

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Aplikasi Klik Indomaret Menggunakan Metode *End User Computing Satisfaction (EUCS)* dan *DeLone and McLean*

Gerald Christopher Hermawan¹, Dwi Fatrianto Suyatno²

^{1,2} Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

¹gerald.19058@mhs.unesa.ac.id

²dwifatrianto@unesa.ac.id

Abstrak— Klik Indomaret adalah layanan aplikasi *E-commerce* PT. Indomarc Prismatama yang diciptakan untuk menjadi saluran online yang dapat dijangkau oleh pelanggan Klik Indomaret. Model yang digunakan penelitian ini ialah model End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean. End User Computing Satisfaction (EUCS) memiliki arti adalah metode perbandingan antara kenyataan dan harapan (*realita*). DeLone and McLean artinya sebuah model guna mengidentifikasi faktor penyebab suksesnya sebuah sistem informasi. Tujuan penelitian ini adalah memberikan informasi yang akan menjadi referensi dalam mengelola dan memperbaiki layanan aplikasi seperti (1) mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi Klik Indomaret dan (2) menguji beberapa faktor yang ada pengaruh akan kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi Klik Indomaret. Metode yang dipergunakan guna penelitian yaitu metode kuantitatif. Diawali dengan kegiatan observasi. Kegiatan ini bertujuan untuk memperoleh hasil pengamatan terhadap ulasan layanan Aplikasi Klik Indomaret. Lalu di lakukan kegiatan survei dengan menyebar kuesioner secara online dalam bentuk google form kepada responden. Hasil dari penelitian menyatakan ukuran tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi Klik Indomaret secara keseluruhan berada pada tingkat sangat puas. Dengan hasil ini diharapkan layanan aplikasi Klik Indomaret dapat mempertahankan atau meningkatkan kembali terkait kepuasan pelanggannya. Beberapa variabel yang dapat ditingkatkan kembali agar berpengaruh signifikan seperti content, format, information quality, service quality, dan timeliness. Namun beberapa variabel yang dapat ditingkatkan kembali akan tetapi tidak berpengaruh signifikan seperti accuracy, easy of use, dan system quality.

Kata Kunci— Klik Indomaret, EUCS, *DeLone and McLean*, Kepuasan, Pelanggan

I. PENDAHULUAN

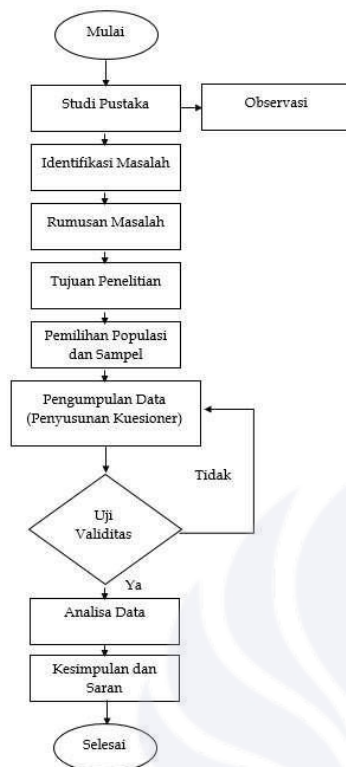
Di era digital saat ini, sebuah teknologi telah bertumbuh dan berkembang dengan sangat cepat dan canggih. Perkembangan ini membuat sebuah dampak pada macam-macam aspek dalam hidup sehari-hari. Berikut contoh penggunaan sebuah teknologi telah diimplementasikan pada bidang bisnis yaitu *E-commerce*, yang merupakan sebuah saluran berbasis online bisa dijangkau manusia menggunakan teknologi, yang digunakan oleh para bisnis dan pelanggan dalam bertransaksi [1]. Seiring perkembangan dunia akan bisnis seperti *E-commerce*, saat ini termasuk hal penting dari sebuah bisnis dalam mengembangkan usaha dikarenakan terdapat banyak manfaat

yang ada pada *E-commerce*. Diantaranya seperti pelanggan tidak perlu datang secara langsung untuk melakukan transaksi pembelian sehingga dapat menghemat biaya perjalanan dan dapat diganti dengan biaya pengiriman yang lebih murah, dan perusahaan atau organisasi dapat menghemat biaya terkait kegiatan promosi sehingga dapat dilakukan pemasaran lebih luas.

Pertumbuhan dan perkembangan penggunaan *E-commerce* membuat salah satu perusahaan terbesar di dunia ritel Indonesia milik PT. Indomarc Prismatama ikut andil dalam menciptakan inovasi – inovasi terkait *E-commerce*. Di ranah *offline* perusahaan ritel terbesar ini berkembang begitu cepat dan tidak perlu diremehkan lagi. Untuk mengikuti akan perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini, Indomaret menciptakan layanan *E-commerce* berbentuk aplikasi yang bernama Klik Indomaret. Berdasarkan data yang diperoleh pada tahun 2022, peringkat keadaan *E-commerce* Indonesia dalam bentuk aplikasi miliki salah satu perusahaan ritel terbesar yaitu Indomaret berada di posisi 5 besar [2]. Dengan data tersebut memperlihatkan bahwa aplikasi ini sangat diminati oleh pelanggan.

Berdasarkan hasil pengamatan secara langsung terhadap aplikasi tersebut pada *Google Play Store* dan *App Store*, ditemukan beberapa kritikan terhadap aplikasi Klik Indomaret. Dimana beberapa kritikan tersebut terkait *customer service* tidak merespon keluhan pelanggan, ketidaksesuaian ketersediaan produk yang dijual, lambatnya proses *refund* dan pengiriman, serta *error* sistem. Beberapa kritikan tersebut membuat para pelanggan menjadi kecewa dan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap penggunaan layanan aplikasi Klik Indomaret. Menurut Lubis kepuasan pelanggan adalah sejauh mana pelanggan senang dengan hasil dari situasi atau tindakan tertentu [3]. Berdasarkan permasalahan yang muncul diperlukan evaluasi terkait berbagai faktor yang dapat berpengaruh akan kepuasan pelanggan pada berhasilnya sebuah layanan pada aplikasi Klik Indomaret untuk menjadi saran pengembangan dan peningkatan kinerja sistem. Penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode EUCS dan *DeLone and McLean*. Dibandingkan metode terkait pengukuran kepuasan pelanggan seperti *Servqual* dan *PIECES* untuk metode EUCS dan *DeLone and McLean* lebih cocok pada penelitian ini berfungsi guna memahami berbagai faktor yang akan mempengaruhi kepuasan dari pelanggan dari segi aspek teknologi dan keberhasilan sistem informasinya.

II. METODE PENELITIAN



Gbr. 1 Flow Penelitian

Penelitian akan melalui beberapa tahap sesuai prosedur yang ditetapkan. Tahapan penelitian diawali dengan tahapan observasi serta studi pustaka, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, pemilihan populasi dan sampel, pengumpulan data dengan menyusun kuesioner, analisa data, dan ditutup dengan kesimpulan dan saran.

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian yang dilakukan akan memakai pendekatan kuantitatif guna melakukan pengujian model EUCS dan DeLone and McLean terhadap analisis kepuasan pelanggan terhadap penggunaan layanan aplikasi Klik Indomaret. Penulis memakai pendekatan kuantitatif berdasarkan pengumpulan data serta analisis data. Bentuk kuantitatif yang dilakukan ialah mengumpulkan data dengan cara survei dalam bentuk kuesioner serta analisa data memakai aplikasi olah data statistik.

Pengumpulan data akan dilakukan dengan melakukan observasi langsung pada layanan aplikasi Klik Indomaret, melihat studi pustaka, dan penyebaran kuesioner secara online melalui WhatsApp, Instagram, Telegram, dan Line dengan menggunakan google form sebagai media pengisian kuesioner. Untuk hasil dari kuesioner nantinya akan dikumpul serta dianalisis dengan aplikasi Ms. Excel 2016 dan tools SmartPLS.

B. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi yang dicantumkan pada penelitian berikut ini adalah pelanggan dari layanan aplikasi Klik Indomaret di Kota Surabaya. Penulis memakai teknik *purposive sampling* untuk mengambil sampel. Teknik ini dilakukan dengan memilih

pengalaman dalam menggunakan layanan aplikasi Klik Indomaret. Kemudian, pemilihan sampel dilaksanakan aksidental artinya mengambil anggota sampel dengan cara dilaksanakan pada responden yang di temui (*Accidental Sampling*) [4]. Berdasarkan perhitungan jumlah sampel dengan rumus lemeshow yang diperoleh yaitu :

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2} = \frac{1.96^2 \cdot 0.5(1-0.5)}{10\%^2} = \frac{0.9604}{0.1} = 96,04$$

Atau dibulatkan sebesar 100 sampel

Keterangan :

n = Jumlah Seluruh Sampel

z = Skor Standart sebesar 1,96

p = Skor kemungkinan 50% = 0,5

d = Alpha (0,10) atau skor *error* = 10%

Dengan mempertimbangkan keterbatasan waktu dan biaya serta rumus lemeshow yang digunakan, maka peneliti akan menggunakan 131 responden sebagai sampel penelitian yang dapat mewakili jumlah populasi tersebut. Hal ini didukung berbagai teori. Yaitu teori Wong mengatakan *Structural Equation Model* membutuhkan sampel sebanyak 100-200 sampel [5]. PLS-SEM mengatur penentuan sampel pada sebuah penelitian, sebesar 10 dikalikan jumlah maksimum panah yang tertuju kepada variabel laten [6].

C. Instrumen Penelitian

Instrumen ini berbentuk kuesioner terpecah menjadi dua bagian. Pertama ialah lembar pengantar penelitian yang berisi permohonan dari penulis untuk melakukan penelitian. Bagian kedua merupakan lembar soal, sebanyak 32 soal seperti 5 soal untuk profil dari responden, 1 soal seputar umum, dan 26 soal sesuai dengan teori model EUCS dan DeLone and McLean. Seluruh pertanyaan mengikuti teori metode EUCS dan DeLone and McLean.

1) *Content*

Content atau isi merupakan pengukur tingkat kepuasan pelanggan yang dilihat dari isi sebuah layanan sistem. Isi dari sebuah sistem merupakan sejenis modul yang dipakai pelanggan serta pemberian informasi yang bermanfaat dan tentunya berkualitas [7].

TABEL I
 INDIKATOR CONTENT

Variabel	Kode	Pertanyaan
Content	C1	Layanan aplikasi Klik Indomaret menyediakan konten yang sesuai dengan kebutuhan
	C2	Layanan aplikasi Klik Indomaret menyediakan konten yang beragam
	C3	Layanan aplikasi Klik Indomaret benar benar menyediakan konten yang berkualitas
	C4	Layanan aplikasi Klik Indomaret menyediakan

Variabel	Kode	Pertanyaan
		konten yang bermanfaat

2) Accuracy

Variabel *accuracy* merupakan alat pengukur kepuasan pelanggan dari sisi besarnya akurat data yang ditayangkan, serta terlihat akan kesalahan sistem maupun eror [7].

TABEL III
INDIKATOR ACCURACY

Variabel	Kode	Pertanyaan
Accuracy	A1	Layanan aplikasi Klik Indomaret menyajikan informasi yang akurat
	A2	Layanan aplikasi Klik Indomaret menyajikan informasi yang terpercaya
	A3	Layanan aplikasi Klik Indomaret menampilkan <i>output</i> yang sesuai dengan apa yang diperintahkan

3) Format

Variabel *format* merupakan variabel pengukur kepuasan pelanggan dari sisi tampilan sistem yang memiliki keestetikan [7].

TABEL IIIII
INDIKATOR FORMAT

Variabel	Kode	Pertanyaan
Format	F1	Layanan aplikasi Klik Indomaret memiliki tampilan sistem yang menarik
	F2	Layanan aplikasi Klik Indomaret memiliki tampilan sistem yang jelas
	F3	Layanan aplikasi Klik Indomaret memiliki tampilan sistem yang mudah dimengerti
	F4	Tampilan aplikasi Klik Indomaret memudahkan pelanggan dalam menggunakan layanan aplikasi Klik Indomaret

4) Easy of Use

Variabel ini merupakan pengukur kepuasan pelanggan dari sisi kemudahan pelanggan dalam memakai suatu layanan sistem, seperti proses input data, mengola data, dan mencari informasi yang diinginkan secara efektif [8].

TABEL IVV
INDIKATOR EASY OF USE

Variabel	Kode	Pertanyaan
Easy of Use	EU1	Layanan aplikasi Klik Indomaret memiliki sistem yang mudah digunakan
	EU2	Layanan aplikasi Klik Indomaret memiliki sistem yang mudah dipahami

5) Timeliness

Variabel *timeliness* merupakan variabel pengukur kepuasan pelanggan dari sisi kecepatan mengenai waktu dalam penyediaan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan [8].

TABEL V
INDIKATOR TIMELINESS

Variabel	Kode	Pertanyaan
Timeliness	T1	Layanan aplikasi Klik Indomaret memberikan informasi yang dibutuhkan secara tepat waktu
	T2	Layanan aplikasi Klik Indomaret memberikan informasi yang terkini

6) System Quality

Kualitas sistem merupakan kinerja dari sebuah sistem yang mengarah pada seberapa bagus kemampuan sebuah sistem untuk dapat menyajikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan [9].

TABEL VI
INDIKATOR SYSTEM QUALITY

Variabel	Kode	Pertanyaan
System Quality	SQ1	Layanan aplikasi Klik Indomaret melakukan <i>update</i> sistem secara berkala
	SQ2	Layanan aplikasi Klik Indomaret merespon perintah dari pelanggan yang menggunakan secara cepat
	SQ3	Layanan aplikasi Klik Indomaret memberikan informasi sesuai dengan fungsi dan kebutuhan, demi keamanan data pelanggan yang menggunakan

7) Information Quality

Kualitas informasi merupakan sebgas apa kualitas informasi yang bisa dikeluarkan/dihasilkan sistem dan kegunaannya untuk pelanggan [9].

TABEL VII
INDIKATOR INFORMATION QUALITY

Variabel	Kode	Pertanyaan
Information Quality	IQ1	Layanan aplikasi Klik Indomaret menyajikan informasi yang sesuai dengan kondisi terkini
	IQ2	Layanan aplikasi Klik Indomaret menyajikan informasi yang terpercaya

8) Service Quality

Kualitas pelayanan adalah variabel yang mengukur kepuasan pelanggan terhadap besarnya tingkat kualitas yang dimiliki sebuah layanan seperti pada helpdesk sistem informasi [9].

TABEL VIII
INDIKATOR SERVICE QUALITY

Variabel	Kode	Pertanyaan
Service Quality	SEQ1	Layanan aplikasi Klik Indomaret menampilkan informasi transaksi yang sesuai yang diperintahkan secara cepat
	SEQ2	Layanan aplikasi Klik Indomaret memberikan rasa aman pada pelanggan yang menggunakan layanan aplikasi Klik Indomaret

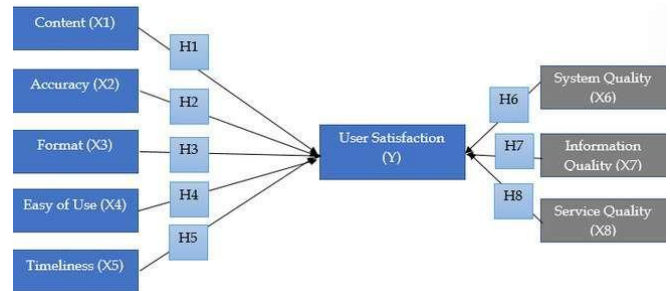
9) User Satisfaction

Kepuasan pelanggan mengarah kepada tanggapan dan feedback yang diberikan oleh pelanggan setelah menggunakan sistem informasi [9].

TABEL IX
INDIKATOR USER SATISFACTION

Variabel	Kode	Pertanyaan
User Satisfaction	US1	Layanan aplikasi Klik Indomaret dalam penggunaannya sudah efektif (berhasil)
	US2	Layanan aplikasi Klik Indomaret sudah bekerja secara efisien
	US3	Layanan aplikasi Klik Indomaret memenuhi kebutuhan pelanggan yang menggunakan layanan aplikasi Klik Indomaret
	US4	Layanan aplikasi Klik Indomaret secara keseluruhan sudah memuaskan

D. Hipotesis



Gbr. 2 Model Penelitian

Berikut adalah penjabaran dari hipotesis pada penelitian ini :

- H1 : Variabel *Accuracy* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction* (Y).
- H2 : Variabel *Content* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction* (Y).
- H3 : Variabel *Easy of Use* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction* (Y).
- H4 : Variabel *Format* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction* (Y).
- H5 : Variabel *Information Quality* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction* (Y).
- H6 : Variabel *Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction* (Y).
- H7 : Variabel *System Quality* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction* (Y).
- H8 : Variabel *Timeliness* berpengaruh signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction* (Y).

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dapat dilakukan dengan cara observasi, survei, dan studi pustaka. Studi pustaka dilakukan untuk mengetahui berbagai informasi berdasarkan sumber seperti jurnal, buku, situs-situs yang berkaitan dengan penelitian. Penulis akan mengumpulkan dan mempelajari informasi yang berkaitan dengan pengukuran tingkat penerimaan pelanggan, model EUCS, metode penelitian kuantitatif, dan SmartPLS untuk pengolahan data. Selain itu penulis akan melakukan *review* terhadap jurnal-jurnal penelitian terdahulu untuk dijadikan referensi. Observasi dilakukan dengan cara mengamati langsung terkait ulasan pelanggan layanan aplikasi Klik Indomaret pada bagian *comment* di *Google Play Store* dan *App Store*, serta melakukan pengamatan langsung terhadap aplikasi Klik Indomaret. Tahap ini memberikan informasi mengenai ulasan pelanggan yang menyatakan kritikan atau pujian. Survei yang dilaksanakan guna proses penelitian yaitu berupa kuesioner. Proses menyebarkan dilakukan secara online terhadap responden melalui media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Telegram, dan Line dengan menggunakan *google form* sebagai media pengisian kuesioner.

Skala akan digunakan pada penelitian yaitu menggunakan skala *likert*. Skala *likert* merupakan kegiatan survei kepada seseorang dengan memberikan tanggapan serta pendapat setuju atau tidak setuju [10].

TABEL X
SKALA LIKERT

Keterangan	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

F. Teknik Analisis Data

Pada tahap ini akan melalui dua tahap/bagian ialah analisis demografis serta analisis statistik. Pada bagian pertama, penulis akan menganalisa dengan melakukan pengolahan data demografis menggunakan Ms. Excel 2016. Kedua, penulis akan melakukan analisis statistik menggunakan *tools* SmartPLS untuk melakukan analisis model pengukuran (*outer model*) serta model struktural (*inner model*). Untuk model pengukuran (*outer model*) berfungsi menguji reliabilitas dan validitas *outer model* melalui indikator *reliability*, *internal consistency reliability*, *convergent validity*, dan *discriminant validity*. Sedangkan pada model struktural (*inner model*) dilaksanakan berfungsi sebagai menguji *path coefficient* (β), *coefficient of determination* (R^2), *t-test* melalui *method bootstrapping*, *effect size* (f^2), *predictive relevance* (Q^2), dan *relative impact* (q^2) menggunakan metode pengujian *blindfolding* [11].

Pada interpretasi data, penulis akan menggambarkan hasil dari analisis demografi pada responden dengan melihat keadaan sebenarnya. Kemudian hasil analisis *outer model* dan *inner model* yang masih dalam angka akan diterjemahkan menjadi kata-kata dengan mempertimbangkan hasil penelitian sejenis yang berkaitan penelitian.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pilot Study

Pilot study merupakan salah satu tahapan yang digunakan dalam pengujian reliabilitas dan validitas instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji seluruh instrumen pada kuesioner yang digunakan peneliti sudah berhasil. *Pilot study* yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan sejumlah 40 responden yang merupakan pelanggan yang menggunakan layanan aplikasi Klik Indomaret. *Pilot study* memiliki skor *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,5 dan skor *Composite Reliability* (CR) di atas 0,7 agar suatu instrumen dapat dikatakan memiliki validitas dan reliabilitas yang memenuhi syarat. *Composite Reliability* (CR) merupakan ukuran untuk mengevaluasi model pengukuran yang akan digunakan dalam penelitian. *Average Variance Extracted*

(AVE) menggambarkan besarnya varian atau keragaman variabel manifest (skor skor indikator tiap variabel) yang dimiliki konstruk laten [12].

1) Uji *Composite Reliability* (CR)

TABEL XI
TABEL COMPOSITE RELIABILITY (CR)

	<i>Composite Reliability</i> (CR)
<i>Accuracy</i>	0.813
<i>Content</i>	0.899
<i>Easy of Use</i>	0.872
<i>Format</i>	0.966
<i>Information Quality</i>	0.929
<i>Service Quality</i>	0.951
<i>System Quality</i>	0.909
<i>Timeliness</i>	0.972
<i>User Satisfaction</i>	0.957

Composite Reliability (CR) memiliki skor yang harus di atas 0,7 [12]. Setelah dilakukan pengujian *Composite Reliability* didapatkan hasil seperti pada Tabel XI bahwa seluruh variabel tersebut memiliki skor di atas ambang 0,7 dan dinyatakan valid untuk digunakan dalam penelitian.

2) Uji *Average Variance Extracted* (AVE)

TABEL XII
TABEL AVERAGE VARIANCE EXTRACTED (AVE)

	<i>Average Variance Extracted</i> (AVE)
<i>Accuracy</i>	0.598
<i>Content</i>	0.691
<i>Easy of Use</i>	0.773
<i>Format</i>	0.876
<i>Information Quality</i>	0.868
<i>Service Quality</i>	0.907
<i>System Quality</i>	0.772
<i>Timeliness</i>	0.946
<i>User Satisfaction</i>	0.847

Average Variance Extracted (AVE) memiliki skor yang harus di atas 0,5 untuk dikatakan baik [12]. Setelah dilakukan pengujian *Average Variance Extracted* (AVE), didapatkan hasil seperti pada Tabel 4.2 bahwa seluruh variabel memiliki skor di atas ambang 0,5 dan dinyatakan memenuhi persyaratan untuk digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil seluruh pengujian *Pilot Study* yang telah dilaksanakan, dapat dikatakan untuk seluruh soal dinyatakan valid dan bisa dilakukan untuk penelitian lebih lanjut.

B. Analisis Demografis

1) Jenis Kelamin

TABEL XIII
TABEL JENIS KELAMIN RESPONDEN

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	56	43%
Perempuan	75	57%

Berdasarkan Tabel XIII menunjukkan bahwa dari 131 responden, 56 diantaranya adalah laki-laki dengan persentase 43% dan 75 lainnya adalah perempuan dengan persentase 57%.

2) Usia

TABEL XIV
TABEL USIA RESPONDEN

Usia	Jumlah	Persentase
<18 Tahun	11	8%
18-23 Tahun	75	57%
24-30 Tahun	29	23%
>30 Tahun	16	12%

Berdasarkan Tabel XIV menunjukkan bahwa dari 131 responden, diketahui responden pada penelitian ini terdiri dari 8% responden berusia <18 tahun yaitu 11 orang, 57% responden berusia 18-23 tahun yaitu 75 orang, 23% responden berusia 24-30 tahun yaitu 29 orang, 12% responden berusia >30 tahun yaitu 16 orang.

3) Lama Penggunaan

TABEL XV
TABEL LAMA PENGGUNAAN RESPONDEN

Lama Penggunaan	Jumlah	Persentase
<1 Tahun	26	20%
1-2 Tahun	45	34%
> 2 Tahun	60	46%

Berdasarkan Tabel XV menunjukkan bahwa dari 131 responden, diketahui responden pada penelitian ini terdiri dari 20% responden dengan lama penggunaan <1 tahun yaitu 26 orang, 34% responden dengan lama penggunaan 1-2 tahun yaitu 45 orang, 46% responden dengan lama penggunaan >2 tahun yaitu 60 orang.

4) Platform yang Digunakan

TABEL XVI
TABEL PLATFORM RESPONDEN

Platform	Jumlah	Persentase
Android	91	69%
iOS	40	31%

Berdasarkan Tabel XVI menunjukkan bahwa dari 131 responden, 91 diantaranya adalah pengguna platform android dengan persentase 69% dan 40 lainnya adalah pengguna platform iOS dengan persentase 31%.

C. Analisis Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

TABEL XVII
TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN

Variabel	Mean	Skala	Predikat
Content	4,33	4	Sangat Puas
Accuracy	4,48	4	Sangat Puas
Format	4,48	4	Sangat Puas
Easy of Use	4,27	4	Sangat Puas
Timeliness	4,52	4	Sangat Puas
System Quality	4,42	4	Sangat Puas
Information Quality	4,5	4	Sangat Puas
Service Quality	4,48	4	Sangat Puas

Hasil pengolahan data kuesioner menyatakan hasil bahwa rata-rata seluruh skor jawaban responden pada layanan Aplikasi Klik Indomaret untuk variabel *content* yaitu sebesar 4,33. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas terhadap *content* yang disajikan pada layanan Aplikasi Klik Indomaret.

Hasil pengolahan data kuesioner menyatakan hasil bahwa rata-rata seluruh skor jawaban responden pada layanan Aplikasi Klik Indomaret untuk variabel *accuracy* yaitu sebesar 4,48. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas terhadap keakuratan informasi pada layanan Aplikasi Klik Indomaret.

Hasil pengolahan data kuesioner menyatakan hasil bahwa rata-rata seluruh skor jawaban responden pada layanan Aplikasi Klik Indomaret untuk variabel *format* yaitu sebesar 4,48. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas terhadap isi yang ditampilkan pada layanan Aplikasi Klik Indomaret.

Hasil pengolahan data kuesioner menyatakan hasil bahwa rata-rata seluruh skor jawaban responden pada layanan Aplikasi Klik Indomaret untuk variabel *easy of use* yaitu sebesar 4,27. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas akan kemudahan dalam penggunaan layanan Aplikasi Klik Indomaret.

Hasil pengolahan data kuesioner menyatakan hasil bahwa rata-rata seluruh skor jawaban responden pada layanan Aplikasi Klik Indomaret untuk variabel *timeliness* yaitu sebesar 4,52. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas mengenai kecepatan dan kesigapan waktu layanan Aplikasi Klik Indomaret.

Hasil pengolahan data kuesioner menyatakan hasil bahwa rata-rata seluruh skor jawaban responden pada layanan Aplikasi Klik Indomaret untuk variabel *system quality* yaitu sebesar 4,42. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas terhadap kualitas sistem dari Aplikasi Klik Indomaret.

Hasil pengolahan data kuesioner menyatakan hasil bahwa rata-rata seluruh skor jawaban responden pada layanan Aplikasi Klik Indomaret untuk variabel *information quality* yaitu sebesar 4,5. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas terhadap kualitas informasi yang disajikan oleh Aplikasi Klik Indomaret.

Hasil pengolahan data kuesioner menyatakan hasil bahwa rata-rata seluruh skor jawaban responden pada layanan Aplikasi

Klik Indomaret untuk variabel *service quality* yaitu sebesar 4,48. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa pelanggan sangat puas kualitas pelayanan yang dimiliki Aplikasi Klik Indomaret. Tabel 4.4 menunjukkan hasil bahwa tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan aplikasi Klik Indomaret secara keseluruhan berada pada tingkat SANGAT PUAS yang artinya pelanggan sudah merasa sangat puas dalam menggunakan layanan Aplikasi Klik Indomaret. Dengan hasil ini juga diperlukan untuk mempertahankan atau meningkatkan lagi untuk layanan pada Aplikasi Klik Indomaret agar terus meningkatkan kepuasan pelanggannya.

D. Hasil Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

1) Uji Individual Item Reliability

TABEL XVIII
 HASIL PENGUJIAN OUTER LOADING ACCURACY

VARIABEL	A
A1	0.850
A2	0.891
A3	0.750

Berdasarkan Tabel XVIII menunjukkan bahwa standar *loading factor* di atas 0,7 [12], maka dipastikan indikator dari variabel *accuracy* dinyatakan valid sebagai pengukur konstruk.

TABEL XIX
 HASIL PENGUJIAN OUTER LOADING CONTENT

VARIABEL	C
C1	0.895
C2	0.727
C3	0.792
C4	0.902

Berdasarkan Tabel XIX menunjukkan bahwa standar *loading factor* di atas 0,7 [12], maka dipastikan indikator dari variabel *content* dinyatakan valid sebagai pengukur konstruk.

TABEL XX
 HASIL PENGUJIAN OUTER LOADING EASY OF USE

VARIABEL	EU
EU1	0.896
EU2	0.892

Berdasarkan Tabel XX menunjukkan bahwa standar *loading factor* di atas 0,7 [12], maka dipastikan indikator dari variabel *easy of use* dinyatakan valid sebagai pengukur konstruk.

TABEL XXI
 HASIL PENGUJIAN OUTER LOADING FORMAT

VARIABEL	F
F1	0.928

F2	0.892
F3	0.886
F4	0.879

Berdasarkan Tabel XXI menunjukkan bahwa standar *loading factor* di atas 0,7 [12], maka dipastikan indikator dari variabel *format* dinyatakan valid sebagai pengukur konstruk.

TABEL XXII
 HASIL PENGUJIAN OUTER LOADING INFORMATION QUALITY

VARIABEL	IQ
IQ1	0.961
IQ2	0.955

Berdasarkan Tabel XXII menunjukkan bahwa standar *loading factor* di atas 0,7 [12], maka dipastikan indikator dari variabel *information quality* dinyatakan valid sebagai pengukur konstruk.

TABEL XXIII
 HASIL PENGUJIAN OUTER LOADING SERVICE QUALITY

VARIABEL	SEQ
SEQ1	0.936
SEQ2	0.946

Berdasarkan Tabel XXIII menunjukkan bahwa standar *loading factor* di atas 0,7 [12], maka dipastikan indikator dari variabel *service quality* dinyatakan valid sebagai pengukur konstruk.

TABEL XXIV
 HASIL PENGUJIAN OUTER LOADING SYSTEM QUALITY

VARIABEL	SQ
SQ1	0.863
SQ2	0.727
SQ3	0.894

Berdasarkan Tabel XXIV menunjukkan bahwa standar *loading factor* di atas 0,7 [12], maka dipastikan indikator dari variabel *system quality* dinyatakan valid sebagai pengukur konstruk.

TABEL XXV
 HASIL PENGUJIAN OUTER LOADING TIMELINESS

VARIABEL	T
T1	0.938
T2	0.952

Berdasarkan Tabel XXV menunjukkan bahwa standar *loading factor* di atas 0,7 [12], maka dipastikan indikator dari variabel *timeliness* dinyatakan valid sebagai pengukur konstruk.

TABEL XXVI
 HASIL PENGUJIAN OUTER LOADING USER SATISFACTION

VARIABEL	US
US1	0.901
US2	0.955
US3	0.933
US4	0.898

Berdasarkan Tabel XXVI menunjukkan bahwa standar *loading factor* di atas 0,7 [12], maka dipastikan indikator dari variabel *user satisfaction* dinyatakan valid sebagai pengukur konstruk.

2) Uji Internal Consistency Reliability

TABEL XXVII
HASIL COMPOSITE RELIABILITY (CR)

Variabel	Composite Reliability (CR)
Accuracy	0.871
Content	0.900
Easy of Use	0.888
Format	0.942
Information Quality	0.957
Service Quality	0.940
System Quality	0.870
Timeliness	0.943
User Satisfaction	0.958

Berdasarkan Tabel XXVII menunjukkan bahwa standar skor *composite reliability* minimal 0,7 [12], maka dipastikan valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

3) Uji Average Variance Extracted (AVE)

TABEL XXVIII
HASIL AVERAGE VARIANCE EXTRACTED (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
Accuracy	0.693
Content	0.693
Easy of Use	0.799
Format	0.803
Information Quality	0.918
Service Quality	0.886
System Quality	0.691
Timeliness	0.893
User	0.850

Satisfaction

Berdasarkan Tabel XXVIII menunjukkan bahwa standar skor minimal 0,5 [12], maka dapat dinyatakan ukuran *convergent validity* yang baik.

4) Uji Discriminant Validity

TABEL XXIX
HASIL CROSS LOADING

VARIABEL	A	C	EU	F	IQ	SEQ	SQ	T	US
A1	0,850	0,274	0,324	0,624	0,652	0,561	0,479	0,585	0,604
A2	0,891	0,312	0,360	0,665	0,716	0,614	0,509	0,571	0,625
A3	0,750	0,234	0,331	0,594	0,579	0,560	0,403	0,409	0,528
C1	0,237	0,895	0,353	0,432	0,432	0,401	0,471	0,399	0,468
C2	0,082	0,727	0,254	0,252	0,266	0,275	0,318	0,204	0,317
C3	0,292	0,792	0,485	0,404	0,359	0,391	0,391	0,477	0,481
C4	0,397	0,902	0,396	0,544	0,564	0,571	0,541	0,559	0,630
EU1	0,426	0,476	0,896	0,465	0,459	0,347	0,319	0,414	0,388
EU2	0,299	0,338	0,892	0,476	0,363	0,352	0,276	0,465	0,381
F1	0,782	0,493	0,511	0,928	0,859	0,808	0,753	0,756	0,849
F2	0,699	0,396	0,432	0,892	0,812	0,685	0,672	0,664	0,770
F3	0,652	0,439	0,464	0,886	0,687	0,724	0,645	0,695	0,730
F4	0,570	0,501	0,476	0,879	0,620	0,791	0,681	0,875	0,832
IQ1	0,737	0,515	0,452	0,844	0,961	0,753	0,739	0,733	0,860
IQ2	0,763	0,459	0,429	0,746	0,955	0,748	0,576	0,625	0,802
SEQ1	0,566	0,500	0,383	0,784	0,651	0,936	0,767	0,762	0,829
SEQ2	0,735	0,470	0,354	0,800	0,817	0,946	0,714	0,760	0,897
SQ1	0,505	0,516	0,319	0,668	0,645	0,596	0,863	0,665	0,649
SQ2	0,396	0,241	0,161	0,565	0,469	0,600	0,727	0,373	0,520
SQ3	0,488	0,531	0,330	0,680	0,594	0,758	0,894	0,673	0,694
T1	0,494	0,434	0,432	0,736	0,562	0,720	0,599	0,938	0,761
T2	0,688	0,544	0,493	0,840	0,769	0,803	0,718	0,952	0,861
US1	0,606	0,535	0,356	0,793	0,838	0,808	0,718	0,774	0,901
US2	0,641	0,578	0,397	0,810	0,743	0,894	0,649	0,810	0,955
US3	0,647	0,559	0,347	0,788	0,817	0,836	0,708	0,774	0,933
US4	0,706	0,514	0,484	0,890	0,805	0,845	0,702	0,816	0,898

Berdasarkan Tabel XXIX menunjukkan bahwa dengan syarat variabel manifes pada variabel bersangkutan lebih besar dibandingkan dengan *cross loading* pada variabel laten lainnya [12], maka dapat dinyatakan pengujian valid.

TABEL XXX
HASIL CROSS LOADING FORNELL-LACKER'S

VARIABEL	A	C	EU	F	IQ	SEQ	SQ	T	US
A	0.833								
C	0.330	0.832							
EU	0.406	0.456	0.894						
F	0.754	0.512	0.526	0.896					
IQ	0.782	0.510	0.460	0.832	0.958				
SEQ	0.694	0.514	0.391	0.842	0.783	0.941			
SQ	0.560	0.532	0.333	0.769	0.689	0.786	0.831		
T	0.631	0.521	0.491	0.837	0.711	0.809	0.701	0.945	
US	0.705	0.593	0.430	0.890	0.868	0.918	0.753	0.861	0.922

Berdasarkan Tabel XXX menunjukkan bahwa dengan syarat akar AVE lebih besar dari pada konstruk lainnya [12], maka dapat dinyatakan pengujian valid sesuai syarat.

E. Pembahasan Analisis Model Pengukuran (Outer Model)

Berdasarkan hasil analisis model pengukuran (*Outer Model*) yang telah dilakukan dalam penelitian, maka seluruh hasil menyatakan bahwa pengujian telah memenuhi persyaratan seperti pada tahap pertama hasil uji *individual item reliability*

mendapatkan skor *outer loading* di atas ambang batasnya yaitu 0,7. Tahap kedua hasil uji *internal consistency reliability* menunjukkan skor di atas ambang batasnya yaitu 0,7. Tahap ketiga uji *Average Variance Extracted (AVE)* menyatakan hasil yang sesuai persyaratan penelitian yaitu minimal AVE adalah 0,5. Tahap keempat yaitu *discriminant validity* dengan hasil dari *cross loading* dan *cross loading* Fornell-Lacker's, maka menyatakan bahwa uji ini telah menunjukkan hasil yang sesuai dengan persyaratan pengujian.

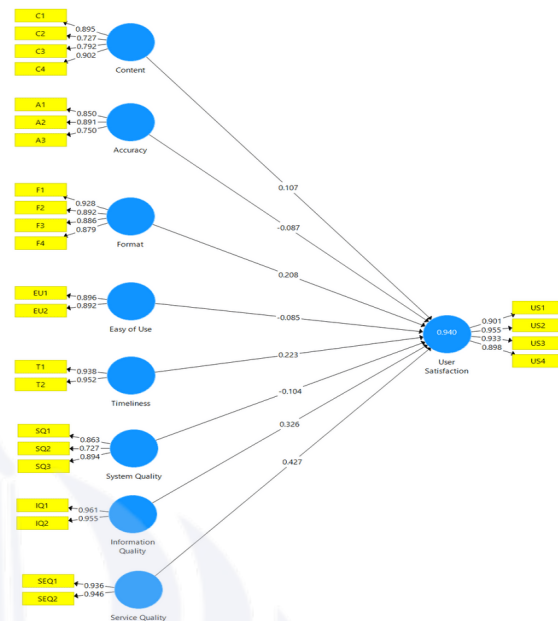
F. Hasil Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

1) Uji *Path Coefficient (β)*

TABEL XXXI
HASIL PATH COEFFICIENT (β)

Hubungan antar Variabel	Path Coefficient (β)
A → US	-0.087
C → US	0.107
EU → US	-0.085
F → US	0.208
IQ → US	0.326
SEQ → US	0.427
SQ → US	-0.104
T → US	0.223

Berdasarkan Tabel XXXI menunjukkan bahwa skor *path coefficient* diharuskan berada di atas 0,1 untuk dinyatakan memiliki pengaruh dalam model [12], maka dapat dinyatakan terdapat 3 dari 8 jalur yang menunjukkan skor *path coefficient* di bawah 0,1 yaitu A → US, EU → US, dan SQ → US. Hal ini menyimpulkan bahwa ketiga jalur tersebut tidak signifikan terhadap model. Berikut adalah model dari pengujian *path coefficient* pada Gambar 3.



Gbr. 3 Model Path Coefficient (β)

2) Uji *Coefficient of Determination (R²)*

TABEL XXXII
HASIL COEFFICIENT OF DETERMINATION (R²)

Variabel	R-Square
User Satisfaction	0.940

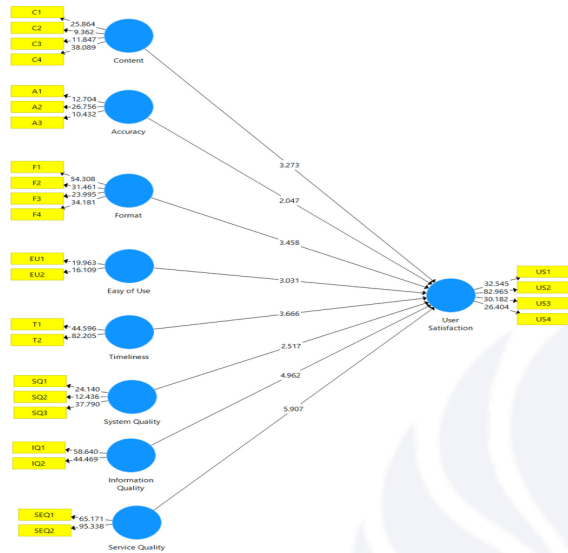
Berdasarkan Tabel XXXI menunjukkan bahwa skor *coefficient of determination (R²)* memiliki skor standar yaitu sekitar 0,67 dinyatakan kuat. Jika sekitar 0,33 dinyatakan moderat. Namun jika < 0,19, maka dinyatakan lemah [12], maka dapat dinyatakan bahwa hasil *coefficient of determination (R²)* sebesar 0,940 yang berarti kuat.

3) Uji *T-test*

TABEL XXXIII
HASIL T-TEST

Hubungan antar Variabel	T-test	Keterangan
A → US	2.047	Diterima
C → US	3.273	Diterima
EU → US	3.031	Diterima
F → US	3.458	Diterima
IQ → US	4.962	Diterima
SEQ → US	5.907	Diterima
SQ → US	2.517	Diterima
T → US	3.666	Diterima

Berdasarkan Tabel XXXIII menunjukkan bahwa syarat Hipotesis akan di terima apabila memiliki skor *T-test* di atas 1,96 [12], maka dapat dinyatakan bahwa hasil seluruh hipotesis dapat diterima. Berikut adalah model *T-statistic* pada Gambar 4.



Gbr. 4 Model *T-Statistic*

4) Uji *Effect Size* (f^2)

TABEL XXXIV
HASIL *EFFECT SIZE* (f^2)

Hipotesis	f^2	Analisis	
H1	A → US	0.042	Kecil
H2	C → US	0.111	Menengah
H3	EU → US	0.075	Kecil
H4	F → US	0.103	Menengah
H5	IQ → US	0.404	Besar
H6	SEQ → US	0.605	Besar
H7	SQ → US	0.057	Kecil
H8	T → US	0.209	Menengah

Berdasarkan Tabel XXXIV standar yang wajib dimiliki pada pengujian *effect size* (f^2) ada 3 yaitu 0,02 untuk pengaruh kecil, 0,15 untuk pengaruh menengah, 0,35 untuk pengaruh besar dan kurang dari 0,02 dinyatakan tidak memiliki pengaruh dalam struktur model [12], maka dapat dinyatakan bahwa hasil jalur hipotesis A → US, EU → US, dan SQ → US memiliki pengaruh kecil terhadap struktur model. Lalu pada jalur hipotesis C → US, F → US, dan T → US memiliki pengaruh moderat/menengah terhadap struktur model. Kemudian

pada jalur hipotesis IQ → US dan SEQ → US memiliki pengaruh besar terhadap struktur model.

5) Uji *Predictive Relevance* (Q^2)

TABEL XXXV
HASIL *PREDICTIVE RELEVANCE* (Q^2)

Variabel Dependen	Q^2
User Satisfaction	0.764

Berdasarkan Tabel XXXV pengujian diharuskan dengan skor di atas ambang 0 [12], maka dapat dinyatakan bahwa hasil skor Q^2 yaitu 0,764, yang artinya memiliki keterkaitan secara prediktif.

6) Uji *Relative Impact* (q^2)

TABEL XXXVI
HASIL *RELATIVE IMPACT* (q^2)

Hipotesis	Jalur	q^2	Analisis
H1	A → US	0.385	Besar
H2	C → US	0.478	Besar
H3	EU → US	0.352	Besar
H4	F → US	0.657	Besar
H5	IQ → US	0.607	Besar
H6	SEQ → US	0.544	Besar
H7	SQ → US	0.386	Besar
H8	T → US	0.558	Besar

Berdasarkan Tabel XXXV syarat pada pengujian *relative impact* ini adalah skor sebesar 0,02 untuk pengaruh kecil. Lalu untuk skor 0,15 untuk pengaruh menengah. Sedangkan 0,35 untuk pengaruh besar [12], maka dapat dinyatakan bahwa hasil pengujian *relative impact* (q^2) pada Tabel XXXVI yang menyatakan bahwa 8 jalur penelitian memiliki pengaruh yang besar.

G. Pembahasan Analisis Model Struktural (*Inner Model*)

1) H1 : *Accuracy* memiliki pengaruh terhadap *user satisfaction* pada layanan Aplikasi Klik Indomaret

Berdasarkan hasil analisis model struktural (*Inner Model*) yang telah dilakukan melihat skor *Coefficient of Determinant* (R^2) yang menunjukkan kuat dengan skor 0,940. Skor (R^2) sebesar 94% variabel *user satisfaction* dipengaruhi oleh variabel *accuracy*, *content*, *easy of use*, *format*, *information quality*, *service quality*, *system quality*, dan *timeliness*.

Lalu dengan *T-test* sebesar 2,047, maka hipotesis A → US **Diterima**. Namun skor *effect size* (f^2) menunjukkan sebesar 0,042 yang menyatakan bahwa variabel *accuracy* memiliki

pengaruh kecil terhadap *user satisfaction*. Hal ini seperti pada pengujian *Path Coefficient* (β) yang menyatakan hasil tidak signifikan sebesar -0,087 yang menyimpulkan bahwa variabel *accuracy* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *user satisfaction*. Berdasarkan tanggapan responden pada variabel yaitu *accuracy*, layanan aplikasi Klik Indomaret dianggap sudah maksimal misalnya informasi yang ditampilkan sudah cukup akurat serta terpercaya dan keselarasan antar *input* dan *output* yang dihasilkan. Dengan hal tersebut bahwa *accuracy* yang ditetapkan dapat dikatakan sudah mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi Klik Indomaret, serta apabila ditingkatkan tidak akan memberi efek yang berarti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemudian skor *predictive relevance* (Q^2) dari semua variabel memiliki keterkaitan prediktif yaitu sebesar 0,764. Lalu skor *relative impact* (q^2) sebesar 0,385 yang menyatakan bahwa hubungan antar variabel *accuracy* dan *user satisfaction* memiliki pengaruh *relative* yang besar.

2) **H2 : Content memiliki pengaruh terhadap user satisfaction pada layanan Aplikasi Klik Indomaret**
Berdasarkan hasil analisis model struktural (*Inner Model*) yang telah dilakukan pada Tabel 4.16 melihat skor *Coefficient of Determinant* (R^2) yang menunjukkan kuat dengan skor 0,940. Skor (R^2) sebesar 94% variabel *user satisfaction* dipengaruhi oleh variabel *accuracy*, *content*, *easy of use*, *format*, *information quality*, *service quality*, *system quality*, dan *timeliness*.

Lalu dengan T-test sebesar 3,273, maka hipotesis C \rightarrow US **Diterima**. Namun skor *effect size* (f^2) menunjukkan sebesar 0,111 yang menyatakan bahwa variabel *content* memiliki pengaruh cukup besar terhadap *user satisfaction*. Hal ini seperti pada pengujian *Path Coefficient* (β) yang menyatakan hasil signifikan sebesar 0,107 yang menyimpulkan bahwa variabel *content* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *user satisfaction*. Oleh karena itu disimpulkan bahwa jika meningkatkan layanan aplikasi Klik Indomaret dari segi konten yang berkualitas, beragam, dan bermanfaat serta sesuai kebutuhan pelanggan maka akan memberikan efek yang berarti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemudian skor *predictive relevance* (Q^2) dari semua variabel memiliki keterkaitan prediktif yaitu sebesar 0,764. Lalu skor *relative impact* (q^2) sebesar 0,478 yang menyatakan bahwa hubungan antar variabel *content* dan *user satisfaction* memiliki pengaruh *relative* yang besar.

3) **H3 : Easy of Use memiliki pengaruh terhadap user satisfaction pada layanan Aplikasi Klik Indomaret**
Berdasarkan hasil analisis model struktural (*Inner Model*) yang telah dilakukan pada Tabel 4.16 melihat skor *Coefficient of Determinant* (R^2) yang menunjukkan kuat dengan skor 0,940. Skor (R^2) sebesar 94% variabel *user satisfaction* dipengaruhi oleh variabel *accuracy*, *content*, *easy of use*, *format*, *information quality*, *service quality*, *system quality*, dan *timeliness*.

Lalu dengan T-test sebesar 3,031, maka hipotesis EU \rightarrow US **Diterima**. Namun skor *effect size* (f^2) menunjukkan sebesar 0,075 yang menyatakan bahwa variabel *easy of use* memiliki pengaruh kecil terhadap *user satisfaction*. Hal ini seperti pada pengujian *Path Coefficient* (β) yang menyatakan hasil tidak signifikan sebesar -0,085 yang menyimpulkan bahwa variabel *easy of use* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *user satisfaction*. Berdasarkan tanggapan responden pada variabel yaitu *easy of use*, layanan aplikasi Klik Indomaret dianggap sudah maksimal dikarenakan mudahnya dipahami akan penggunaan layanan aplikasi Klik Indomaret. Dengan hal tersebut bahwa *easy of use* yang ditetapkan dapat dikatakan sudah mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi Klik Indomaret, serta apabila ditingkatkan tidak akan memberi efek yang berarti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemudian skor *predictive relevance* (Q^2) dari semua variabel memiliki keterkaitan prediktif yaitu sebesar 0,764. Lalu skor *relative impact* (q^2) sebesar 0,352 yang menyatakan bahwa hubungan antar variabel *easy of use* dan *user satisfaction* memiliki pengaruh *relative* yang besar.

4) **H4 : Format memiliki pengaruh terhadap user satisfaction pada layanan Aplikasi Klik Indomaret**
Berdasarkan hasil analisis model struktural (*Inner Model*) yang telah dilakukan pada Tabel 4.16 melihat skor *Coefficient of Determinant* (R^2) yang menunjukkan kuat dengan skor 0,940. Skor (R^2) sebesar 94% variabel *user satisfaction* dipengaruhi oleh variabel *accuracy*, *content*, *easy of use*, *format*, *information quality*, *service quality*, *system quality*, dan *timeliness*.

Lalu dengan T-test sebesar 3,458, maka hipotesis F → US **Diterima**. Namun skor *effect size* (f^2) menunjukkan sebesar 0,103 yang menyatakan bahwa variabel *format* memiliki pengaruh cukup besar terhadap *user satisfaction*. Hal ini seperti pada pengujian *Path Coefficient* (β) yang menyatakan hasil signifikan sebesar 0,208 yang menyimpulkan bahwa variabel *format* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *user satisfaction*. Oleh karena itu disimpulkan bahwa jika meningkatkan layanan aplikasi Klik Indomaret dari segi tampilan sistem yang menarik, jelas, mudah dimengerti, dan digunakan pelanggan maka akan memberikan efek yang berarti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemudian skor *predictive relevance* (Q^2) dari semua variabel memiliki keterkaitan prediktif yaitu sebesar 0,764. Lalu skor *relative impact* (q^2) sebesar 0,657 yang menyatakan bahwa hubungan antar variabel *format* dan *user satisfaction* memiliki pengaruh *relative* yang besar.

5) **H5 : Information Quality memiliki pengaruh terhadap user satisfaction pada layanan Aplikasi Klik Indomaret**

Berdasarkan hasil analisis model struktural (*Inner Model*) yang telah dilakukan pada Tabel 4.16 melihat skor *Coefficient of Determinant* (R^2) yang menunjukkan kuat dengan skor 0,940. Skor (R^2) sebesar 94% variabel *user satisfaction* dipengaruhi oleh variabel *accuracy*, *content*, *easy of use*, *format*, *information quality*, *service quality*, *system quality*, dan *timeliness*.

Lalu dengan T-test sebesar 4,962, maka hipotesis IQ → US **Diterima**. Namun skor *effect size* (f^2) menunjukkan sebesar 0,404 yang menyatakan bahwa variabel *information quality* memiliki pengaruh besar terhadap *user satisfaction*. Hal ini seperti pada pengujian *Path Coefficient* (β) yang menyatakan hasil signifikan sebesar 0,326 yang menyimpulkan bahwa variabel *information quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *user satisfaction*. Oleh karena itu disimpulkan bahwa jika meningkatkan layanan aplikasi Klik Indomaret dari segi penyajian informasi yang terpercaya dan sesuai dengan kondisi terkini maka akan memberikan efek yang berarti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemudian skor *predictive relevance* (Q^2) dari semua variabel memiliki keterkaitan prediktif yaitu sebesar 0,764. Lalu skor *relative impact* (q^2) sebesar 0,607 yang menyatakan bahwa hubungan antar variabel *information quality* dan *user satisfaction* memiliki pengaruh *relative* yang besar.

6) **H6 : Service Quality memiliki pengaruh terhadap user satisfaction pada layanan Aplikasi Klik Indomaret**

Berdasarkan hasil analisis model struktural (*Inner Model*) yang telah dilakukan pada Tabel 4.16 melihat skor *Coefficient of Determinant* (R^2) yang menunjukkan kuat dengan skor 0,940. Skor (R^2) sebesar 94% variabel *user satisfaction* dipengaruhi oleh variabel *accuracy*, *content*, *easy of use*, *format*, *information quality*, *service quality*, *system quality*, dan *timeliness*.

Lalu dengan T-test sebesar 5,907, maka hipotesis SEQ → US **Diterima**. Namun skor *effect size* (f^2) menunjukkan sebesar 0,605 yang menyatakan bahwa variabel *service quality* memiliki pengaruh besar terhadap *user satisfaction*. Hal ini seperti pada pengujian *Path Coefficient* (β) yang menyatakan hasil signifikan sebesar 0,427 yang menyimpulkan bahwa variabel *service quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *user satisfaction*. Oleh karena itu disimpulkan bahwa jika meningkatkan layanan aplikasi Klik Indomaret dari segi layanan *output* transaksi dan keamanan dalam menggunakan layanan maka akan memberikan efek yang berarti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemudian skor *predictive relevance* (Q^2) dari semua variabel memiliki keterkaitan prediktif yaitu sebesar 0,764. Lalu skor *relative impact* (q^2) sebesar 0,544 yang menyatakan bahwa hubungan antar variabel *service quality* dan *user satisfaction* memiliki pengaruh *relative* yang besar.

7) **H7 : System Quality memiliki pengaruh terhadap user satisfaction pada layanan Aplikasi Klik Indomaret**

Berdasarkan hasil analisis model struktural (*Inner Model*) yang telah dilakukan pada Tabel 4.16 melihat skor *Coefficient of Determinant* (R^2) yang menunjukkan kuat dengan skor 0,940. Skor (R^2) sebesar 94% variabel *user satisfaction* dipengaruhi oleh variabel *accuracy*, *content*, *easy of use*, *format*, *information quality*, *service quality*, *system quality*, dan *timeliness*.

Lalu dengan T-test sebesar 2,517, maka hipotesis SQ → US **Diterima**. Namun skor *effect size* (f^2) menunjukkan sebesar 0,057 yang menyatakan bahwa variabel *system quality* memiliki pengaruh kecil terhadap *user satisfaction*. Hal ini seperti pada pengujian *Path Coefficient* (β) yang menyatakan hasil tidak signifikan sebesar -0,104 yang menyimpulkan bahwa variabel *easy of use* memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap *user satisfaction*. Berdasarkan tanggapan responden pada variabel yaitu *system quality*, layanan aplikasi Klik Indomaret dianggap sudah maksimal misalnya dari segi *update* sistem yang dilakukan secara berkala, respon yang cepat dari layanan aplikasi Klik Indomaret, dan informasi terkait keamanan data yang sudah baik. Dengan hal tersebut bahwa *system quality* yang ditetapkan dapat dikatakan sudah mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan aplikasi Klik Indomaret, serta apabila ditingkatkan tidak akan memberi efek yang berarti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemudian skor *predictive relevance* (Q^2) dari semua variabel memiliki keterkaitan prediktif yaitu sebesar 0,764. Lalu skor *relative impact* (q^2) sebesar 0,386 yang menyatakan bahwa hubungan antar variabel *system quality* dan *user satisfaction* memiliki pengaruh *relative* yang besar.

8) **H8 : Timeliness memiliki pengaruh terhadap user satisfaction pada layanan Aplikasi Klik Indomaret**
Berdasarkan hasil analisis model struktural (*Inner Model*) yang telah dilakukan pada Tabel 4.16 melihat skor *Coefficient of Determinant* (R^2) yang menunjukkan kuat dengan skor 0,940. Skor (R^2) sebesar 94% variabel *user satisfaction* dipengaruhi oleh variabel *accuracy*, *content*, *easy of use*, *format*, *information quality*, *service quality*, *system quality*, dan *timeliness*.

Lalu dengan T-test sebesar 3,666, maka hipotesis T → US **Diterima**. Namun skor *effect size* (f^2) menunjukkan sebesar 0,209 yang menyatakan bahwa variabel *timeliness* memiliki pengaruh cukup besar terhadap *user satisfaction*. Hal ini seperti pada pengujian *Path Coefficient* (β) yang menyatakan hasil signifikan sebesar 0,223 yang menyimpulkan bahwa variabel *timeliness* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *user satisfaction*. Oleh

karena itu disimpulkan bahwa jika meningkatkan layanan aplikasi Klik Indomaret dari segi ketepatan waktu dan informasi yang *update* terkini maka akan memberikan efek yang berarti dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kemudian skor *predictive relevance* (Q^2) dari semua variabel memiliki keterkaitan prediktif yaitu sebesar 0,764. Lalu skor *relative impact* (q^2) sebesar 0,558 yang menyatakan bahwa hubungan antar variabel *timeliness* dan *user satisfaction* memiliki pengaruh *relative* yang besar.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada layanan aplikasi Klik Indomaret, disimpulkan bahwa :

1) Berdasarkan hasil pengujian tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan aplikasi Klik Indomaret secara keseluruhan berada pada tingkat **SANGAT PUAS** yang artinya pelanggan sudah merasa sangat puas dalam menggunakan layanan Aplikasi Klik Indomaret. Dengan hasil penelitian ini maka diperlukan pada layanan Aplikasi Klik Indomaret agar dapat mempertahankan atau meningkatkan kembali terkait kepuasan pelanggannya. Beberapa variabel yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan pada sebuah layanan Aplikasi Klik Indomaret agar berpengaruh signifikan adalah *content*, *format*, *information quality*, *service quality*, dan *timeliness*. Beberapa variabel yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan pada sebuah layanan Aplikasi Klik Indomaret, namun tidak berpengaruh signifikan adalah *accuracy*, *easy of use*, dan *system quality*.

2) Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pengujian, disimpulkan bahwa seluruh hipotesis sebanyak 8 hipotesis di terima yaitu *accuracy*, *content*, *easy of use*, *format*, *information quality*, *service quality*, *system quality*, dan *timeliness* yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada layanan Aplikasi Klik Indomaret.

V. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian pada layanan aplikasi Klik Indomaret, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penelitian selanjutnya :

1) Penelitian selanjutnya disarankan lebih memperluas terkait populasi dan sampel yang akan digunakan pada penelitian agar hasil bisa lebih sempurna.

2) Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih memperhatikan perbandingan persebaran data responden seluruhnya dengan menyebarkan data sampel. Dalam bentuk kategori seperti jenis kelamin, usia, lama penggunaan layanan aplikasi, platform maupun kategori lainnya pada proses pengumpulan data responden. Hal ini dilakukan agar hasil penelitiannya dapat luas dan digeneralisasi dengan baik.

3) Disarankan kepada pihak pengembang layanan Aplikasi Klik Indomaret yaitu PT. Indomarco Prismatama untuk selalu mempertahankan kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan Aplikasi Klik Indomaret dengan cara menyediakan sebuah konten yang beragam dan berkualitas dengan memperhatikan kebutuhan yang diinginkan pelanggan, memodifikasi tampilan layanan aplikasi Klik Indomaret semenarik mungkin dan terlihat jelas dengan memperhatikan kemudahan dalam menggunakan layanan tersebut, meningkatkan kecepatan informasi yang terpercaya dan sesuai dengan keinginan pelanggan, meningkatkan kualitas layanan dengan memperhatikan kesesuaian *output* yang dihasilkan dari *input* pelanggan secara cepat serta rasa aman terhadap pelanggan, meningkatkan kecepatan waktu saat merespon keinginan dari pelanggan.

VI. REFERENSI

- [1] Kotler, Philip, dan Armstrong Gary. (2012). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- [2] Similarweb.com. (2022). *Top Shopping Free Apps Ranking - Most Popular Apps in Indonesia*. <https://www.similarweb.com/apps/top/google/store-rank/id/shopping/top-free/>
- [3] Lubis, A.S., Andayani, N.R. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam". *Journal of Business Administration*. Vol. 1 (2): hal. 86-97
- [4] Hadi, S. (2016). *Statistik*. Jakarta: Pustaka Pelajar
- [5] Wong, K. K. K. (2013). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS- SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1-32. Retrieved from <http://marketingbulletin.massey.ac.nz>
- [6] Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106-121. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>.
- [7] Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1988). The Measurement of End-User Computing Satisfaction. *MIS quarterly*, 259-274
- [8] Rasman. (2012). *Gambaran Hubungan Unsur - unsur End User Computing Satisfaction*. Jakarta: s.n
- [9] Dewi, S. K., & Merkusiwati, N. K. L. A. (2018). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Sanksi Perpajakan, EFiled, dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Pelaporan Wajib Pajak. *E-Jurnal Akuntansi*, 22, 1626. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v22.i02.p30>
- [10] Budiaji, & Weksi. (2013). Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale And The Number Of Responses In Likert Scale) Vol 2. *Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*, 127- 133.
- [11] Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM): An Emerging Tool in Business Research. *European Business Review*, 26(2), 106-121. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- [12] Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (2019). When to use and how to report the results of PLS-SEM. *European Business Review*, 31(1), 2-24

