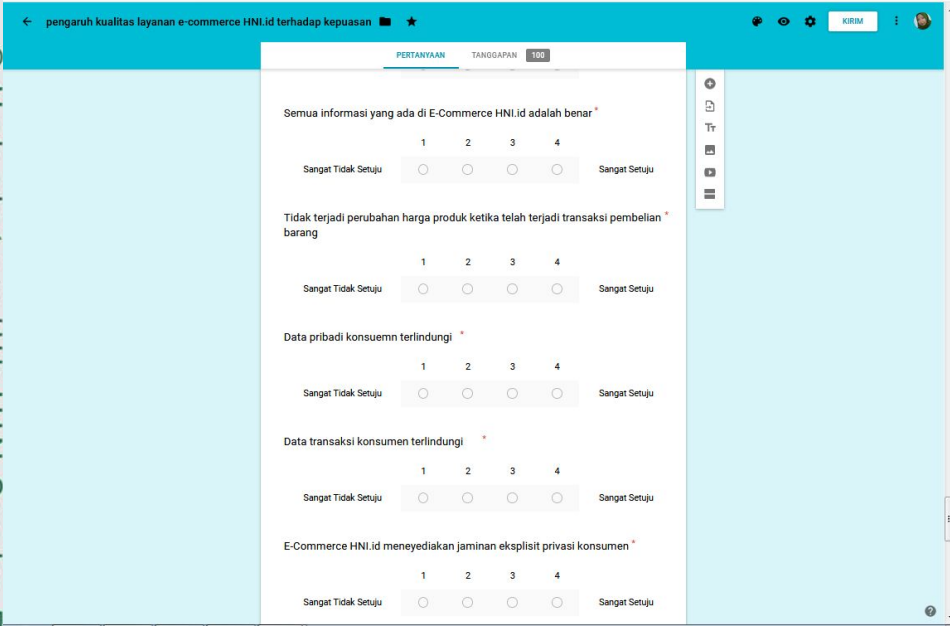
Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Penawaran yang diberikan sesuai dengan apa adanya *

Sangat Tidak Setuju 1 2 3 4 Sangat Setuju

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



← pengaruh kualitas layanan e-commerce HNI.id terhadap kepuasan

PERTANYAAN TANGGAPAN 100

Semua informasi yang ada di E-Commerce HNI.id adalah benar *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Tidak terjadi perubahan harga produk ketika telah terjadi transaksi pembelian barang *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Data pribadi konsumenn terlindungi *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Data transaksi konsumen terlindungi *

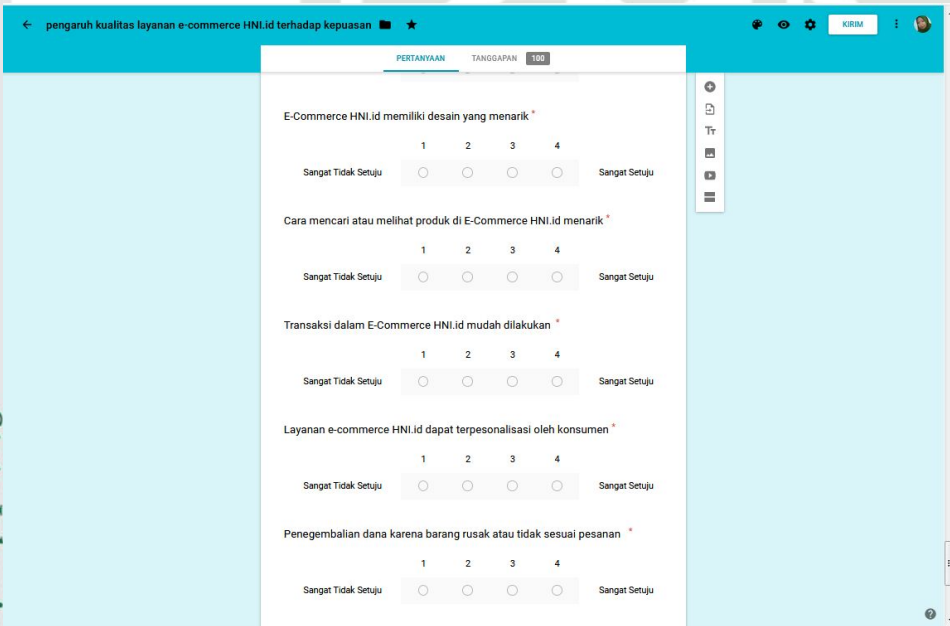
1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

E-Commerce HNI.id menyediakan jaminan eksplisit privasi konsumen *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju



← pengaruh kualitas layanan e-commerce HNI.id terhadap kepuasan

PERTANYAAN TANGGAPAN 100

E-Commerce HNI.id memiliki desain yang menarik *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Cara mencari atau melihat produk di E-Commerce HNI.id menarik *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Transaksi dalam E-Commerce HNI.id mudah dilakukan *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Layanan e-commerce HNI.id dapat terpersonalisasi oleh konsumen *

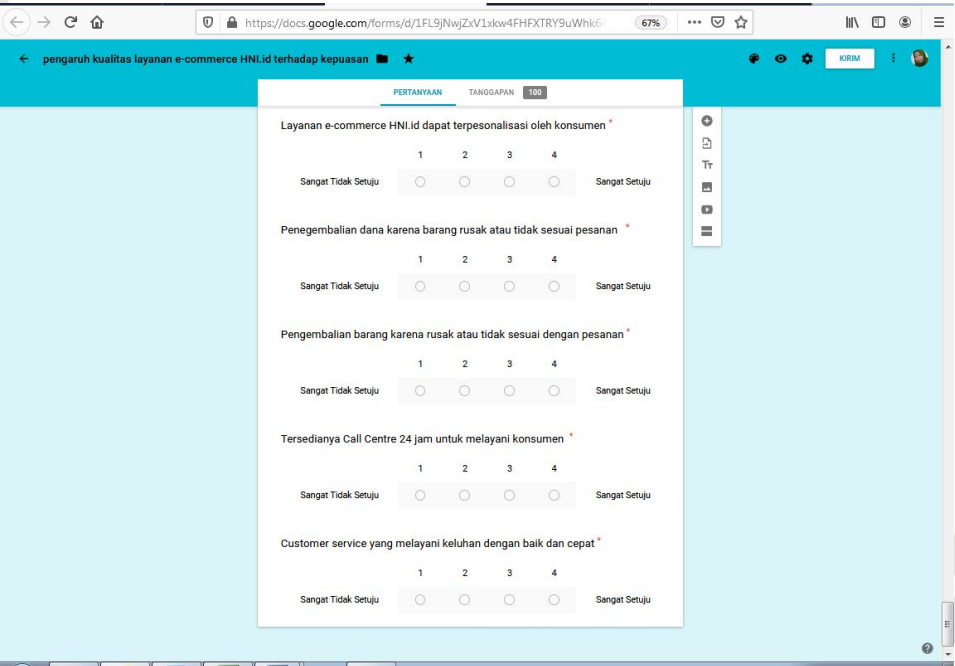
1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Pengebalan dana karena barang rusak atau tidak sesuai pesanan *

1 2 3 4

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju



The screenshot shows a Google Forms survey with the following questions and response options:

PERTANYAAN	TANGGAPAN
Layanan e-commerce HNI.id dapat terpersonalisasi oleh konsumen *	1 2 3 4 Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat Setuju
Pengembalian dana karena barang rusak atau tidak sesuai pesanan *	1 2 3 4 Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat Setuju
Pengembalian barang karena rusak atau tidak sesuai dengan pesanan *	1 2 3 4 Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat Setuju
Tersedianya Call Centre 24 jam untuk melayani konsumen *	1 2 3 4 Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat Setuju
Customer service yang melayani keluhan dengan baik dan cepat *	1 2 3 4 Sangat Tidak Setuju <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> Sangat Setuju

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN D

HASIL PENGOLAHAN PERSEPSI DAN EKSPEKTASI

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengolahan data persepsi dan ekspektasi - Microsoft Word

Pengolahan Data Persepsi

NO	Persepsi																											
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	
1	4	4	3	3	2	4	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	
3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
7	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3
8	2	2	2	3	3	4	2	2	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	4	
9	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	
10	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	
11	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	
12	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
14	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	
15	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
16	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
18	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
20	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
21	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
22	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	3	
23	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
25	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	
26	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	

Page: 1 of 8 Words: 5,744 100% 10:03 AM 11/5/2019

pengolahan data persepsi dan ekspektasi - Microsoft Word

27	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	
28	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
30	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
32	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	
33	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3		
34	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3		
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
36	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4		
37	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4		
38	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	
40	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
41	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	
42	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3		
43	2	2	2	3	3	3	3	3	1	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	
44	2	3	4	4	3	4	3	3	2	2	2	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	2	2		
45	3	3	3	3	2	2	4	4	2	2	1	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
46	2	3	3	2	3	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	
47	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	
48	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3		
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	
51	1	1	1	1	4	1	3	1	1	3	4	4	3	2	2	4	4	2	4	3	2	2	1	4	4	4	4	2	
52	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	1	1	1	4	3	3	1	2	2	2	2	3	3	
54	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
55	3	3	2	3	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	
56	4	4	4	4	3	3	2	2	4	3	4	3	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3

Page: 2 of 8 Words: 5,744 100% 10:05 AM 11/5/2019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengolahan data persepsi dan ekspektasi - Microsoft Word

Pengolahan Data Ekspektasi

		Ekspektasi																									
NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27
1	4	4	3	4	3	4	3	4	3	5	2	3	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3
9	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
10	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4
11	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
12	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
15	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
16	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
18	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	3	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2
23	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3

Page: 5 of 8 | Words: 5,744 | 10:15 AM 11/5/2019

pengolahan data persepsi dan ekspektasi - Microsoft Word

27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3		
28	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
29	4	4	3	3	3	2	4	2	1	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3		
30	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4		
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
32	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3		
33	3	3	3	2	3	3	2	1	2	2	3	3	4	3	2	1	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	1		
34	3	4	2	3	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
35	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
36	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1		
37	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2		
38	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3		
39	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4		
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
41	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3		
42	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3		
43	2	3	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	1	1	2	3	2
44	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	
45	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2
46	3	3	3	3	4	4	3	2	4	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4
47	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	
48	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3
51	4	1	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
52	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
53	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
54	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
55	1	2	2	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2
56	4	4	3	4	4	1	4	1	1	4	4	1	4	4	3	1	2	2	2	4	3	2	1	1	1	1	1	4	

Page: 6 of 8 | Words: 5,744 | 10:15 AM 11/5/2019

LAMPIRAN E

R TABEL

Tabel Nilai-Nilai *r Product Moment*

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SITI RUBAYATI lahir di Pengalihan, pada tanggal 23 Oktober 1995, Sebagai Anak dari pasangan Bapak Suprpto dan Ibunda Suwiji yang merupakan anak kedua dari tiga bersaudara yang beralamat di Pengalihan, Kecamatan Keritang, Kabupaten Indragiri Hilir. Untuk berkomunikasi dengan penulis dapat menghubungi Nomor Hp 0853-6388-7995. Alamat Email : sitirubayati.95@gmail.com.



Pengalaman pendidikan yang dilalui dimulai pada Madrasah Ibtidaiyah (MI) Nurul Yaqin Pengalihan, tahun 2002-2008, dan dilanjutkan ke Madrasah Tsanawiyah (Mts) Nurul Yaqin, tahun 2008-2011 dan menamatkan Sekolah Menengah Atas (MAN) 039 Tembilahan pada tahun 2011-2014. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim, sebagai mahasiswa pada Jurusan Sistem Informasi Fakultas Sains Dan Teknologi hingga menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini di tahun 2019.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah melaksanakan Kerja Praktek di PTIPD UIN Suska Riau. Pernah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Kemuning Muda. Penulis juga pernah berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan akademik dan non-akademik seperti seminar, workshop dan pengabdian masyarakat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.