

**PENGUKURAN KESUKSESAN WEB TOKOPEDIA.COM
DENGAN METODE DeLone dan McLean**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu
Komputer (M.Kom)**

**Yuyun Yuningsih
14000964**

**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER ILMU KOMPUTER
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
NUSA MANDIRI
JAKARTA
2015**

**PENGUKURAN KESUKSESAN WEB TOKOPEDIA.COM
DENGAN METODE DeLone dan McLean**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu
Komputer (M.Kom)**

**Yuyun Yuningsih
14000964**

**PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER ILMU KOMPUTER
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA DAN KOMPUTER
NUSA MANDIRI
JAKARTA
2015**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Yuyun Yuningsih
NIM : 14000964
Program Studi : Magister Ilmu Komputer
Jenjang : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : MIS

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang telah saya buat dengan judul: "Pengukuran Kesuksesan Tokopedia.com Dengan Metode DeLone dan McLean" adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang kutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar dan tesis belum pernah diterbitkan atau dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa tesis yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Program Pascasarjana Magister Ilmu Komputer Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri dicabut/dibatalkan.

Jakarta, 04 Desember 2015

Yang menyatakan,



Yuyun Yuningsih

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Yuyun Yuningsih
 NIM : 14000964
 Program Studi : Magsiter Ilmu Komputer
 Jenjang : Strata Dua (S2)
 Konsentrasi : MIS
 Judul Tesis : "Pengukuran Kesuksesan Web Tokopedia.com dengan Metode DeLone dan McLean"

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komputer (M.Kom) pada Program Pascasarjana Magister Ilmu Komputer Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri (STMIK Nusa Mandiri).

Jakarta, 04 Desember 2015
 Pascasarjana Magister Ilmu Komputer
 STMIK Nusa Mandiri
 Direktur

Prof. Dr. Ricardus Eko Indrajit, M.Sc, MBA.

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Dr. Sularso Budilaksono M.Kom



.....

Penguji II : Ir. Dana Indra Sensuse, MLIS, Ph.D



.....

Penguji III/ : Dr. Windu Gata, M.Kom



.....

Pembimbing

KATA PENGANTAR

Puji serta syukur ke hadirat Allah SWT, karena hanya dengan rahmat dan hidayah-Nyalah sehingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis ini tepat pada waktunya meskipun terdapat banyak kekurangan. Adapun judul tesis yang penulis ambil sebagai berikut ” Pengukuran Kesuksesan Web Tokopedia.com Dengan Metode DeLone dan McLean”.

Tujuan dari penulisan tesis ini adalah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Strata Dua (S-2) pada program Magister Ilmu Komputer STMIK Nusa Mandiri. Tesis ini diambil berdasarkan hasil penelitian atau riset mengenai Pengukuran Kesuksesan terhadap website Tokopedia.com.

Penulis juga lakukan mencari dan menganalisa berbagai macam sumber referensi, baik dalam bentuk jurnal ilmiah, buku-buku literatur, internet, dll yang terkait dengan pembahasan pada tesis ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya dukungan dari semua pihak dalam pembuatan tesis ini, maka penulis tidak dapat menyelesaikan tesis ini tepat pada waktunya. Untuk itu, pada kesempatan ini ijinilah penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ricardus Eko Indrajit, M.Sc, MBA selaku Direktur Program Pascasarjana STMIK Nusa Mandiri.
2. Bapak Dr. Windu Gata, M.Kom selaku dosen pembimbing, yang telah banyak menyediakan waktu dan pikiran untuk penulis dalam penyusunan tesis ini.
3. Orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan moril dan materil kepada penulis.
4. Rekan-rekan mahasiswa Program Pascasarjana Magister Ilmu Komputer, STMIK Nusa Mandiri Jakarta, atas dukungan, motivasi serta bantuan yang telah diberikan.

Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, sehingga atas bantuan semua pihak tersebut penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan dan kekeliruan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran membangun agar penulisan karya ilmiah yang penulis hasilkan di masa yang akan datang menjadi semakin lebih baik.

Akhirnya, penulis berdoa dan berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, 04 Desember 2015

Yuyun Yuningsih

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Yuyun Yuningsih
NIM : 14000964
Program Studi : Magsiter Ilmu Komputer
Jenjang : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : MIS
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Program Pascasarjana Magister Ilmu Komputer Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer Nusa Mandiri (STMIK Nusa Mandiri) **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah kami yang berjudul : “Pengukuran Kesuksesan Web Tokopedia.com Dengan Metode DeLone dan McLean” beserta perangkat yang diperlukan (apabila ada).

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif** ini pihak STMIK Nusa Mandiri berhak menyimpan, mengalih-media atau *bentuk*-kan, mengelolanya dalam pangkalan data (*database*), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di *internet* atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak STMIK Nusa Mandiri, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 04 Desember 2015

Yang menyatakan,



Yuyun Yuningsih

ABSTRAKSI

Nama : Yuyun Yuningsih
NIM : 14000964
Program Studi : Magsiter Ilmu Komputer
Jenjang : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : MIS
Judul Tesis : “Pengukuran Kesuksesan Web Tokopedia.com dengan Metode DeLone dan McLean”

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur keberhasilan situs Tokopedia.com berdasarkan sistem informasi model DeLone & McLean. Peneliti menganalisis variabel kualitas informasi, kualitas sistem, konsumsi, kepuasan pengguna dan manfaat. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode purposive sample yang terdiri dari 170 responden. Teknik analisis untuk mengolah data adalah structural equation modeling (SEM) dengan Amos versi 22. Hasil dari penelitian ini, variabel KIP (*Path Quality Information*) berpengaruh terhadap KUP (Path) dan CTP berpengaruh terhadap USP() dan USP berpengaruh terhadap MBP(). Berdasarkan hasil analisis jalur bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dengan nilai estimasi 0,509, nilai SE 0,051, nilai CR 9,996 dan probabilitas signifikan, kemudian kepuasan penggunaan berusaha menggunakan nilai estimasi 0,776, nilai SE 0,61 CR 12,721 dan nilai probalitasnya signifikan, dan pemakaian berpengaruh terhadap net manfaat web Tokopedia.com dengan nilai estimasi 0,675, nilai SE 0,55, nilai CR 12,180 dengan probabilitas signifikan.

Kata Kunci : Analisis, Sukses, AMOS, DeLone dan McLean, Tokopedia.

ABSTRACT

Nama : Yuyun Yuningsih
NIM : 14000964
Program Studi : Magsiter Ilmu Komputer
Jenjang : Strata Dua (S2)
Konsentrasi : MIS
Judul Tesis : “Pengukuran Kesuksesan Web Tokopedia.com dengan Metode DeLone dan McLean”

The objective of this research is to measure the success of Tokopedia.com site, based on the information system of DeLone & McLean model. The researcher analyze variables of quality of information, quality of the system, consumption, user satisfaction and the benefits. The technique sampling used in this research is purposive sample method which consist of 170 respondents. Technique of the analysis to process the data is structural equation modeling (SEM) with Amos version 22. The results of this study, the variables KIP (Path Quality Information) affects KUP (Path) and CTP affect to USP () and USP effect to MBP (). Based on the results of the analysis path that quality information affect to user satisfaction with the estimated value of 0,509, the value of SE 0.051, 9.996 CR value and the probability is significant, then satisfaction usage striving to use the estimated value of 0.776, the value of 0,61 SE CR 12.721 and probalitasnya value significantly, and discharging affect the net benefits of web Tokopedia.com with the estimated value of 0.675, SE value of 0.55, the value of CR 12.180 with a significant probability.

Kata Kunci : *Analyze, Success, AMOS, DeLone and McLean, Tokopedia.*

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	ii
surat Pernyataan Orisinalitas.....	iii
Halaman Pengesahan	iv
Kata Pengantar	v
Surat Pernyataan Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah Untuk Kepentingan Akademis	vi
Abstraksi	vii
<i>Abstract</i>	viii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	2
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	2
1.2.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4 Ruang Lingkup.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	6
2.1 Tinjauan Pustaka	6
2.1.1 E-Commerce.....	6
2.1.2 SEM.....	7
2.1.3 AMOS	10
2.3 Tinjauan Objek Penelitian	16
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	17
3.1 Metode Pengumpulan Data Penelitian	17
3.2 Model Penelitian	18
3.3 Skala Penilaian	23
3.4 Populasi	24
3.5 Responden	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Analisa Data	26
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	33
5.1 Kesimpulan.....	33
5.2 Saran.....	33
Daftar Pustaka	34
Daftar Riwayat Hidup	36

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Keuntungan dan Kerugian E-Commerce bagi pembeli	7
Tabel 2. 2 Tabel Keuntungan dan Kerugian E-Commerce bagi Penjual	7
Tabel 2. 3 Tabel Batas Nilai Kritis Uji Kesesuaian Model.....	12
Tabel 3.1 Kisi-Kisi Penelitian	20
Tabel 3.2 Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.....	20
Tabel 3.3 Variabel Kualitas Informasi (KI)	21
Tabel 3.4 Variabel Kualitas Sistem (KS).....	21
Tabel 3.5 Variabel Pemakaian (US).....	21
Tabel 3.6 Variabel Kepuasan Pemakai (KU)	22
Tabel 3.7 Variabel Kepuasan Manfaat-manfaat Bersih (MB)	22
Tabel 3. 8 Profil Responden Penelitian.....	24
Tabel 4. 1 Hasil Akhir Uji Validitas	32
Tabel 4. 2 Hasil Hipotesis Khusus	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Gambar Model Molla dan Licker (2001)	13
Gambar 3.1 Model kesuksesan sistem informasi untuk E-Commerce	19
Gambar 3.2 Model kesuksesan sistem informasi untuk E-Commerce	19
Gambar 4.1 Model Awal Penelitian.....	26
Gambar 4. 2 Uji Validitas Indikator Kualitas Informasi.....	27
Gambar 4.3 Uji Validitas Indikator Kualitas Sistem	28
Gambar 4.4 Uji Validitas Indikator Pemakaian	28
Gambar 4.5 Uji Validitas Indikator Kepuasan Pemakai	29
Gambar 4.6 Uji Validitas Indikator Manfaat-manfaat Bersih.....	29
Gambar 4.7 Model Akhir Penelitian	30
Gambar 4.8 Uji Validitas Analisa Jalur	31
Gambar 4.9 Model Jalur Akhir	31

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Konsultasi.....	37
Lampiran 2 Hasil Data Olah Quesioner	38
Lampiran 3 Form Kuesioner	40

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingginya trafik belanja secara online telah membuat adanya perubahan pola masyarakat yang lebih modern. Tingginya animo masyarakat Indonesia terhadap online shopping yang dapat mempermudah mereka dalam mendapatkan sesuatu di apresiasi oleh salah satu e-commerce startup yaitu Tokopedia.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan DeLone dan McLean (2004) menjelaskan suatu model kesuksesan sistem informasi, mendefinisikan Kepuasan dipengaruhi oleh beberapa aspek diantaranya kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas pelayanan. Aspek lain yang mempengaruhi kepuasan pemakai dalam model kesuksesan sistem informasi adalah pengguna atau pemakai itu sendiri. Pemakai digunakan untuk menjelaskan perilaku dan sikap dan kedua variabel ini tidak digunakan dalam penelitian ini karena sulit untuk diukur.

Pengukuran kesuksesan Tokopedia dengan metode DeLone & McLean untuk mempermudah peneliti dalam mengukur variabel-variabel yang dapat mempengaruhi atau berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan Tokopedia berdasarkan ke tiga variabel kualitas terhadap kepuasan pemakaian dan variabel kepuasan pemakaian terhadap manfaatnya.

Kualitas informasi, kepuasan pemakai dan pemakaian sangat berpengaruh terhadap manfaat pemakaian pada web e-commerce, karena tidak adanya interaksi langsung antara penjual dan pembeli. Dengan perkembangan penjualan secara online (e-commerce), tentunya terdapat banyak kritik maupun saran tentang

kepuasan pemakai web. Salah satu web e-commerce yang sedang trend saat ini adalah Tokopedia.com, dimana Tokopedia merupakan suatu website yang terdiri dari kumpulan banyak pedagang, yang menyediakan berbagai produk untuk pemesanan secara online dengan menggunakan fasilitas website Tokopedia.com.

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah Penelitian

1.2.1 Identifikasi Masalah

Pengukuran kesuksesan tokopedia dengan metode DeLone & McLean (2004) untuk mempermudah peneliti dalam mengukur variabel-variabel yang dapat mempengaruhi atau berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesuksesan tokopedia berdasarkan dari Variabel yang digunakan yaitu: Kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas pelayanan, pemakaian, kepuasan pemakai, dan manfaat-manfaat bersih.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan keenam variabel Kualitas terhadap kepuasan pemakaian dan variabel kepuasan pemakaian terhadap manfaatnya. Maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah menganalisa tentang:

1. Apakah Kualitas Informasi (*Information Quality*) berpengaruh positif terhadap Pemakaian (*Use*)?
2. Apakah Kualitas Informasi (*Information Quality*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*)?
3. Apakah Kualitas Sistem (*System Quality*) berpengaruh positif terhadap Pemakaian (*Use*)?

4. Apakah Kualitas Sistem (*System Quality*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*)?
5. Apakah Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*) berpengaruh terhadap Pemakaian (*Use*)?
6. Apakah Pemakaian (*Use*) berpengaruh terhadap Manfaat-manfaat Bersih (*Net Benefit*)?
7. Apakah Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*) berpengaruh terhadap Manfaat-manfaat Bersih (*Net Benefit*)?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Manfaat dari penyusunan tesis ini sebagai pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dibidang analisis dengan penerapan metode Delone dan McLean dalam kehidupan sehari-hari. Selanjutnya dari hasil penelitian ini diharapkan dapat membedakan, merekomendasikan, dan mengimplementasi dalam penentuan keberhasilan/kesuksesan website Tokopedia.com dalam proses penjualan online atau sering disebut dengan E-Commerce.

Sedangkan Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa tentang:

- H1 : Kualitas Informasi (*Information Quality*) berpengaruh positif terhadap Pemakaian (*Use*)
- H2 : Kualitas Informasi (*Information Quality*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*)
- H3 : Kualitas Sistem (*System Quality*) berpengaruh positif terhadap Pemakaian (*Use*)

- H4 : Kualitas Sistem (*System Quality*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*)
- H5 : Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*) berpengaruh terhadap Pemakaian (*Use*)
- H6 : Pemakaian (*Use*) berpengaruh terhadap Manfaat-manfaat Bersih (*Net Benefit*)
- H7 : Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*) berpengaruh terhadap Manfaat-manfaat Bersih (*Net Benefit*)

1.4 Ruang Lingkup

Ruang lingkup penelitian ini yaitu membahas tentang pengukuran kesuksesan dari wen Tokopedia.com dengan dilakukan pengujian-pengujian berikut: Kualitas Informasi (*Information Quality*) berpengaruh positif terhadap Pemakaian (*Use*), Kualitas Informasi (*Information Quality*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*), Kualitas Sistem (*System Quality*) berpengaruh positif terhadap Pemakaian (*Use*), Kualitas Sistem (*System Quality*) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*), Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*) berpengaruh terhadap Pemakaian (*Use*), Pemakaian (*Use*) berpengaruh terhadap Manfaat-manfaat Bersih (*Net Benefit*), dan Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*) berpengaruh terhadap Manfaat-manfaat Bersih (*Net Benefit*).

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tesis ini terdiri dari 5 (lima) bab, dimana tiap bab terdiri dari beberapa sub bab yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang, identifikasi dan rumusan masalah penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup, dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Bab ini membahas tentang tinjauan pustaka,, tinjauan obyek penelitian, dan kerangka konsep penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini membahas tentang perancangan penelitian dan metode pengumpulan data. Tahapan analisis data dan penerapan Metode Delone dan Mclean dalam pengukuran kesuksesan web Tokopedia.com.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini mengerjakan tahapan analisa penelitian yang sudah dibuat di Bab III, analisa dan desain sistem, hasil peneneltian berupa konvensional dan hasil dengan Metode Delon dan Mclean yang dilakukan. Implementasi pengujian pengukuran dengan menggunakan SPSS.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini dibuat kesimpulan dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 E-Commerce

Menurut Turban (2000) mengartikan “*E-Commerce* adalah konsep baru yang menggambarkan proses pembelian dan penjualan atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan komputer termasuk internet” (Indrajani:2007). Sedangkan McLeod (1998) mendefinisikan “*E-Commerce* dapat diartikan secara sempit mencakup hanya transaksi bisnis yang disetujui dengan pelanggan dan pemasok dan sering digambarkan sebagai bagian dari internet, mengingat tidak ada alternatif lain untuk komunikasi, ada tiga pilar elektronik yang mendukung proses-proses pasar terbuka yaitu: informasi elektronik, hubungan elektronik, dan transaksi elektronik” (Indrajani:2007).

E-commerce adalah model bisnis baru yang mendasari latar belakang internet. *E-commerce link* memenuhi kebutuhan organisasi, pedagang, dan customer untuk mengurangi biaya sambil meningkatkan kualitas barang dan jasa, dan meningkatkan kecepatan pelayanan. Sistem informasi *e-commerce* pada umumnya berisi tentang pendaftaran *form* pemesanan, daftar harga dan produk yang dijual, alamat pengiriman pesanan, dan konfirmasi alamat pesanan produk yang akan dikirim, serta prosedur bentuk transaksi pembayarannya, dan lain sebagainya.

Menurut Gartner and Smith (2001) dari hasil kajian literatur dan empiris permasalahan yang dapat diidentifikasi berkaitan dengan keuntungan dan kerugian dari *e-commerce* dapat dilihat pada tabel 2.1 :

Tabel 2.1 Tabel Keuntungan dan Kerugian E-Commerce bagi pembeli

Keuntungan	Kerugian
1. Lebih cepat/nyaman dalam pembelian	1. Masalah keamanan
2. Pilihan Produk/ layanan terus di tingkatkan	2. Pembeli tidak semuanya mempergunakan teknologi yang sama
3. Memiliki akses yang lebih banyak terhadap informasi	3. Masalah hukum/aspek legal
4. Dapat memperbaiki harga (pasar yang lebih kompetitif)	4. Bukan pengalaman belanja di dunia nyata
5. Dapat melakukan umpan balik terhadap supplier, vendor dan biro iklan	5. Tidak semua orang memiliki akses internet
6. Metode pembelian yang lebih mudah/cepat	6. Kemungkinan informasi yang melimpah
7. Meningkatkan tingkat ketersediaan pelayanan konsumen	7. Konsumen takut terhadap penjual yang belum diketahui/ dikenal
8. Meningkatkan kepercayaan	8. Akses bukan hal yang mudah bagi pemula

Sumber : Gartner dan Smith (2001) dalam Rofiq (2007)

Selain keuntungan dan kerugian *e-commerce* bagi pembeli, dapat diidentifikasi pula keuntungan dan kerugian *e-commerce* bagi penjual. Hasil identifikasi tersebut sebagaimana disajikan pada tabel 2.2 berikut.

Tabel 2.2 Tabel Keuntungan dan Kerugian E-Commerce bagi Penjual

Keuntungan	Kerugian
1. Manajemen Informasi/komunikasi yang lebih baik	1. Organisasi/manajer butuh untuk meningkatkan pengetahuannya mengenai teknologi informasi
2. Peningkatan level layanan dapat tersedia	2. Permasalahan dengan pengembangan web yang jelek
3. Kemampuan untuk menyediakan layanan konsumen yang lebih baik	3. Masalah hukum dan aspek legal
4. Meningkatkan daya saing	4. Informasi yang dikirim ke supplier dapat diganggu oleh <i>hacker</i>

2.1.2 SEM

Structural Equation Modeling (SEM) atau Model Persamaan Struktural merupakan gabungan dari dua metode statistik yang terpisah yaitu analisis faktor

(*factor analysis*) yang dikembangkan di bidang psikologi/psikometri dan model persamaan simultan (*Simultaneous Equation Modeling*) yang dikembangkan di bidang ekonometrika (Ghozali 2008:3).

Ada beberapa program komputer yang dapat digunakan untuk analisis model persamaan struktural antara lain AMOS, EQS, LISREL with PRELIS, LISCOMP, Mx, SAS PROC CALIS, STATISTICA-SEPATH. Program AMOS memiliki kelebihan karena *user-friendly graphical interface* (Ghozali 2008, 29).

a. Variabel Laten dan variabel Manifes

Isi sebuah model SEM adalah variabel laten dan variabel manifest. Variabel laten adalah variabel yang tidak dapat diukur secara langsung, sedangkan variabel manifest adalah variabel yang digunakan untuk menjelaskan atau mengukur sebuah variabel laten. Variabel laten disebut juga unobserved variabel, konstruk atau konstruk laten. Sedangkan variabel manifest disebut pula dengan istilah observed variabel, measured variabel atau indikator.

b. Variabel Laten Eksogen dan Endogen

Variabel laten mempunyai fungsi sebagai variabel eksogen atau endogen. Variabel eksogen adalah variabel independen yang mempengaruhi variabel dependen, sedangkan variabel endogen adalah variabel dependen yang dipengaruhi oleh variabel independen.

c. Error Pengukuran

Pada sebuah model SEM, khususnya pada pengukuran indikator atau sebuah variabel laten, akan terdapat variabel *error* yang ditampilkan dalam sebuah lingkaran. Menurut Santoso (2007:10), terdapat dua jenis *error* yang ada pada model SEM, yaitu:

- 1) *Measurement error*, setiap indikator selalu ada kesalahan dalam pengukuran
- 2) *Struktural Error*, *error* pada struktural model sering disebut dengan *residual error* atau *disturbance terms*, yang merefleksikan varians yang tidak dapat dijelaskan dalam variabel endogen (dependen) yang disebabkan semua faktor yang tidak dapat diukur.

d. Tahapan-tahapan membuat SEM

Menurut Santoso (2007:13), ada beberapa tahapan pokok yang akan dilalui untuk menggunakan SEM dalam sebuah kegiatan penelitian, yaitu:

- 1) Membuat model SEM (*Model Specification*), pada tahapan ini sebuah model (dengan berdasarkan teori tertentu) dibuat, baik dalam bentuk *equation* (persamaan matematik) maupun dalam bentuk diagram (*measurement model*)
- 2) Menyiapkan desain penelitian dan pengumpulan data. Setelah model dibuat sebelum model diuji, akan dilakukan pengujian asumsi-asumsi yang harus dipenuhi dalam SEM, perlakuan terhadap missing data dan pengumpulan data.
- 3) *Model Identification*, Setelah selesai membuat model dan disain yang ingin dibuat sudah ditentukan, pada model dilakukan uji identifikasi, apakah dapat dianalisis lebih lanjut. Perhitungan *degree of freedom* menjadi bagian penting.
- 4) Menguji model (*Model Testing dan Model Estimation*). Setelah model dibuat dan dapat diidentifikasi, tahapan dilanjutkan dengan menguji *measurement model* untuk mengukur keeratan hubungan indikator

dengan konstruksinya dan apabila pengujian ini sudah valid maka akan dilanjutkan dengan *structural model* untuk memperoleh sejumlah korelasi yang menunjukkan hubungan antar konstruk.

2.1.3 AMOS

AMOS (*Analysis of Moment Structure*) merupakan salah satu program atau *software* yang digunakan untuk mengintegrasikan model pada model persamaan struktural (SEM) (Ghozali 2008, 29). AMOS mengimplementasikan pendekatan yang umum untuk analisa data pada model persamaan struktural yang menjelaskan analisa struktur kovarians, atau *causal modeling*.

Saat ini *software* AMOS merupakan *software* yang dapat diandalkan dalam menyelesaikan permasalahan sosial karena kemampuannya dalam mengukur variabel yang bersifat laten atau tidak dapat diukur secara langsung tetapi dapat diukur melalui indikatornya.

a. Degree of Freedom

Dalam model SEM, hal ini penting perlu diketahui sebelum sebuah pengujian model dilakukan, yakni *model identification*. Identifikasi berkaitan dengan apakah tersedia cukup informasi untuk mengidentifikasi adanya sebuah solusi dari permasalahan struktural.

b. Dasar Penilaian Suatu Model

Setelah model dibuat dan diketahui df bernilai positif, proses selanjutnya adalah mengumpulkan data dari sample dan kemudian memasukkan pada program AMOS. Setelah itu dilakukan proses penilaian (*assessment*) dan pengujian (*estimation*). Penilaian dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana '*fit*' dengan model yang sudah dibuat, apakah model telah valid dan data sample

yang diambil dapat menunjukkan kekuatan model dalam menjelaskan suatu fenomena.

c. Uji *Measurement Model*

Sebuah model SEM dapat terdiri dari measurement model dan structural model. Dan tujuan utama analisa SEM adalah menguji apakah model tersebut fit dengan data yang ada. Menurut Santoso (2007), pengujian model SEM dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu menguji validitas *measurement model* dan menguji validitas *structural model*.

Measurement model adalah bagian dari model SEM yang terdiri dari sebuah variabel laten (konstruk) dan beberapa model manifest (indikator) yang menjelaskan variabel laten tersebut. Tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui seberapa tepat variabel-variabel manifest dapat menjelaskan variabel laten.

Jika sebuah measurement model tidak dapat dikatakan fit, maka proses pengujian seharusnya tidak dilanjutkan dengan pengujian structural model. Untuk itu harus mengikuti langkah-langkah, seperti meninjau kembali model, data sample mungkin harus ditambah, pertanyaan (*Questioner*) atau bentuk pengukuran lainnya.

d. Penilaian Kriteria *Goodness of Fit*

Penilaian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh model persamaan struktural yang dihipotesakan sesuai dengan sample data. Penilaian dilakukan dengan menggunakan uji asumsi SEM, uji kesesuaian model (*Overall Model Fit*), dan uji parameter model.

Tabel 2. 3 Tabel Batas Nilai Kritis Uji Kesesuaian Model

Ukuran kesesuaian	Batas nilai kritis	Keterangan
1. Absolut Fit Measures		
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Chi-Squares X^2 (CMIN)</i> • <i>Probability</i> • <i>Chi-Squares X^2 Relatif (CMIN/DF)</i> • GFI • RMSEA 	Kecil, $\leq \chi^2 \alpha$; df ≥ 0.05 ≤ 2.0 ≥ 0.90 ≤ 0.08	(Huland, 1996) (Huland, 1996) (Byrne, 1988) (Diamontopaulus, 2000) (Browne, 1993)
2. Incremental Fit Measures		
<ul style="list-style-type: none"> • AGFI • TLI • NFI • CFI 	≥ 0.90 ≥ 0.95 ≥ 0.90 ≥ 0.95	(Diamontopaulus, 2000) (Hair, 1998) (Bentler, 1992) (Arbuckle, 1997)
3. Parsimonious Fit Measures		
<ul style="list-style-type: none"> • PNFI • PGFI 	≥ 0.60 ≥ 0.60	(James, 1992) (Byrne, 1988)

Sumber : WIDODO(2006:54)

e. Membangun Diagram Jalur

Berikutnya setelah dibangun model teoritis adalah menyusun hubungan kausalitas dengan diagram jalur (*path diagram*). Tujuan dibuatnya *path diagram* adalah untuk memudahkan peneliti dalam melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji. Hubungan antar konstruk dinyatakan dengan anak panah. Anak panah yang mengarah dari suatu konstruk ke konstruk lain menunjukkan hubungan kausal.

f. Delone dan McLean

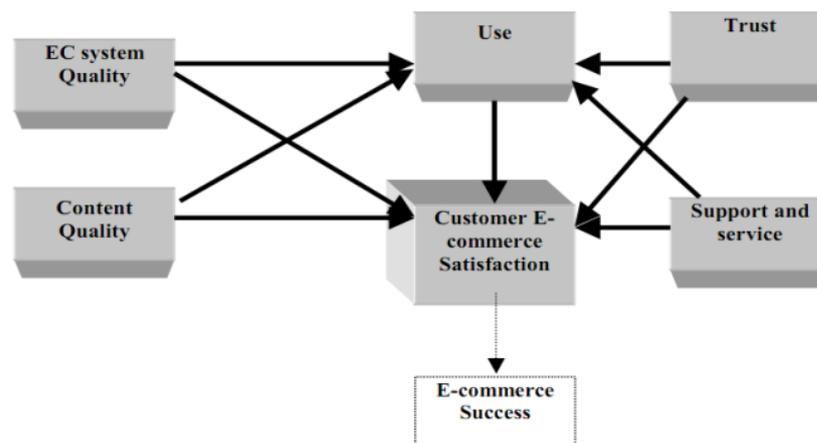
Molla dan Licker (2001) yang pertama mengusulkan model Delone dan McLean untuk dikembangkan ke pengukuran kesuksesan e-commerce. Penelitian Molla dan Licker berfokus pada sistem *e-commerce* yang berbasis internet dan menggunakan fasilitas *World Wide Web* sebagai solusi aplikasi web untuk melakukan satu atau lebih fungsi bisnis misalnya penyediaan informasi, pertukaran informasi, pembelian, penjualan, distribusi, layanan pelanggan,

pengiriman pesan, dan pembayaran, dimana fasilitas-fasilitas tersebut melibatkan produsen, pemasok dan pelanggan mereka. Sebagai contoh, penggunaan yang paling umum dan di populerkan dari *e-commerce* adalah untuk mengganti atau meningkatkan interaksi pemasaran pasar tradisional dengan diubah menjadi integrasi dengan berbasis web.

Model Molla & Licker menggunakan teori Delone & McLean dengan mengusulkan model *e-commerce* sukses diperpanjang dan komprehensif yang mencakup seluruh tahapan transaksi on-line dan semua tujuan sistem *e-commerce*. Model D & M digunakan di sini karena relevansi teoritis yang berlangsung dibelakangnya ke sistem *e-commerce* serta potensi untuk memungkinkan organisasi yang sistematis dari berbagai kriteria keberhasilan dengan cara yang berarti.

Model Molla dan Licker (2001) menyempurnakan model D & M untuk mencerminkan fase pemasaran (sebelum, selama dan setelah penjualan) untuk mencapai tujuan *e-commerce* (informasi, transaksi dan layanan pelanggan).

Berikut model Molla dan Licker :



Gambar 2. 1 Gambar Model Molla dan Licker (2001)

Delone dan McLean juga memberikan contoh implementasi model sukses IS yang telah di perberbaharui di bidang *e-commerce*. Molla dan Licker (2001) yang pertama kali mengusulkan model Delone dan McLean untuk dikembangkan ke pengukuran *e-commerce*.

Delone dan McLean (2004) mengusulkan pengukuran kesuksesan *e-commerce* berdasarkan pengembangan model orisinil mereka (1992) dan model yang sudah direvisi (2003). Penelitian ini menambahkan sebuah konstruk yaitu kualitas pelayanan (*service quality*). Peneliti ini juga menyediakan daftar dari metric kesuksesan berbasis pada kaji ulang komprehensif dari artikel-artikel *e-commerce* di literatur-literatur pemasaran sistem informasi.

Delone dan McLean (2004) mengkaji artikel-artikel *e-commerce* dan *electronic data interchange* yang ada di jurnal-jurnal akademik dan bisnis mulai tahun 1996 sampai dengan tahun 2002. Hasil ini memberikan ide banyak pengukuran-pengukuran kesuksesan *e-commerce*.

1) Kualitas sistem

Pengukuran-pengukuran kualitas sistem di *e-commerce* masih berupa kemanfaatan (*usefulness*), kemudahan navigasi (*ease of navigation*), privasi (*privacy*) dan keamanan (*security*). Keamanan menjadi isu kualitas sistem di *e-commerce* karena internet dapat dimasuki oleh siapapun termasuk pihak yang ingin merugikan orang lain.

2) Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Pengukuran-pengukuran yang baru diantaranya adalah isi yang dinamik (*dynamic content*), personalisasi isi (*content personalization*), dan keragaman informasi (*variety of information*)

3) Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Kualitas pelayanan umumnya diukur dengan kecepatan responden (*quick responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan pelayanan setelahnya (*following-up service*).

4) Kepuasan Pemakai (*User Satisfaction*)

Delone dan McLean (2004) dalam mengkaji artikel-artikel juga tidak menemukan secara spesifik instrument-instrumen pengukuran kepuasan pemakai untuk *e-commerce*. Beberapa peneliti hanya mengusulkan untuk mengadopsi dan mengadaptasikan instrumen-instrumen kepuasan pelanggan dan dukungan pemakai akhir sebagai instrumen-instrumen kepuasan pelanggan di *e-commerce* dengan beberapa item harus disesuaikan bahasanya.

5) Penggunaan Sistem (*System Use*)

Seperti halnya sistem informasi tradisional, penggunaan pelanggan atau penggunaan pemasok adalah pengukuran yang penting untuk kesuksesan sistem-sistem *e-commerce*, terutama jika penggunaan pelanggan lebih bersifat sukarela tidak diwajibkan. Sifat dan jumlah penggunaan keduanya merupakan indikator yang penting dari kesuksesan *e-commerce*.

6) Manfaat-manfaat bersih (*Net Benefit*)

Sebuah sistem *e-commerce* atau *e-business* dapat memberikan manfaat kepada pemakai tunggal (misalnya seorang pelanggan), suatu grup dari pemakai-pemakai, suatu organisasi, atau seluruh industri. Oleh karena itu, ukuran-ukuran kesuksesan manfaat-manfaat bersih yang ditemukan di literature, umumnya di organisasikan berdasarkan tingkatan (pengukuran-pengukuran *e-commerce* untuk individual, group, organisasi dan industri).

2.3 Tinjauan Objek Penelitian

Tokopedia merupakan suatu *website* yang terdiri dari kumpulan banyak pedagang, yang menyediakan berbagai produk untuk pemesanan secara *online* dengan menggunakan fasilitas website Tokopedia.com.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data Penelitian

Metode pengumpulan Data yang penulis lakukan dalam penelitian untuk penulisan jurnal ini sebagai berikut:

1. Observasi

Penulis melakukan observasi ke *customer-customer* yang melakukan pembelian dengan menggunakan fasilitas website Tokopedia.com, dan membagikan kuesioner ke sejumlah pelanggan Tokopedia.com. Data yang penulis kumpulkan digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan yaitu dengan menguji validitas dan reliabilitas instrument, dan penentuan hubungan beberapa dimensi yang berpengaruh terhadap kesuksesan penerapan web Tokopedia.

2. Studi pustaka

Pada penelitian ini penulis mengawali kajian dengan melihat jurnal-jurnal dari peneliti-peneliti sebelumnya, bahan kuliah, dan sumber-sumber atau bahan lainnya yang berhubungan dengan tema penelitian yang penulis ambil. Untuk dijadikan sebagai bahan referensi untuk menjadi acuan penulisan untuk penulis.

3. Kuesioner

Tahap selanjutnya adalah penyusunan kuesioner. Pada tahap awal penyusunan kuisisioner dilakukan dari identifikasi variabel laten, identifikasi variabel manifest dan keterhubungan antar setiap variabel.

Data yang dikumpulkan dengan menggunakan kuisisioner ini meliputi :

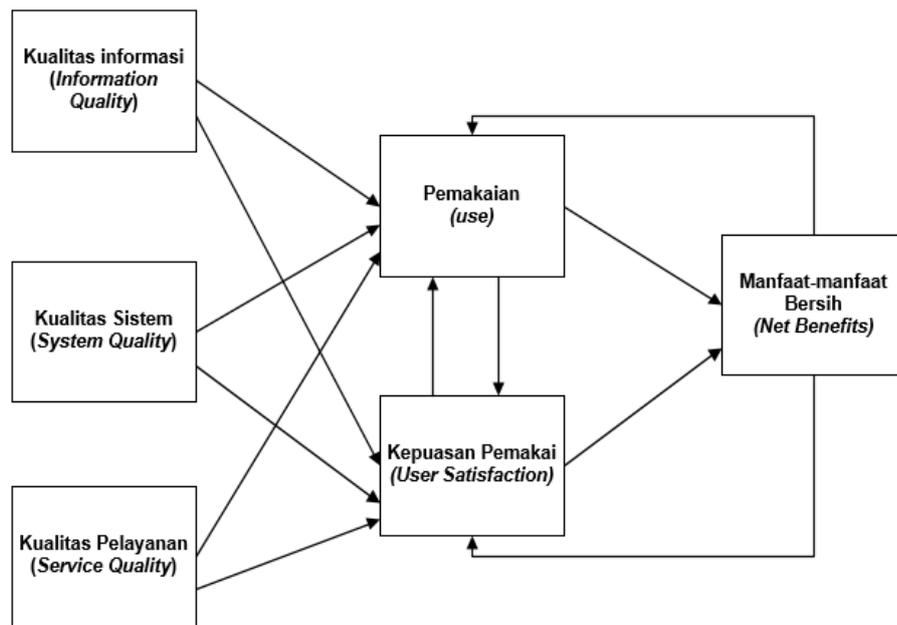
- a) Data mengenai gambaran tentang responden, yang berisi tentang jenis kelamin dan umur responden
- b) Data mengenai responden terhadap dimensi yang diuji terhadap kepuasan pengguna yang melakukan pemesanan melalui web Tokopedia. Tahap ini responden diminta menjawab sejumlah pertanyaan dalam 7 (tujuh) bagian pertanyaan.

Kelima bagian tersebut adalah :

- 1) Bagian 1 mengenai data personal responden
- 2) Bagian 2 mengenai Kualitas Informasi *E-Commerce*
- 3) Bagian 3 mengenai Kualitas Sistem
- 4) Bagian 4 mengenai Kualitas Pelayanan
- 5) Bagian 5 mengenai Pemakaian
- 6) Bagian 6 mengenai Kepuasan Pemakai
- 7) Bagian 7 mengenai Manfaat-manfaat Bersih

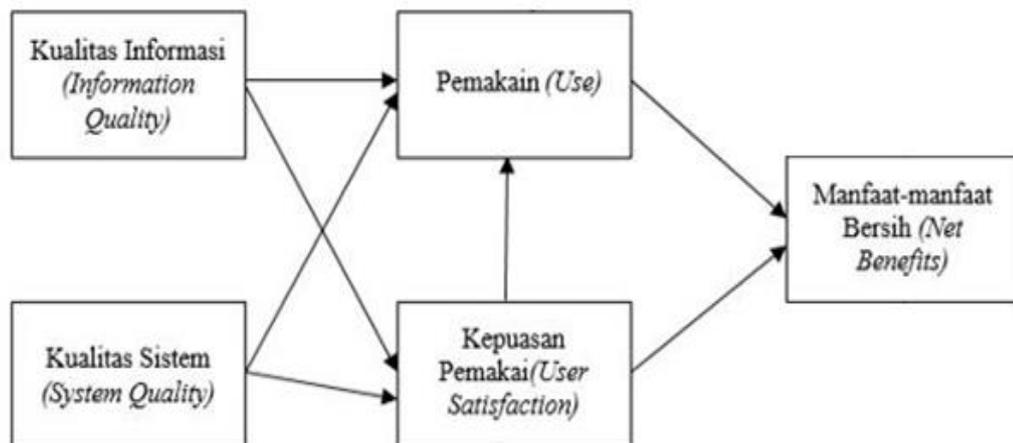
3.2 Model Penelitian

Menurut Delone dan McLean (1992) model *parsimoni* yang mereka sebut dengan nama model kesuksesan sistem informasi Delone & McLean Namun Delone & Mclean Memodifikasi modelnya untuk diterapkan di *e-commerce* (2004), sesuai dengan usulan Molla dan Licker (2001) dapat dilihat pada gambar 3.1:



Gambar 3.1 Model kesuksesan sistem informasi untuk E-Commerce

Dikarenakan *e-commerce* tokopedia tidak memiliki pelayanan *offline* maka kualitas pelayanan bersinergi langsung dengan kualitas sistem. Jadi menggunakan teori Deone & McLean 2004 yang dapat dilihat pada gambar 3.2 berikut:



Gambar 3.2 Model kesuksesan sistem informasi untuk E-Commerce

Dari gambar 3.2 diatas, dapat dibuat kisi-kisi penelitian pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Penelitian

Variabel	Indikator	Sumber
KI	a. Akurasi b. Relevansi c. Up to Date d. Dimengerti	Jogiyanto (2007)
KS	a. Waktu respon b. Keamanan c. Pembacaan halaman d. Privasi	Jogiyanto (2007)
US	a. Pencarian Informasi b. Penerimaan Pembayaran c. Pesanan Pembelian d. Jumlah Pembelian yang terselesaikan	Jogiyanto (2007)
KU	a. Pembelian Kembali melalui website b. Pengalaman menyenangkan waktu mengakses c. Tidak memiliki keluhan d. Mengajak teman lain untuk melakukan pembelian melalui website	Jogiyanto (2007)
MB	a. Meningkatkan pelayanan b. Meningkatkan pengetahuan pelanggan c. Mengurangi lama pencarian informasi d. Meningkatkan pengalaman pelanggan	Jogiyanto (2007)

Pada metode Delone dan Mclean, variabel laten adalah variabel kualitas informasi, kualitas sistem, pemakaian, kepuasan pemakai, dan manfaat-manfaat bersih, dimana variable-bariabel itu dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian

No	Nama Variabel	Akronim	Jenis variabel
1	Kualitas Informasi	KI	Laten
2	Kualitas Sistem	KS	Laten
4	Pemakaian	US	Laten
5	Kepuasan Pemakai	KU	Laten
6	Manfaat-manfaat Bersih	MB	Laten

A. Indikator Untuk Variabel Kualitas Informasi (KI)

Indikator untuk variable kualitas informasi dapat dilihat pada tabel 3.3 berikut ini:

Tabel 3.3 Variabel Kualitas Informasi (KI)

Indikator	Akronim	Pertanyaan
Akurasi sistem	KI1	Web Tokopedia.com mempunyai prosedur pemesanan yang akurat
Relevansi	KI2	Penyajian yang ada di Web Tokopedia selalu mengikuti perubahan pada jumlah toko dan barang yang dijual
Up to Date	KI3	Tampilan yang ada di Web Tokopedia selalu mengikuti perubahan pada jumlah toko dan barang yang dijual.
Dimengerti	KI4	Langkah-langkah pemesanan pada web Tokopedia mudah dimengerti

B. Indikator Untuk Variabel Kualitas Sistem (KS)

Tabel 3.4 Variabel Kualitas Sistem (KS)

Indikator	Akronim	Pertanyaan
Waktu Respon	KS1	Kecepatan akses setiap halaman web tokopedia tidak membutuhkan waktu yang lama
Keamanan	KS2	Web tokopedia memberikan rasa aman setiap data yang saya berikan
Pembacaan halaman	KS3	Adanya Tampilan pembacaan halaman pada web Tokopedia membantu dalam mengetahui urutan transaksi pemesanan
Privasi	KS4	Web Tokopedia mempunyai penyimpanan yang aman untuk data yang saya berikan

C. Indikator Untuk Variabel Pemakaian (US)

Tabel 3.5 Variabel Pemakaian (US)

Indikator	Akronim	Pertanyaan
Pencarian informasi	US1	Pencarian informasi memudahkan penggunaan web tokopedia
Penerimaan pembayaran	US2	Penerimaan pembayaran pada web Tokopedia sesuai dengan pesanan

Pesanan pembelian	US3	Tokopedia memberikan kemudahan dalam melakukan pemesanan pembelian
Jumlah pembelian yang terselesaikan	US3	Tokopedia memberikan informasi terhadap setiap jumlah pembelian yang telah terselesaikan

D. Indikator Untuk Variabel Kepuasan Pemakai (KU)

Tabel 3.6 Variabel Kepuasan Pemakai (KU)

Indikator	Akronim	Pertanyaan
Pembelian kembali melalui website	KU1	Saya akan melakukan pembelian kembali melalui web Tokopedia
Pengalaman menyenangkan waktu mengakses	KU2	Menggunakan web Tokopedia membuat saya merasa senang
Tidak memiliki keluhan	KU3	Saya merasa puas dengan menggunakan web Tokopedia
Mengajak teman lain untuk melakukan pembelian melalui website	KU4	Saya akan mengajak teman lain untuk melakukan pembelian melalui web Tokopedia

E. Indikator Untuk Variabel Manfaat-manfaat Bersih (MB)

Tabel 3.7 Variabel Kepuasan Manfaat-manfaat Bersih (MB)

Indikator	Akronim	Pertanyaan
Meningkatkan dukungan dan pelayanan	MB1	Review dan ulasan produk pada web tokopedia meningkatkan pertimbangan konsumen dalam memilih barang.
Meningkatkan pengetahuan pelanggan	MB2	Informasi toko-toko pada web tokopedia meningkatkan pengetahuan pelanggan
Mengurangi lama pencarian informasi	MB3	Dengan adanya pencarian dan kategori mengurangi lama pencarian informasi
Meningkatkan pengalaman pelanggan	MB4	Dengan adanya perbandingan antar toko-toko pada web tokopedia meningkatkan pengalaman pelanggan

3.3 Skala Penilaian

Data yang didapat oleh penulis melalui survey adalah berupa pendapat para pengguna web Tokopedia yang menggunakan fasilitas yang disediakan Tokopedia untuk melakukan pembelian melalui pemesanan secara online. Data survey ini diukur dengan likert yang merupakan skala yang sepenuhnya ordinal.

Pertimbangan lain dalam penggunaan skala metrik ini adalah metode maksimum dan *likelihood* yang akan digunakan dalam penelitian karena akan menghasilkan nilai estimasi parameter yang valid dan reliabel bilamana data yang digunakan memenuhi normalitas *multivariate*. Adapun alasan lain karena asumsi normalitas *multivariant* hanya dapat diuji terhadap data yang berskala metrik (data kontinyu atau interval).

Format yang digunakan penulis untuk menyusun alat ukur dengan menggunakan *likert format*, yaitu format penulisan *item* yang populer untuk skala sikap dan kepribadian, dimana dengan format penulisan seperti ini, subjek diminta untuk menunjukkan derajat ketersetujuan terhadap pertanyaan-pertanyaan.

Pada skala diatas digunakan skala 5, artinya tiap pertanyaan memungkinkan 5 pilihan, dengan rincian sebagai berikut :

Nilai 1 paling ujung sebelah kiri garis berskala, berekasi dengan respon “Sangat tidak setuju”

Nilai 2 diujung sebelah kiri setelah skala nilai 1, berskala berelasi dengan respon “Tidak setuju”

Nilai 3 diujung berada di tengah-tengah antara skala 2 dan skala 4, bereaksi dengan respon “Netral”

Nilai 5 diujung sebelah kanan garis berskala, berelasi dengan respon “Sangat Setuju”

Nilai 4 diujung sebelah kanan setelah skala 5, berskala berelasi dengan respon “Setuju”

3.4 Populasi

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengumpulan sample menggunakan *purposive sampling*. Populasi diambil dari beberapa kalangan masyarakat di wilayah BSI Kalimantan yang pernah dan sering menggunakan website Tokopedia.com ini.

3.5 Responden

Populasi yang dilakukan pada objek penelitian ini adalah civitas yang pernah menggunakan atau sering menggunakan website Tokopedia, dimana jumlah populasi di Bsi Kalimantan adalah sebanyak 815 orang, dan untuk sample penyebaran quisioner sebanyak 200 lembar dibagikan kepada 200 responden, sedangkan quisioner yang dikembalikan kepada penulis sebanyak 170 quisioner, sehingga dari 170 responden yang mengembalikan quisioner ini yang dijadikan sebagai data untuk bahan penelitian. Menurut Sugiyono (2009) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Tabel 3. 8 Profil Responden Penelitian

Klasifikasi Responden	Jumlah	Persentase
Umur:		
> 18 thn	133	78,24 %

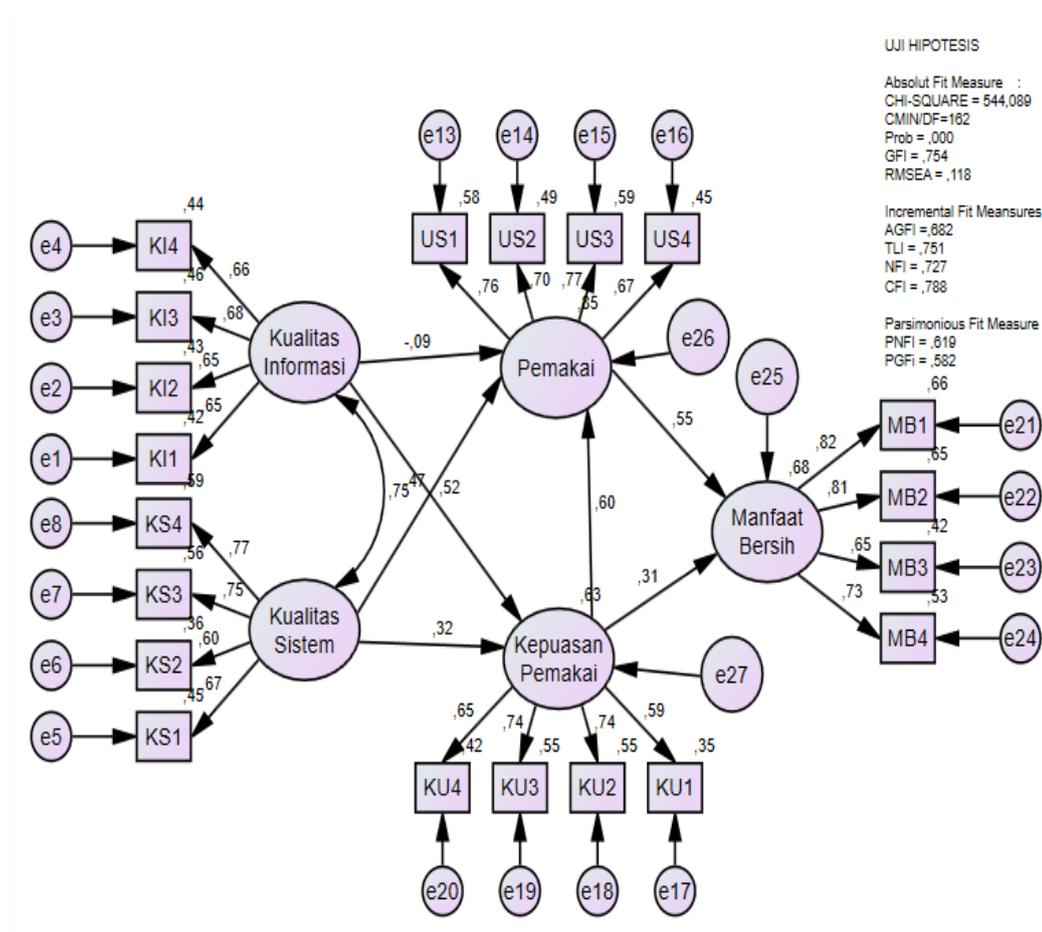
< = 18 thn	37	21,76 %
Total	170	100 %
Jenis Kelamin:		
Perempuan	76	44,71 %
Laki-laki	94	55,29 %
Total	170	100 %
Lama menggunakan:		
> 3 thn	57	33,53 %
< = 3 thn	113	66,47 %
Total	170	100 %

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisa Data

A. Model Awal Penelitian



Gambar 4.1 Model Awal Penelitian

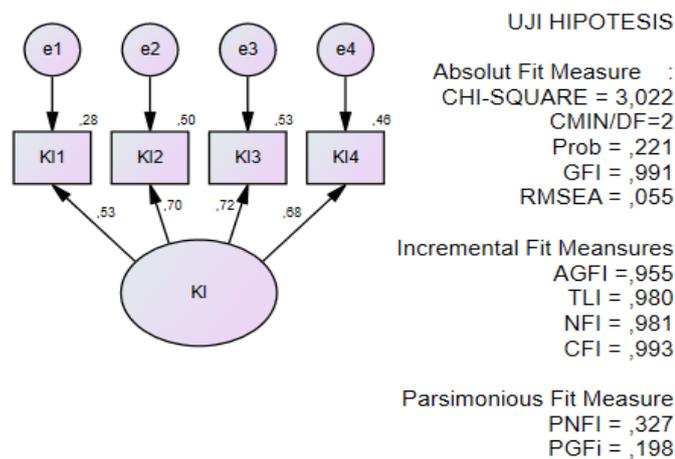
Pada gambar 4.1. dijelaskan bahwa nilai chi-square yang besar 544,089 dan probabilitas yang kecil 0,000, hal ini berarti adanya perbedaan signifikan antara matriks kovarians prediksi dengan data observasi. Sedangkan RMSEA 0,118 diatas dari standar yaitu $< 0,08$ (Browne dan Curdeck, 1993), hal ini berarti ukuran model yang mencoba memperbaiki kecenderungan chisquare menerima model

dengan jumlah sample yang besar. Nilai GFI 0,754 yang seharusnya berada di atas 0,9 maka proporsi dari model yaitu tidak fit.

B. Analisis Faktor Konfirmatori (*Confirmatory Faktor Analysis*)

Uji *CFA* dilakukan untuk setiap indikator yang membentuk sebuah konstruk. Karena model penelitian ini terdiri dari enam konstruk, maka akan dilakukan dilakukan pengujian terhadap enam konstruk yang ada. Dasar pengujian adalah dengan melihat *Chi-square*, *probabilitas*, dan *factor loading* dari sebuah indikator.

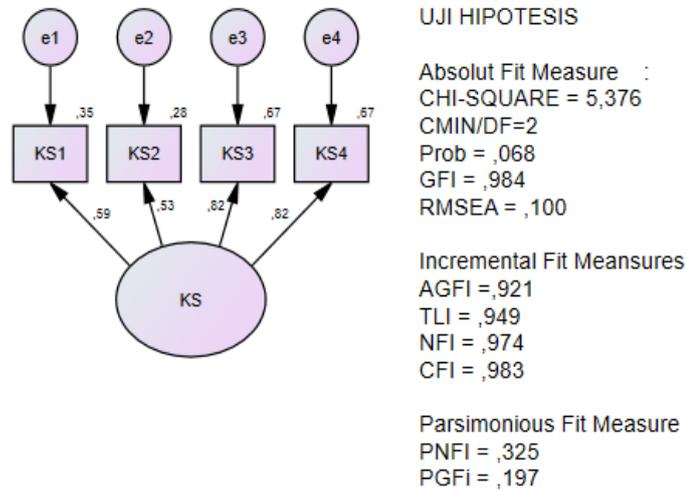
1) Uji Validitas Indikator Kualitas Informasi (KI)



Gambar 4. 2 Uji Validitas Indikator Kualitas Informasi

Pada gambar diatas menjelaskan kualitas informasi memiliki nilai probabilitas 0,221 yang lebih besar dari 0,05 maka indikator KI dinyatakan model yan fit.

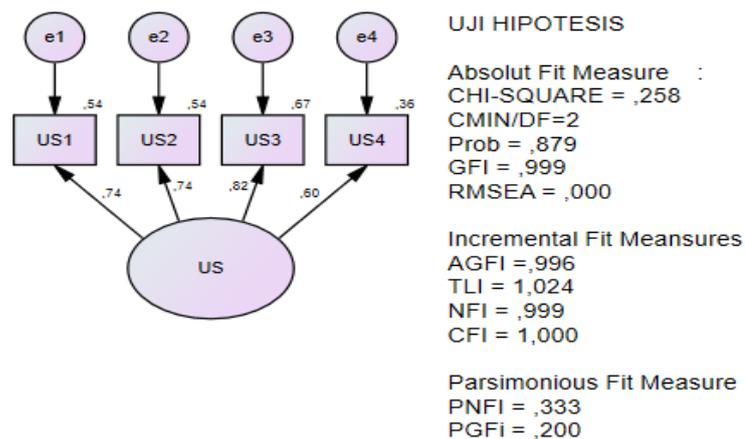
2) Uji Validitas Indikator Kualitas Sistem (KS)



Gambar 4.3 Uji Validitas Indikator Kualitas Sistem

Pada gambar diatas menjelaskan kualitas informasi memiliki nilai probabilitas 0,221 yang lebih besar dari 0,05 maka indikator KS dinyatakan model yan fit.

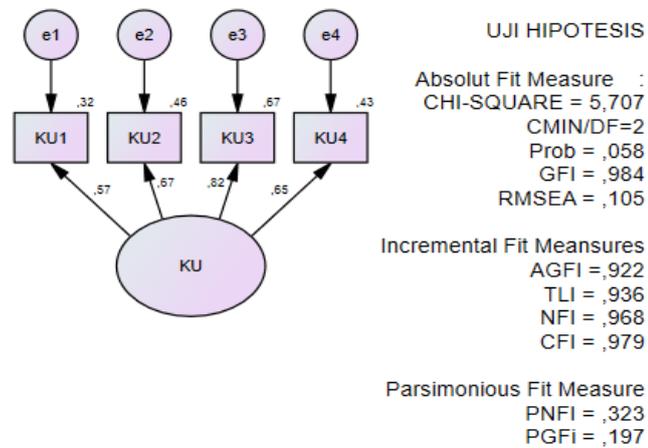
3) Uji Validitas Indikator Pemakaian (US)



Gambar 4.4 Uji Validitas Indikator Pemakaian

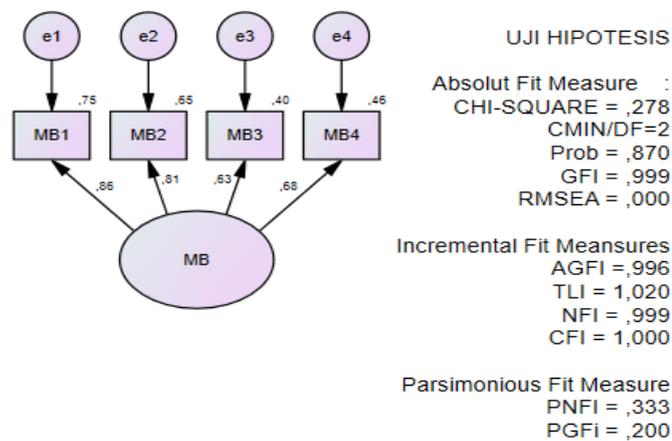
Pada gambar diatas menjelaskan kualitas informasi memiliki nilai probabilitas 0,221 yang lebih besar dari 0,05 maka indikator US dinyatakan model yan fit.

4) Uji Validitas Indikator Kepuasan Pemakai (KU)



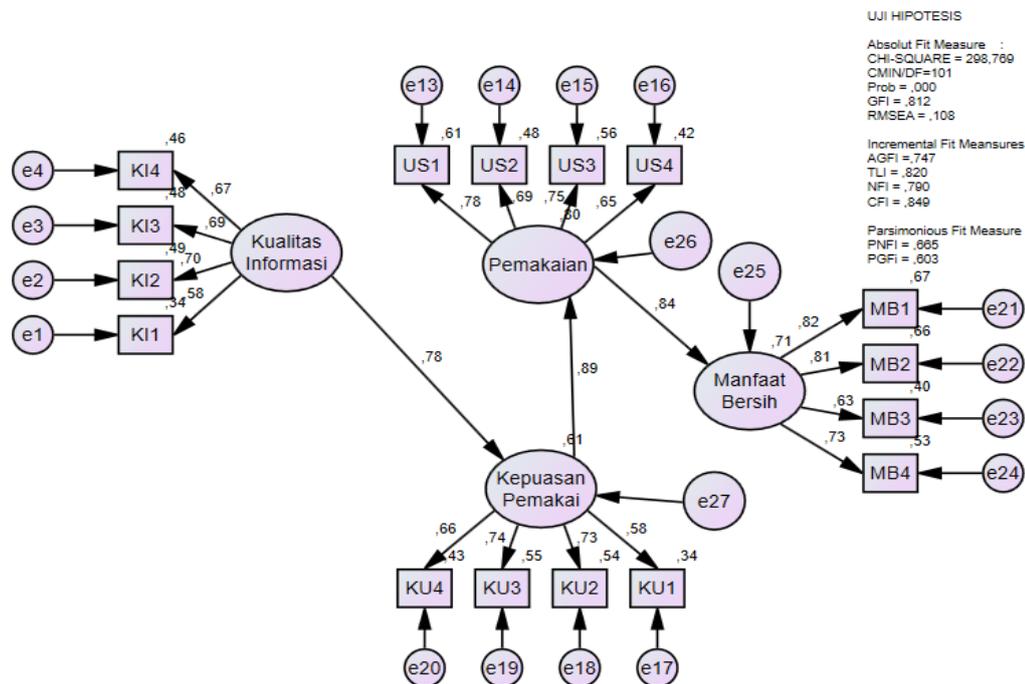
Gambar 4.5 Uji Validitas Indikator Kepuasan Pemakai
 Pada gambar diatas menjelaskan kualitas informasi memiliki nilai probabilitas 0,221 yang lebih besar dari 0,05 maka indikator KU dinyatakan model yan fit.

5) Uji Validitas Indikator Manfaat-manfaat Bersih (MB)



Gambar 4.6 Uji Validitas Indikator Manfaat-manfaat Bersih
 Pada gambar diatas menjelaskan kualitas informasi memiliki nilai probabilitas 0,221 yang lebih besar dari 0,05 maka indikator MB dinyatakan model yan fit.

C. Model Akhir Penelitian



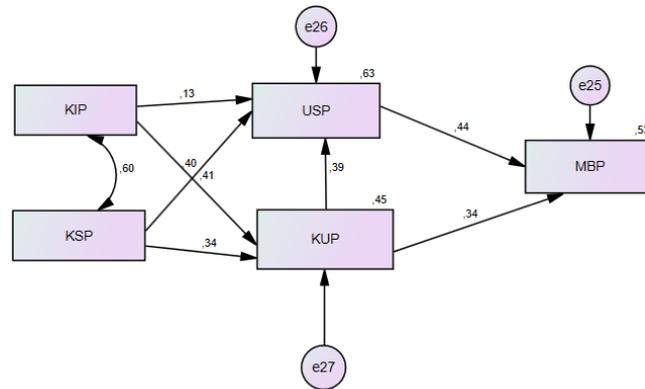
Gambar 4.7 Model Akhir Penelitian

Pada gambar 4.7 dijelaskan bahwa nilai chi-square yang besar 298,089 dan probabilitas yang kecil 0,000, hal ini berarti adanya perbedaan signifikan antara matriks kovarians prediksi dengan data observasi. Sedangkan RMSEA 0,108 diatas dari standar yaitu $< 0,08$ (Browne dan Curdeck , 1993), hal ini berarti ukuran model yang mencoba memperbaiki kecenderungan chisquare menerima model dengan jumlah sample yang besar. Nilai GFI 0,812 yang seharusnya berada di atas 0,9 maka proporsi dari model yaitu tidak fit.

D. Analisa Jalur

1) Uji Validitas Menggunakan Analisa Jalur

Model struktural yang tidak fit atau tidak memenuhi persyaratan, akan dikonversikan menjadi model jalur.

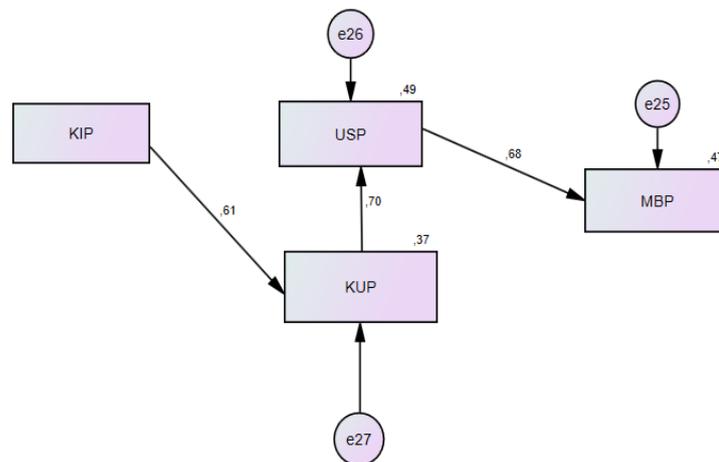


Gambar 4.8 Uji Validitas Analisa Jalur

Setelah model dimodifikasi, nilai $p=0.000$ yang belum signifikan, dan nilai *chi-square* = 544,089, Dengan demikian didapatkan model belum fit secara keseluruhan.

2. Analisa Jalur Model Akhir

Setelah dilakukan uji signifikansi, pada model jalur akhir akan terdapat koefisien regresi seperti pada gambar 4.9 berikut ini.



Gambar 4.9 Model Jalur Akhir

Semua konstruk pada indikator sudah signifikan semua, hubungan faktor loading juga sudah sesuai tetapi untuk probabilitas belum memenuhi persyaratan yang diinginkan $p > 0.05$ sehingga hasil akhirnya sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Akhir Uji Validitas

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KUP <--- KIP	,509	,051	9,996	***	
USP <--- KUP	,776	,061	12,721	***	
MBP <--- USP	,675	,055	12,180	***	

Dari gambar uji validitas diatas dapat diperoleh hasil hipotesisnya sebagai berikut:

Tabel 4. 2 Hasil Hipotesis Khusus

Hipotesis	Deskripsi	Hasil
KIPa	Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap pemakaian	H ₀ Diterima H ₁ Ditolak (Non Signifikan)
KIPb	Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pemakai.	H ₀ Ditolak H ₁ Diterima (Signifikan)
KSPa	Kualitas sistem berpengaruh positif terhadap pemakaian.	H ₀ Diterima H ₁ Ditolak (Non Signifikan)
KSPb	Kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan pemakai.	H ₀ Diterima H ₁ Ditolak (Non Signifikan)
KUPa	Kepuasan pemakai berpengaruh positif terhadap pemakaian	H ₀ Ditolak H ₁ Diterima (Signifikan)
KUPb	Kepuasan pemakai berpengaruh positif terhadap Manfaat-manfaat bersih	H ₀ Diterima H ₁ Ditolak (Non signifikan)
USP	Pemakaian berpengaruh positif terhadap manfaat-manfaat bersih	H ₀ Ditolak H ₁ Diterima (signifikan)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Setelah melakukan serangkaian olah data SEM dengan AMOS maka didapatkan gangguan yang mengakibatkan pengolahan data dengan SEM tidak valid semua. Oleh karena itu penulis melakukan path analysis untuk mendapatkan hasil.

Berdasarkan pengujian-pengujian yang dilakukan dengan path analysis, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pemakai dengan nilai estimasi 0,509, nilai S.E 0,051, nilai C.R 9,996 dan probabilitasnya signifikan, lalu kepuasan pemakain berpengaruh terhadap pemakaian dengan nilai estimasi 0,776, nilai S.E 0,61 nilai C.R 12,721 dan probalitasnya signifikan, dan pemakaian berpengaruh terhadap manfaat-manfaat bersih dari web Tokopedia.com dengan nilai estimasi 0,675, nilai S.E 0,55, nilai C.R 12,180 dengan probabilitas yang signifikan.

5.2 Saran

Adapun saran dari penulis, penelitian ini dilakukan secara menyeluruh dari sisi konsumen maupun dari sisi penjual agar mendapatkan nilai dari SEM.

DAFTAR PUSTAKA

1. Delone, William H, McLean, Ephrain R, Measuring e-Commerce Success: Appying The Delone & McLean Information System Success Model. *Internasional Journal Of Electronic Commerce*. 2004, Vol. 9, No. 1, pp. 31-47
2. Delone, William H. 2002. Information System Success Revisited. *Proceading Of The 35th Hawaii International Conference On System Sciences*.
3. Ghozali, Imam. 2008. *Konsep & Aplikasi dengan program AMOS 16.0*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
4. Indrajani, Shelly. 2007. Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasiskan Web Pada PT. DairyFood Internusa. *Seminar Nasional dan Informatika 2007*; Bali.
5. Jogiyanto, HM. 2005. *Analisa & Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikai Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi
6. Jogiyanto , HM. 2007. *Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
7. Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan System Informasi*. Yogyakarta: Penerbit Andi
8. Molla, Alemayehu, Licker, Paul S. 2001. E-Commerce System Success: An Attempt To Extend And Respecify The Delone and McLean Model OF IS Succes. *Journal Of Electronic Commerce Research*, Vol. 2, No, 4, 2001.
9. Perez-Mira, Begona. 2010. *Dissertation Validity of Delone and McLean's Model Of Information System Success At The Web SITE Level Of Anaysis*.
10. Pujani, Vera, Besra, Eri. *Model Penggunaan Website E-Commerce di Indonesia: Analisa Kualitatif dan Kuantitatif*
11. Raymond McLead, Jr. 2008. *Management Information System Informasi Management*.
12. Rofiq, Ainur. 2007. *Pengaruh Dimensi Kercayaan (Trust) Terhadap Partisipasi Pelanggan E-Commerce (Studi Pada Pelanggan E-Commerce Di Indonesia)*. Tesis Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi. Malang.
13. Santoso, Singgih. 2015. *Structural Equation Modeling. Konsep dan Aplikasi dengan AMOS. Membuat dan menganalisis Model SEM Menggunakan Program AMOS 22*. Jakarta: Penerbit PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia

14. Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung: Penerbit Alfabet
15. Widodo, Prabowo Pudjo (2006), Langkah-langkah dalam SEM Pemodelan Persamaan Struktural, Jakarta.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Biodata Mahasiswa :

Nim : 14000964
Nama : Yuyun Yuningsih
Tempat dan Tanggal Lahir : Pajar Bulan, 05 Februari 1990
Alamat : Jl. Harapan Indah XVII No. 15 Rt. 012/ Rw. 012
Kel. Cipinang Melayu, Kec. Makasar, Jakarta timur 13620

Pendidikan :

1. SDN 4 Pajar Bulan Lampung Barat, lulus tahun 2001
2. SMPN 01 Way Tenong Lampung Barat, lulus tahun 2004
3. SMAN 01 Way Tenong Lampung Barat, lulus tahun 2007
4. AMIK BSI Jakarta, lulus tahun 2010
5. STMIK Nusa Mandiri, lulus tahun 2012

Riwayat Pengalaman Pekerjaan :

2. Instruktur AMIK BSI Jakarta 2011- sekarang

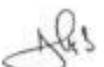
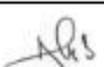
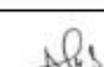
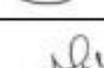
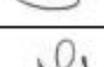
Jakarta, 05 Maret 2015

Yuyun Yuningsih

Lampiran 1 Lembar Konsultasi

	Lembar Konsultasi Bimbingan Tesis
	Pascasarjana Magister Ilmu Komputer NUSA MANDIRI

- NIM : 14000964
- Nama Lengkap : Yuyun Yuningsih
- Dosen Pembimbing : Dr. Windu Gata, M.Kom
- Judul Tesis : Pengukuran Kesuksesan Web Tokopedia.Com Dengan Metode DeLone dan McLean

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf dosen Pembimbing
1	06 November 2015	BAB I	
2	10 November 2015	BAB II	
3	13 November 2015	BAB III	
4	17 November 2015	BAB IV	
5	25 November 2015	BAB V	
6	28 November 2015	ACC KESELURUHAN	

Catatan :

Total bimbingan yang harus dilakukan adalah 6 (enam) kali pertemuan

- Dimulai pada tanggal : 06 November 2015
- Diakhiri pada tanggal : 28 November 2015
- Jumlah pertemuan bimbingan : 6 kali

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing



(Dr. Windu Gata, M.Kom)

Lampiran 2 Hasil Data Olah Quesioner

The image displays two screenshots of an Excel spreadsheet titled 'DATA.xls [Compatibility Mode] - Microsoft Excel'. The spreadsheet contains survey data organized into columns and rows. The columns are labeled as follows: A (AG191), B, C, D, E, F, I, J, K, L, M, N, O, P, Q, R, S, T, U, V, W, X, Y. The rows are numbered 1 through 43. The data points are numerical values ranging from 1 to 5. The columns are grouped into several categories: KI (KI1-KI4), KS (KS1-KS4), US (US1-US4), KP (KP1-KP4), KU (KU1-KU4), and MB (MB1-MB3). The top screenshot shows rows 1 to 22, and the bottom screenshot shows rows 23 to 43. The Excel interface includes the ribbon with tabs for File, Home, Insert, Page Layout, Formulas, Data, Review, and View. The status bar at the bottom of the second screenshot shows the date '06 Februari 2023' and the time '9:35'.

	A	B	C	D	E	F	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
1	KI1	KI2	KI3	KI4	KS1	KS2	KS3	KS4	US1	US2	US3	US4	KP1	KP2	KP3	KP4	KU1	KU2	KU3	KU4	MB1	MB2	MB3
2	4	4	1	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	3
4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3
5	3	1	1	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3
6	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3
7	3	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	2	4	4	2	2	3	2	2
8	4	3	3	2	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
9	2	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4
10	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3
11	3	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4
12	3	4	5	5	3	4	3	4	3	4	3	5	4	3	3	3	5	3	3	5	5	5	5
13	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	5	4	4	3	3	4	3	3	5	4	3	3
14	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	4	3	3	2	4	2	2	3	3	3	3
15	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	2	4	3	2
16	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	3
17	3	4	1	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3
18	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2
19	3	5	5	4	3	5	3	4	4	2	3	4	2	2	4	3	4	2	3	5	4	3	2
20	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2
21	1	2	1	1	2	3	4	4	3	2	3	1	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	1
22	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4
23	3	4	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3
24	4	4	3	3	4	2	4	4	2	4	3	3	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3
25	2	3	3	2	3	3	1	1	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	5	3	3
26	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
27	4	5	5	4	3	4	4	4	3	2	3	4	2	2	4	3	3	5	3	5	4	4	5
28	4	4	5	5	3	3	4	4	5	3	5	3	5	4	5	5	4	3	3	3	5	4	4
29	2	3	3	2	2	3	2	2	1	1	2	2	2	1	3	2	3	2	3	3	4	3	3
30	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	4	4	2	4	4	4	3	3
31	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
32	1	2	2	1	3	1	1	1	2	3	1	1	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	1
33	1	3	1	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4
34	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4
35	3	3	1	2	3	3	3	3	1	1	2	2	1	1	2	1	3	1	3	1	3	1	1
36	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3
37	3	5	4	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	4	3	5	3	4	3	3
38	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4
39	4	3	3	2	5	3	4	5	3	5	3	3	4	5	5	4	3	3	3	3	4	5	4
40	5	5	2	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	3	4	4	4
41	4	5	5	4	3	3	4	3	2	3	4	3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3
42	3	4	4	2	3	2	3	4	4	4	3	2	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4
43	2	4	4	3	2	3	2	1	3	2	2	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4

AG191

	A	B	C	D	E	F	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
1	K11	KI2	KI3	KI4	KS1	KS2	KS3	KS4	US1	US2	US3	US4	KP1	KP2	KP3	KP4	KU1	KU2	KU3	KU4	MB1	MB2	MB3
65	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	2	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3
66	4	3	2	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	4	5	4
67	4	1	1	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4
68	4	3	2	4	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	3	4	3
69	5	3	3	4	5	3	5	5	3	3	3	4	4	3	5	3	4	3	3	3	4	4	5
70	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	3	4	4	5	3	3	3	5	3	5
71	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4
72	5	3	3	4	5	3	5	3	4	3	3	5	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5
73	5	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	5	2	4	3	3	4	4	4	2
74	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	1	2	2	3	4	3	3	2	2	2	2	3	2
75	3	4	5	5	3	4	3	2	2	2	2	2	5	3	3	5	2	4	3	3	5	5	5
76	3	3	5	5	4	3	5	3	3	3	3	5	3	4	4	4	5	3	3	5	5	5	4
77	5	4	4	5	5	4	5	5	2	2	3	5	2	2	5	2	2	2	4	5	4	4	5
78	4	4	5	4	5	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5
79	5	3	3	4	5	4	5	5	3	2	3	4	3	3	5	2	4	3	3	3	5	4	5
80	5	4	3	5	4	4	5	5	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5
81	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	4	5
82	5	3	4	4	4	4	5	5	3	3	4	3	3	2	4	2	4	4	3	3	3	3	5
83	4	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	3	3	4	4
84	2	3	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3
85	3	4	5	5	4	3	3	3	3	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5

AG191

	A	B	C	D	E	F	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y
1	K11	KI2	KI3	KI4	KS1	KS2	KS3	KS4	US1	US2	US3	US4	KP1	KP2	KP3	KP4	KU1	KU2	KU3	KU4	MB1	MB2	MB3
44	3	3	3	2	2	3	3	2	4	2	2	1	4	4	4	4	3	4	2	3	3	2	3
45	1	2	1	5	3	3	1	1	3	3	1	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	2	1
46	2	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3
47	2	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3
48	3	3	2	5	5	4	4	5	4	5	3	5	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4
49	2	3	2	5	3	3	2	2	3	5	3	5	3	3	3	3	4	3	3	5	3	2	3
50	3	5	4	2	3	4	5	4	3	3	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
51	2	3	3	3	1	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	1	2	2	3	2
52	3	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5	3	3	4	3	5	3
53	4	2	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
54	3	4	5	4	5	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	5	4	3	3	3	5
55	2	3	3	5	2	3	2	3	3	2	2	5	3	3	3	2	4	3	3	5	2	4	3
56	2	1	2	2	1	2	2	2	3	1	2	1	2	2	2	1	3	2	1	2	3	2	2
57	1	2	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3
58	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5
59	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	3	2	2
60	5	2	3	2	5	3	5	5	3	5	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3
61	3	1	1	1	3	4	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	2
62	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
63	1	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3
64	5	3	4	5	4	3	5	5	3	4	5	5	3	3	3	3	4	3	3	5	4	5	5

Lampiran 3 Form Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN PENGUKURAN KESUKSESAN WEB TOKOPEDIA.COM DENGAN METODE DELONE DAN MCLEAN

A. Identitas Responden (lingkari jawaban pilihan)

1. Nama :(boleh tidak diisi)
2. Jenis kelamin :
 - a. Laki-laki b. Perempuan
3. Usia :
 - a. > 18 thn b. <= 18 thn
4. Lama Menggunakan Tokopedia :
 - a. > 3 thn b. <= 3 thn

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner:

1. Berilah tanda checklist pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai.
2. Setiap satu pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Isi jawaban berikut sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu dengan memberikan tanda check list pada kolom yang tersedia. Kuesioner ini menggunakan skala Likert dengan keterangan sebagai berikut: Skala 1 = Sangat Tidak Setuju, Skala 2 = Tidak Setuju, Skala 3 = Netral/Ragu-ragu, Skala 4 = Setuju, Skala 5 = Sangat Setuju.

KUESIONER PENELITIAN

1. Kualitas Informasi

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Web Tokopedia.com mempunyai prosedur pemesanan yang akurat					
2	Penyajian yang ada di Web Tokopedia selalu mengikuti perubahan pada jumlah toko dan barang yang dijual					
3	Tampilan yang ada di Web Tokopedia selalu mengikuti perubahan pada jumlah toko dan barang yang dijual.					
4	Langkah-langkah pemesanan pada web Tokopedia mudah dimengerti					

2. Kualitas Sistem

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Kecepatan akses setiap halaman web tokopedia tidak membutuhkan waktu yang lama					
2	Web tokopedia memberikan rasa aman setiap data yang saya berikan					

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
3	Adanya Tampilan pembacaan halaman pada web Tokopedia membantu dalam mengetahui urutan transaksi pemesanan					
4	Web Tokopedia mempunyai penyimpanan yang aman untuk data yang saya berikan					

3. Variabel Pemakalan

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Kecepatan akses setiap halaman web tokopedia tidak membutuhkan waktu yang lama					
2	Web tokopedia memberikan rasa aman setiap data yang saya berikan					
3	Adanya Tampilan pembacaan halaman pada web Tokopedia membantu dalam mengetahui urutan transaksi pemesanan					
4	Web Tokopedia mempunyai penyimpanan yang aman untuk data yang saya berikan					

4. Kepuasan Pemakai

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Saya akan melakukan pembelian kembali melalui web Tokopedia					
2	Menggunakan web Tokopedia membuat saya merasa senang					
3	Saya merasa puas dengan menggunakan web Tokopedia					
4	Saya akan mengajak teman lain untuk melakukan pembelian melalui web Tokopedia					

5. Manfaat-manfaat Bersih

No	Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	Review dan ulasan produk pada web tokopedia meningkatkan pertimbangan konsumen dalam memilih barang.					
2	Informasi toko-toko pada web tokopedia meningkatkan pengetahuan pelanggan					
3	Dengan adanya pencarian dan kategori mengurangi lama pencarian informasi					
4	Dengan adanya perbandingan antar toko-toko pada web tokopedia meningkatkan pengalaman pelanggan					