

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskriptif adalah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat simpulan yang berbentuk umum atau generalisasi. Dalam deskripsi data ini penulis akan menggambarkan kondisi responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini, dilihat dari karakteristik responden yakni jenis kelamin, usia, pekerjaan, produk yang sering dibeli dan tempat tinggal responden yang berusia minimal 17 tahun serta pernah menggunakan *E-Commerce* Lazada.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini, objek penelitian atau responden dapat dilihat dari karakteristik antara lain jenis kelamin dan umur responden yang pernah menggunakan *E-Commerce* Lazada.

1. Jenis Kelamin

Gambaran umum mengenai jenis kelamin konsumen yang menggunakan *E-Commerce* Lazada di Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	60	50 %
2	Perempuan	60	50 %
Jumlah		120	100 %

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.1 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penelitian ini berimbang antara jenis kelamin laki-laki dan perempuan yakni laki-laki 60 orang dan perempuan 60 orang dengan pesentase masing-masing 50 %. Hal ini mengindikasikan bahwa tingginya kesadaran pengguna *e-commerce* di Bandar Lampung dalam berbelanja menggunakan *E-Commerce* Lazada.

2. Usia Responden

Gambaran umum mengenai usia konsumen yang menggunakan *E-Commerce* Lazada di Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	Antara 17-25	45	37,5%
2	Antara 26-32	35	29,2%
3	Antara 33-40	25	20,8%
4	> 40 tahun	15	12,5%
Jumlah		120	100 %

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.2 diatas, dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan rata-rata usia dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan usia antara 17-25 tahun yaitu sebanyak 45 orang atau 37,5%. Hal ini mengindisikan bahwa mayoritas pengguna *E-Commerce* Lazada di Bandar Lampung adalah usia 17-25 tahun.

3. Pekerjaan Responden

Gambaran umum mengenai pekerjaan konsumen yang menggunakan *E-Commerce* Lazada di Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	10	8,3 %
2	Karyawan BUMN/swasta	35	29,2 %
3	Wirausaha	30	25,0 %
4	Pelajar/mahasiswa	40	33,3 %
5	Lainnya	5	4,2 %
Jumlah		120	100 %

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.3 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada penelitian ini didominasi oleh pelajar/mahasiswa yang berjumlah 40 dengan persentase 33,3%.

4. Produk Yang Sering Dibeli

Gambaran umum mengenai produk yang sering dibeli konsumen yang menggunakan *E-Commerce* Lazada di Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Produk Yang Sering Dibeli

No	Produk	Jumlah	Persentase
1	Fashion	50	41,7 %
2	Kecantikan	40	33,3 %
3	Perangkat Elektronik	15	12,5 %
4	Perlengkapan Rumah Tangga	10	8,3 %
5	Mainan dan Hobi	5	4,2 %
Jumlah		120	100 %

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.4 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan produk yang sering dibeli adalah produk *fashion* dengan persentase 41,7% atau berjumlah 50.

5. Tempat Tinggal Responden

Gambaran umum mengenai tempat tinggal konsumen yang menggunakan *E-Commerce* Lazada di Bandar Lampung adalah sebagai berikut:

Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

No	Tempat Tinggal	Jumlah	Persentase
1	Bumi Waras	3	2,5 %
2	Enggal	3	2,5 %
3	Kedamaian	3	2,5 %
4	Kedaton	15	12,5 %
5	Kemiling	8	6,7 %
6	Labuhan Ratu	20	16,7 %
7	Tanjung Karang Barat	5	4,2 %
8	Tanjung Karang Pusat	6	5,0 %
9	Tanjung Karang Timur	3	2,5 %
10	Way Halim	10	8,3 %
11	Langkapura	5	4,2 %
12	Panjang	1	0,8 %
13	Rajabasa	25	20,8 %
14	Sukabumi	1	0,8 %
15	Sukarame	5	4,2 %
16	Tanjung Senang	3	2,5 %
17	Teluk Betung Selatan	1	0,8 %
18	Teluk Betung Timur	1	0,8 %
19	Teluk Betung Utara	1	0,8 %

20	Teluk Betung Barat	1	0,8 %
Jumlah		120	100 %

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa karakteristik responden berdasarkan tempat tinggal didominasi oleh Kecamatan Rajabasa kemudian disusul oleh Kecamatan Labuhan Ratu dan Kecamatan Kedaton dengan persentase 20,8 %, 16,7 % dan 12,5 %. Dimana tiga kecamatan tersebut adalah lingkungan pendidikan perguruan tinggi di Bandar Lampung.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel *E-Service Quality* (X)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		CS		TS		STS	
		SS	%	S	%	CS	%	TS	%	STS	%
<i>Efficiency</i>											
1	<i>E-Commerce</i> Lazada mudah untuk menemukan apa yang dibutuhkan seperti metode pembayaran bantuan keluhan dan lain-lain.	50	41,7	56	46,7	14	11,7	0	0	0	0
2	<i>E-Commerce</i> Lazada selalu memberikan informasi produk yang sesuai dengan produk yang ditampilkan disitus Lazada.	50	41,7	55	45,8	14	11,7	1	0,8	0	0

	pembelian di <i>E-Commerce</i> Lazada, <i>E-Commerce</i> Lazada selalu menjamin keamanan dan kenyamanan informasi pembeli.	50	41,7	54	45,0	15	12,5	1	0,8	0	0
10	Setiap melakukan transaksi di <i>E-Commerce</i> Lazada, Lazada selalu melindungi aktivitas pengguna.	52	43,3	53	44,2	14	11,7	1	0,8	0	0
<i>Responsiveness</i>											
11	<i>E-Commerce</i> Lazada selalu memberi tahu setiap ada masalah dalam melakukan transaksi belanja.	34	28,3	53	44,2	33	27,5	0	0	0	0
12	<i>E-Commerce</i> Lazada selalu menangani masalah setiap terjadi masalah atau keluhan pembeli.	33	27,5	53	44,2	34	28,3	0	0	0	0
13	<i>E-Commerce</i> Lazada selalu menyediakan garansi online pada setiap pembelian produk.	34	28,3	53	44,2	33	27,5	0	0	0	0
<i>Compensation</i>											

14	<i>E-Commerce</i> Lazada menyediakan kompensasi penggantian produk ketika terjadi pemesanan produk yang tidak sesuai. Seperti pengembalian uang, pengembalian produk, biaya penanganan produk dan lain sebagainya.	34	28,3	35	29,2	32	26,7	19	15,8	0	0
Contact											
15	<i>E-Commerce</i> Lazada menyediakan kontak telepon, <i>email</i> dan lain sebagainya untuk menangani masalah atau keluhan pembeli.	34	28,3	52	43,3	34	28,3	0	0	0	0
16	<i>E-Commerce</i> Lazada memiliki customer service yang setiap saat bisa membantu pembeli ketika dibutuhkan.	34	28,3	53	44,2	33	27,5	0	0	0	0

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel 4.6 diatas adalah hasil uji frekuensi data jawaban kuesioner responden, variabel *E-Service Quality* (X) dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon oleh konsumen terdapat pada pernyataan 10 dengan jumlah responden menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 52 responden atau 43,3 %, yang menyatakan “Setuju” sebanyak 53 responden atau 44,2 %, dan

yang menjawab “Cukup Setuju” 14 responden atau 11,7 %. Hasil output data yang lengkap, dapat dilihat pada lampiran penelitian ini.

Tabel 4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel *E-Satisfaction* (Y)

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		CS		TS		STS	
		SS	%	S	%	CS	%	TS	%	STS	%
<i>Convenience</i>											
1	Saya merasa puas ketika menggunakan waktu saya ketika berbelanja di <i>E-Commerce</i> Lazada.	51	42,5	60	50,0	9	7,5	0	0	0	0
2	Saya merasa puas dengan aktivitas dan pengalaman selama menggunakan <i>E-Commerce</i> Lazada.	52	43,3	59	49,2	9	7,5	0	0	0	0
3	Saya merasa puas dengan <i>E-Commerce</i> Lazada karena banyak kemudahan dalam menemukan produk yang diinginkan.	51	42,5	60	50,0	9	7,5	0	0	0	0
<i>Merchandising</i>											
4	<i>E-Commerce</i> Lazada selalau menawarkan banyak penawaran (promo) pada setiap pengguna Lazada.	53	44,2	58	48,3	9	7,5	0	0	0	0

5	Dengan banyak penawaran (promo) di <i>E-Commerce</i> Lazada membuat saya puas sebagai pengguna Lazada.	52	43,3	60	50,0	8	6,7	0	0	0	0
Site design											
6	<i>E-Commerce</i> Lazada menyediakan navigasi atau panduan arah dalam menemukan pencarian, login dan lain-lain.	54	45,0	56	46,7	10	8,3	0	0	0	0
7	<i>E-Commerce</i> Lazada menampilkan tampilan yang memudahkan pembeli dalam mencari produk yang diinginkan.	51	42,5	56	46,7	11	9,2	2	1,7	0	0
8	Presentasi <i>website E-Commerce</i> Lazada menarik dan memuaskan pembeli.	53	44,2	57	47,5	9	7,5	1	0,8	0	0
9	<i>E-Commerce</i> Lazada selalu mengupdate informasi pada situsnya.	53	44,2	57	47,5	9	7,5	1	0,8	0	0
Security											
10	<i>E-Commerce</i> Lazada selalu melindungi dengan baik setiap	57	47,5	52	43,3	11	9,2	0	0	0	0

	melakukan aktivitas belanja dan aktivitas lainnya.										
11	<i>E-Commerce</i> Lazada selalu menjaga keamanan transaksi seperti keamanan dari pembobolan kartu kredit atau debit dan keamanan transaksi lainnya.	31	25,8	55	45,8	34	28,3	0	0	0	0
<i>Serviceability</i>											
12	<i>E-Commerce</i> Lazada selalu menanggapi setiap ada <i>complaint</i> dari pengguna <i>E-Commerce</i> Lazada.	30	25,0	56	46,7	34	28,3	0	0	0	0
13	<i>E-Commerce</i> Lazada selalu menampilkan kelengkapan informasi seperti history penjual dan status pengiriman serta kelengkapan informasi lainnya.	31	25,8	56	46,7	33	27,5	0	0	0	0
14	Kebijakan pengembalian produk pada <i>E-Commerce</i> Lazada sangat baik dan memuaskan pengguna <i>E-Commerce</i> Lazada.	31	25,8	27	22,5	36	30,0	24	20,0	2	1,7

15	<i>E-Commerce</i> Lazada menyediakan layanan purna jual seperti pembeli bisa mengajukan <i>refund</i> atau retur atau tukar barang jika barang yang dipesan tidak sesuai.	31	25,8	50	41,7	36	30,0	2	1,7	1	0,8
16	Pengguna <i>E-Commerce</i> Lazada puas dengan pelayanan selama berbelanja atau menggunakan <i>E-Commerce</i> Lazada.	29	24,2	52	43,3	37	30,8	1	0,8	1	0,8

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan dari data tabel 4.7 diatas adalah hasil uji frekuensi data jawaban kuesioner responden, variabel *E-Satisfaction* (Y) dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon oleh konsumen terdapat pada pernyataan 10 dengan jumlah responden menjawab “Sangat Setuju” sebanyak 57 responden atau 47,5 %, yang menyatakan “Setuju” sebanyak 52 responden atau 43,3 %, dan yang menjawab “Cukup Setuju” 11 responden atau 9,2 %. Untuk hasil output data yang lengkap, dapat dilihat pada lampiran penelitian ini.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden terlebih dahulu dilakukan uji validitas yang diujicobakan kepada 30 responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product*

moment. Uji validitas untuk menghitung data yang akan dihitung dan proses pengujiannya dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS 20 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

1. Apabila $\text{sig} < \alpha$ (0,05), maka kuisisioner dinyatakan valid, sebaliknya jika $\text{sig} > \alpha$ (0,05), maka kuisisioner dinyatakan tidak valid.
2. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka kuisisioner dinyatakan valid, sebaliknya jika r hitung $<$ r tabel maka kuisisioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas *E-Service Quality* Variabel X

Item Pernyataan	Sig	Alpha	r Hitung	r Tabel	Kriteria Uji		Simpulan
					Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	
ESQ1	0,000	0,05	0,857	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ2	0,000	0,05	0,857	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ3	0,000	0,05	0,857	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ4	0,000	0,05	0,868	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ5	0,000	0,05	0,857	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ6	0,000	0,05	0,890	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ7	0,000	0,05	0,907	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ8	0,000	0,05	0,916	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ9	0,000	0,05	0,916	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ10	0,000	0,05	0,916	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ11	0,000	0,05	0,864	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ12	0,000	0,05	0,864	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ13	0,000	0,05	0,864	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ14	0,002	0,05	0,548	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ15	0,000	0,05	0,799	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ESQ16	0,000	0,05	0,799	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.8 hasil uji validitas *E-Service Quality* (X) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berkaitan dengan *E-Service Quality*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r Hitung lebih besar dari r Tabel (0,361), dimana nilai r Hitung paling tinggi yaitu 0,916 dan paling rendah 0,548. Dengan demikian seluruh item pernyataan *E-Service Quality* dinyatakan valid.

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas *E-Satisfaction* Variabel Y

Item Pernyataan	Sig	Alpha	r Hitung	r Tabel	Kriteria Uji		Simpulan
ES1	0,000	0,05	0,818	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES2	0,000	0,05	0,818	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES3	0,000	0,05	0,818	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES4	0,000	0,05	0,818	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES5	0,000	0,05	0,818	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES6	0,000	0,05	0,818	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES7	0,000	0,05	0,818	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES8	0,000	0,05	0,818	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES9	0,000	0,05	0,818	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES10	0,001	0,05	0,594	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES11	0,000	0,05	0,651	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES12	0,000	0,05	0,651	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES13	0,000	0,05	0,651	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES14	0,000	0,05	0,651	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES15	0,000	0,05	0,651	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid
ES16	0,008	0,05	0,475	0,361	Sig < Alpha	r Hitung > r Tabel	Valid

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.9 hasil uji validitas *E-Satisfaction* (Y) dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang berkaitan dengan *E-Satisfaction*. Hasil yang didapatkan yaitu nilai r Hitung lebih besar dari r Tabel (0,361), dimana nilai r Hitung paling tinggi yaitu 0,818 dan paling rendah 0,475. Dengan demikian seluruh item pernyataan *E-Satisfaction* dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam penggunaannya, pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan pada 30 responden dengan hasil sebagai berikut sesuai dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

Tabel 4.10 Koefisien *Product Moment*

Nilai Korelasi	Keterangan
0,8000 – 1.000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber: Sugiyono, 2016

Untuk dapat melihat hasil uji reliabilitas *E-Service Quality* (X) dan *E-Satisfaction* (Y), dengan menggunakan SPSS 20 dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	N of Items	Koefisien r	Simpulan
<i>E-Service Quality</i> (X)	0,973	16	0,8000 – 1.000	Reliabel Sangat Tinggi
<i>E-Satisfaction</i> (Y)	0,936	16	0,8000 – 1.000	Reliabel Sangat Tinggi

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel, dapat disimpulkan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,973 untuk *E-Service Quality*(X) dengan tingkat reliabel sangat tinggi dan 0,936 untuk variabel *E-Satisfaction* (Y) dengan tingkat reliabel sangat tinggi juga.

4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

4.3.1 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji variabel terikat dengan variabel bebas apakah keduanya memiliki hubungan distribusi normal atau tidak. Untuk mengetahui data normal atau mendekati normal bisa dilakukan uji *Non Parametric One Sample Kolmogorov Smirnov* (KS), dengan ketentuan pengujian sebagai berikut:

1. Hipotesis
 - Ho : Data yang diperoleh berasal dari populasi berdistribusi normal
 - Ha : Data yang diperoleh berasal dari populasi berdistribusi tidak normal
2. Kriteria Pengujian
 - Jika nilai sig > alpha 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak
 - Jika nilai sig < alpha 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima
3. Pengujian normalitas menggunakan program SPSS 20
4. Selanjutnya menentukan kesimpulan dengan membandingkan nilai sig dengan nilai alpha yang disesuaikan dengan hipotesis

Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	6.61987269
	Absolute	.117
Most Extreme Differences	Positive	.116
	Negative	-.117
Kolmogorov-Smirnov Z		1.277
Asymp. Sig. (2-tailed)		.076

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, nilai *Kolmogorov Smirnov (KS) E-Service Quality* Variabel (X) dan *E-Satisfaction* Variabel (Y) adalah 0,76 yang artinya data berdistribusi normal, karena $0,76 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terikat dengan variabel bebas, keduanya memiliki hubungan distribusi normal.

4.3.2 Hasil Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak, dengan ketentuan pengujian sebagai berikut:

1. Hipotesis:
 - Ho : model regresi berbentuk linier
 - Ha : model regresi tidak berbentuk linier
2. Kriteria pengujian:
 - Jika nilai (sig) > 0,05 alpha maka Ho diterima Ha ditolak. Jika nilai (sig) < 0,05 alpha maka Ho ditolak Ha diterima
3. Pengujian linieritas dilakukan melalui program SPSS 20
4. Menentukan kesimpulan dengan membandingkan nilai sig dengan alpha kemudian disesuaikan dengan hipotesis

Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
(Combined)			815.242	13	62.711	1.422	.161
E-Satisfaction * E-Service Quality	Between Groups	Linearity	276.564	1	276.564	6.269	.014
		Deviation from Linearity	538.679	12	44.890	1.018	.438
	Within Groups		4676.224	106	44.115		
Total			5491.467	119			

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.13 dari hasil perhitungan ANOVA Table didapat nilai signifikansi pada baris Deviation from linierity $0,438 >$ dari alpha $0,05$. Dengan demikian $\text{Sig} > \text{Alpha}$, maka H_0 diterima yang menyatakan model regresi berbentuk linier.

4.3.3 Hasil Uji Homogenitas

Uji Homogenitas Sampel adalah pengujian untuk mengetahui apakah variabel X dan variabel Y homogen atau tidak, pada penelitian ini menggunakan ketentuan sebagai berikut:

1. Hipotesis
 H_0 : data variabel populasi homogen
 H_a : data variabel populasi tidak homogen
2. Kriteria Pengujian:
 Jika nilai $\text{sig} > \text{alpha } 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Jika nilai $\text{sig} < \text{apha } 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
3. Pengujian normalitas menggunakan program SPSS 20
4. Selanjutnya menentukan kesimpulan dengan membandingkan nilai sig dengan nilai alpha yang disesuaikan dengan hipotesis

Tabel 4.14 Hasil Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

E-Satisfaction

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.481	11	106	.149

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Pada tabel 4.14 diketahui hasil perhitungan *Test of Homogeneity of Variances* didapat nilai signifikansi adalah $0,149$, yang berarti H_0 diterima karena

menunjukkan nilai sig 0,149 > 0,05 yang menyatakan varians populasi bersifat homogenitas.

4.4 Hasil Uji Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh Variabel Bebas (X) dalam hal ini adalah *E-Service Quality* dan Variabel Terikat (Y) dalam hal ini adalah *E-Satisfaction*, pengujian data menggunakan bantuan SPSS 20 dengan rumus Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (variabel terikat)

X = Variabel independent (variabel bebas)

a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)

b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

Tabel 4.15 Hasil Uji Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	54.527	4.930		11.060	.000
E-Service Quality	.184	.074	.224	2.502	.014

a. Dependent Variable: E-Satisfaction

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan uji linier sederhana dari tabel 4.15 diatas adalah hasil nilai *coefficients* dalam penelitian ini untuk melihat regresi linier sederhana. Koofisien diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

$$Y = 54.527 + 0,184 X$$

Berdasarkan regresi diatas memperlihatkan hubungan anatara variabel independen dengan variabel dependen, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Konstanta adalah 54.527, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel partisipasi adalah sebesar 54.527
2. Koefisien regresi X sebesar 0,184, menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *E-Service Quality*, maka nilai partisipasi bertambah sebesar 0,184. Koefisien bernilai positif, sehingga dapat dikatakan, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh *E-Service Quality* Variabel X terhadap *E-Satisfaction* Variabel Y adalah positif
3. Berdasarkan hasil nilai beta maka diketahui seberapa besar pengaruh *E-Service Quality* (X) terhadap *E-Satisfaction* (Y) adalah sebesar 0,224

Tabel 4.16 Hasil Uji Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.224 ^a	.050	.042	6.648

a. Predictors: (Constant), E-Service Quality

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Dari tabel 4.16 diatas, diperoleh nilai koefisien determinan R Square sebesar 0,050 atau 0,50% *E-Satisfaction* (Y) dipengaruhi *E-Service Quality* (X) dan sisanya 99,5 % Dipengaruhi oleh faktor atau variabel lainnya. Sedangkan hubungan *E-Service Quality* (X) terhadap *E-Satisfaction* (Y) adalah sebesar 0,224 atau 22,4 %.

4.5 Pengujian Hipotesis

Hasil Uji t

Pengujian hipotesis adalah uji yang dilakukan untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini berkaitan dengan terdapat tidaknya pengaruh variabel independen dan terhadap variabel dependen. Untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan uji t dengan membandingkan t Hitung dan t Tabel dengan tingkat kepercayaan 95 % dan $\alpha = 0,05$. Berdasarkan dari pengujian data kuesioner jawaban responden yang dilakukan oleh peneliti dengan bantuan program SPSS 20, diperoleh hasil pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.17 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	54.527	4.930		11.060	.000
E-Service Quality	.184	.074	.224	2.502	.014

a. Dependent Variable: E-Satisfaction

Sumber: Hasil data diolah tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.17 diatas dengan mengamati baris kolom t dan sig bisa dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel koefisien diperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan *E-Service Quality* Variabel X berpengaruh terhadap nilai *E-Satisfaction* Variabel Y
2. Berdasarkan nilai t diketahui nilai t Hitung sebesar $2.502 > t$ Tabel 1981 sehingga dapat disimpulkan bahwa *E-Service Quality* Variabel X berpengaruh terhadap nilai *E-Satisfaction* Variabel Y

4.6 Pembahasan

Pengaruh *E-ServiceQuality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada

E-Commerce adalah kegiatan transaksi bisnis secara online yang menggambarkan proses penjualan dan pembelian atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui internet atau online. *E-Commerce* Lazada merupakan model bisnis *Consumer to Consumer* (C2C) dimana konsumen dari sebuah marketplace menjual produk kesesama konsumen lainnya. Penelitian ini berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap *E-Satisfaction* Pada Pengguna *E-Commerce* Lazada”. Kualitas layanan elektronik/*E-Service Quality* didefinisikan sebagai sejauh mana situs web memfasilitasi belanja, pembelian dan pengiriman produk dan jasa secara efektif dan efisien (Kualitas Layanan Elektronik) sedangkan *e-satisfaction* didefinisikan sebagai akumulasi dari kepuasan yang konsumen dapatkan pada setiap pembelian dan pengalaman mengonsumsi barang atau jasa dari waktu ke waktu pada sebuah situs *online* (Kepuasan Pelanggan Online).

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan *E-Service Quality* berpengaruh secara signifikan, terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna *E-Commerce* Lazada. Hal ini didukung oleh nilai t Hitung *E-Service Quality* sebesar 2.502, artinya variabel (X) *E-Service Quality* terhadap variabel (Y) *E-Satisfaction* mempunyai kaitan dalam penggunaan *E-Commerce* Lazada di Bandar Lampung. Penelitian ini juga didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu oleh:

1. Anita Tobagus (2018) Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Satisfaction* pada pengguna di situs Tokopedia hasil yang diperoleh pada penelitian ini *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Satisfaction* di situs Tokopedia
2. Faruk Ulum, Rinaldi Muchtar (2018) Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Customer Satisfaction Website Start-up* Koasyay hasil yang diperoleh pada

penelitian ini adalah *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Customer Satisfaction*.

3. Megasari Gusandra Saragih (2019) Pengaruh *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* Melalui *E-Satisfaction* (studi pada pelanggan toko *online* Shopee) penelitian ini menemukan bahwa *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap *E-Satisfaction* dan *E-Loyalty*, *E-Satisfaction* berpengaruh *loyalty*, dan *E-Satisfaction*.
4. Mohammed Ezzat, Mohammed, Ghada Mohammed Wafik, Sabreen Gaber Abdel Jalil, Yehia Abu El Hassan (2016) *The Effects of E-Service Quality Dimensions on Tourist's E-Satisfaction* penelitian ini mengungkapkan efek positif yang signifikan antara dimensi kualitas layanan pariwisata elektronik dan kepuasan wisatawan elektronik.
5. Sulieman Ibraheem Shelash Al-Hawary dan Warda Fares Al-Smeran (2017) *Impact of Electronic Service Quality on Customers Satisfaction of Islamic Banks in Jordan* pada penelitian ini peneliti menemukan bahwa ada dampak statistik yang signifikan dari Kualitas Layanan Elektronik (*Ease of use, Web Site Design, privacy, and Responsiveness*) pada Kepuasan Pelanggan Bank Islam di Yordania. Mengenai dimensi *reliability and effectiveness*, studi ini menunjukkan bahwa mereka memiliki dampak yang tidak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.