

PENGARUH WEB TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL WONOSARI MAKMUR MOTOR SEMARANG

Lutfi Azwar Anas

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Ilmu Komputer,

Universitas Dian Nuswantoro Semarang

Jl. Nakula I No. 5-11

Telp : (024) 3515261

Abstract

This study aimed to determine the effect of customer satisfaction on the web to shop Wonosari Makmur Motor, by using the Technology Acceptance Model (TAM). This study used six variables are modified according to the needs of comfort (PBC), design variables, informative and communication (U.S.), and safety variables (Perceived Trust) as independent variables, while satisfaction (BIUE) as the dependent variable .. Hypothesis testing is performed by using regression analysis technique and software SPSS 16.00 for testing. The results indicate that convenience variables impact significantly on web negetif and Wonosari Makmur Motor, and the design variables, informative and positive and significant effect of communication on the web Wonosari satisfaction Makmur Motor and variable positive and significant impact on web Wonosari Makmur Motor. It is proved that the design, informative, communications, safety and satisfaction affect web users Wonosari Makmur Motor to continue to use the web.

Keyword : Website, Technology Acceptance Model (TAM)

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bengkel Wonosari Makmur Motor adalah sebuah bengkel yang bergerak dalam bidang penjualan, pembelian suku cadang dan jasa service kendaraan bermotor. Saat ini bengkel tersebut menawarkan e-commerce dalam mempromosikan produknya ke pelanggan.

Kenyamanan layanan e-commerce menjadi faktor penting dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan terutama pada industri jasa, menghiraukan faktor tersebut dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini terkait pengaruh lima faktor (belanja kenyamanan, desain situs, keinformatifan, keamanan, dan komunikasi) dan kepuasan pelanggan.

Dengan adanya beberapa pertimbangan di atas, secara otomatis akan menjadikan kenyamanan layanan online sangat penting untuk diperhatikan bagi penyedia jasa e-commerce bengkel Wonosari Makmur Motor, karena selain kualitas reparasi / produk yang baik pelanggan juga mengharapkan berbagai macam kemudahan mulai dari awal pembelian jasa hingga tahapan akhir yaitu komplain. Sebagai salah satu ujung tombak dalam memberikan pelayanan purna jual motor, Web Wonosari Makmur Motor harus memberikan pelayanan yang baik, nyaman dan tidak mengecewakan jika mereka tidak ingin kehilangan pelanggannya, serta pertimbangan-pertimbangan tersebut dapat dijadikan sebagai acuan dalam menanggapi keinginan dan harapan konsumen, yang secara otomatis dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen pengguna serta dapat mempengaruhi volume penjualan jasa yang ditawarkan pada Wonosari makmur Motor.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah kenyamanan layanan web mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
2. Adakah pengaruh lima faktor (kenyamanan belanja, desain situs, keinformatifan, keamanan, dan komunikasi) terhadap kepuasan pelanggan?
3. Variabel manakah yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan?

2. METODOLOGI PENELITIAN

2.1 Sumber dan Metode Pengumpulan Data

- a. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya. Data primer disini merupakan hasil interview dan observasi langsung yang berupa tatacara pengelolaan pendaftaran serta gambaran umum proses pendaftaran.
- b. Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti, sehingga data sekunder telah melewati satu atau lebih pihak yang bukan peneliti. Data sekunder tersebut diperoleh dari studi pustaka terhadap beberapa buku-buku yang berlaku mengenai informasi tentang teknik-teknik pemrograman.

Tahap pengumpulan data dapat diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Cara-cara yang mendukung untuk mendapatkan data adalah sebagai berikut :

1. Studi lapangan
Studi ini dilakukan dengan cara mengunjungi tempat yang akan diteliti dan pengumpulan data dilakukan secara langsung hal ini meliputi :

a. Kuesioner

Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan metode angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi mengenai pengaruh web terhadap kepuasan pelanggan pada bengkel wonosari makmur motor.

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner pilihan ganda di mana setiap item soal disediakan 5 (lima) jawaban dengan skor masing-masing sebagai berikut :

1. Jawaban A dengan skor 5
2. Jawaban B dengan skor 4
3. Jawaban C dengan skor 3
4. Jawaban D dengan skor 2
5. Jawaban E dengan skor 1

2.2 Analisis Sikap Pengguna dengan Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM)

Pada tahap ini, penulis melakukan analisis pengaruh web E-commerce dengan melihat dua faktor dominan yang ada pada Technology Acceptance Model (TAM) yaitu faktor kemudahan dan manfaat.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari masalah yang timbul pada Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kota Semarang adalah tidak adanya sistem untuk memudahkan proses dalam pendaftaran pembuatan kartu kuning dan ditambah dengan layanan

informasi lowongan pekerjaan. Dengan belum adanya sistem tersebut membuat penduduk Kota Semarang lebih susah dalam pembuatan kartu kuning dan informasi lamaran pekerjaan lainnya. Maka dari itu penulis melakukan perancangan sistem penyaluran tenaga kerja yang dapat membantu para pencari kerja mendapatkan pekerjaan:

3.1 Analisis Data User

3.1.1 Analisis Deskripsi Variabel Penelitian

Masing-masing variabel dalam penelitian ini yaitu kenyamanan belanja (X1), desain situs(X2), informatif (X3), keamanan (X4), komunikasi (X5), dan kepuasan pelanggan (Y) dapat dilakukan dengan analisis deskriptif persentase.

Berdasarkan hasil statistik deskripsi variabel penelitian pada tabel menunjukkan bahwa variabel kenyamanan dan desain situs mempunyai nilai rata-rata > 12 atau berada pada interval 10,2 – 12,5 . Variabel informatif, keamanan, komunikasi dan kepuasan pelanggan mempunyai nilai rata-rata > 7 atau berada pada interval 6,8 – 18,3 .Hal ini menggambarkan bahwa kecenderungan tingkat jawaban responden terhadap variabel kenyamanan, desain situs, informatif, keamanan, komunikasi dan kepuasan pelanggan mayoritas memberikan penilaian baik. Sehingga item-item pertanyaan

yang diajukan kepada responden sudah benar atau sesuai.

3.2 Pengujian Hipotesis

3.2.1 Pengaruh Variabel Kenyamanan (Perceived Behavioral Control / PBC) terhadap Sikap Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kenyamanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap sikap pengguna dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,398 > 1,7109$) dan $p\text{-value} < (0,003 < 0,05)$. Artinya, kenyamanan berbelanja yang dihasilkan web Bengkel Wonosari Makmur Motor yang mempunyai kenyamanan tinggi cenderung tidak memberikan kepuasan kepada penggunanya. Semakin tinggi kenyamanan yang dihasilkan, maka semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa kenyamanan berbelanja yang tinggi cenderung tidak memberikan makna (feedback) positif bagi kepuasan pelanggan pada web di Bengkel Wonosari Makmur Motor.

3.2.2 Pengaruh Variabel Desain, Informatif dan Komunikasi (User Satisfaction/US) terhadap Sikap Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5,613 > 1,7109$) dan $p\text{-value} < (0,000 < 0,05)$. Artinya, desain web yang dihasilkan web Bengkel Wonosari Makmur Motor yang

mempunyai desain web yang sangat baik memberikan kepuasan kepada penggunanya. Semakin baik desain web yang dihasilkan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa desain web yang baik memberikan makna (feedback) positif bagi kepuasan pelanggan pada web di Bengkel Wonosari Makmur Motor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa informatif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,687 > 1,7109$) dan $p\text{-value} < (0,012 < 0,05)$. Artinya, keinformatifan yang dihasilkan web Bengkel Wonosari Makmur Motor yang memberikan informasi yang sangat baik memberikan kepuasan kepada penggunanya. Semakin informatif web, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa informatif yang baik memberikan makna (feedback) positif bagi kepuasan pelanggan pada web di Bengkel Wonosari Makmur Motor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,922 > 1,7109$) dan $p\text{-value} < (0,036 < 0,05)$. Artinya, tingkat komunikasi yang dihasilkan web Bengkel Wonosari Makmur Motor yang memberikan komunikasi dengan pelanggan yang sangat baik memberikan kepuasan kepada penggunanya. Semakin komunikatif web, maka semakin tinggi tingkat

kepuasan pelanggan tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa komunikasi yang baik memberikan makna (feedback) positif bagi kepuasan pelanggan pada web di Bengkel Wonosari Makmur Motor.

Berdasarkan hasil yang diperoleh tentunya semakin memperkuat teori tentang TAM yang menyatakan bahwa ada dua faktor kunci yang menentukan penerimaan terhadap teknologi informasi/sistem informasi/web, yakni desain, informatif dan komunikasi (Surachman, 2008), serta teori yang dikemukakan oleh Sekundera (2006), bahwa TAM yang sesungguhnya menyatakan penerimaan (sikap) pemakai ditentukan oleh dua hal, yakni kepuasan pengguna (User Satisfaction). Model ini secara lebih jelas menggambarkan bahwa penerimaan penggunaan web dipengaruhi oleh kepuasan penggunaannya. Pada umumnya pengguna web akan memiliki persepsi positif terhadap teknologi yang disediakan jika pengguna memiliki keyakinan terhadap desain, informatif, dan komunikasi yang akan memiliki dampak langsung terhadap sikap, minat dan perilaku pengguna web, sebaliknya persepsi negatif akan muncul sebagai dampak dari kesulitan penggunaan sistem informasi tersebut. Dengan kata lain, persepsi negatif berkembang setelah pengguna pernah mencoba sistem informasi tersebut atau pengguna berpengalaman buruk terhadap penggunaan sistem informasi tersebut.

3.3.3 Pengaruh Variabel Keamanan (Perceived Trust/PT) terhadap Sikap Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung $>$ ttabel ($2,055 > 1,7109$) dan p-value $<$ ($0,049 < 0,05$). Artinya, tingkat keamanan yang dihasilkan web Bengkel Wonosari Makmur Motor yang memberikan tingkat keamanan yang tinggi memberikan kepuasan kepada penggunanya. Semakin tinggi tingkat keamanan web, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan tersebut. Hasil tersebut menunjukkan bahwa keamanan yang tinggi memberikan makna (feedback) positif bagi kepuasan pelanggan pada web di Bengkel Wonosari Makmur Motor.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan dan analisis yang telah dilakukan serta sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian, maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel desain situs, informatif, keamanan, komunikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pada web bengkel wonosari makmur. Sedangkan untuk variabel kenyamanan belanja berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada

- web Wonosari Makmur Motor.
2. Kenyamanan, desain, informatif, keamanan dan komunikasi mempunyai hubungan kuat dan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pemakai. Hal ini dibuktikan dengan nilai Fhitung = 11,421 dan p-value = 0,000 diterima pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).
 3. Berdasarkan dari uji t dan uji F menunjukkan bahwa semua variabel memberikan makna (feedback) positif bagi kepuasan pelanggan pada web dibengkel Wonosari Makmur Motor

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Rahadi, Dedi Rianto (2010). *Pengaruh Karakteristik Website Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Universitas Bina Darma Palembang
- [2] Prawirosentono.S, 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia, Kebijakan Kinerja Karyawan*. BPFE, Yogyakarta.
- [3] Umi Proboyekti,2008, *User Interface Design*
- [4] Suteja, Bernard R. *User Interface Design for e-Learning System*. Universitas Gajah Mada, Yogyakarta. 2008
- [5] Erdyanto, Trio. *Membangun Website Sebagai Sarana Promosi pada Bengkel Sami Jaya*. Amikom Yogyakarta. 2012
- [6] Zunaedi, Makhbub. *Analisis Pengaruh Akurasi, Ketepatan Waktu dan Relevansi Informasi terhadap Kepuasan Pemakai Sistem Informasi ATEMIS On Web di PT. Tekom MSC Area IV Jawa Tengah dan DIY*, Universitas Dian Nuswantoro.2011
- [7] Wahyudi, Eko.2009. *Pengaruh Kenyamanan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Bengkel AHASS di Surabaya*. STIE Perbanas.
- [8] Wahyu Hermanto,Andy. *Analisa Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Terminal Peti Kemas Semarang*. Universitas Diponegoro. 2008
- [9] Mulyanto, Edy. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bengkel Ajisaka Motor Kudus*. Universitas Diponegoro. 2011.
- [10] Mutaqin, Ahmad. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Bus PO Timbul Jaya di Wonogiri*. Universitas Negeri Semarang. 2006.
- [11] Kartika, S. (2009). *Analisis Proses Penerimaan Sistem*

Informasi Icons Dengan Menggunakan Technology Acceptance Model Pada Karyawan PT.Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Di Kota Semarang. Tesis. Semarang : Universitas Diponegoro.

- [12] Lihawa, Sri. *Penerapan Teknologi Acceptance Model (TAM) untuk Menganalisi Sikap Pengguna Terhadap Teknologi Sistem Informasi Akademik.* Universitas Gorontalo. 2012