

PENGUKURAN MUTU WEB TERHADAP KEPUASAN BERTRANSAKSI  
BISNIS DENGAN ANALISA REGRESI SEDERHANA  
BAGI PENGGUNA MAHASISWA

Arhan Prasetyo  
Komputerisasi Akuntansi, AMIK BSI Bogor,  
Jl. Merdeka No.168 (0251)8353009, 16114 Indonesia  
[arhan.prasetyo@yahoo.co.id](mailto:arhan.prasetyo@yahoo.co.id)

ABSTRACT

Internet is an information technology is earning easily in information seeking. Internet made as without bound link, The information can be accessed every time without bound with infrastructure fulfilling in process of seeking of the information. e-Commerce ( Electronic Commerce), this time medium in enthusing by public. e-Commerce is a new breakthrough in information world, e-Commerce can give information to buyer in appearance and form which more drew, and can be accessed any time every when time without bound. e-Commerce ( Electronic Commerce), this time medium in enthusing by public. e-Commerce is a new breakthrough in information world, e-Commerce can give information to buyer in appearance and form which more drew, and can be accessed any time every when time without bound. Sodium Maulina ( 2009) e-Commerce is conceptioning has just which able to be described as goods sales process or service at Internet world wide web ( Shim, Qureshi, Siegel, 2000) or sales process or product transfer, service and information through information network is including internet ( Turban, Lee, king, Chung, 2000). This research aim to know how big influence quality of web to satisfaction transacts consumer business Students. Result of data analysis got result for variable Web quality ( X) with satisfaction transacts consumer business students ( Y) obtained correlation coefficient 0,710, thus inferential there is relationship which are positive and significant between Web quality ( X) with satisfaction transacts consumer business students ( Y). Linear regression model formed  $Y = 16,168 + 0,680, X$ .

Key words: Web Quality, Experience User, Regression.

I. PENDAHULUAN

Penggunaan internet di bidang bisnis misalnya seperti e-commerce, yang memungkinkan para pengguna internet dapat belanja secara online tanpa harus mendatangi toko tempat barang dijual. Selain itu, penggunaan internet banking juga memudahkan para nasabah perbankan untuk melakukan transaksi tanpa harus antri dan datang ke bank. Yang menarik dari penggunaan internet tersebut diatas adalah hasil dari survey yang dilakukan oleh telkom pada portal majalah SWA yang menyebutkan bahwa pria lebih dominan 70 % dalam menggunakan internet dibandingkan dengan wanita. Sementara pada statistik Friendster Indonesia, dari 900.000 anggota yang berasal dari indonesia 57 % diantaranya adalah wanita. Selain itu, berdasarkan analisa dan survei yang dilakukan oleh Pusat Pengkajian dan Penerapan Teknologi Informasi dan Elektronika (P3TIE) Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, TelkomNetInstan merupakan ISP yang paling banyak digunakan, yaitu sebesar 49,59%, kemudian CBN sebesar 20,25%, Centrin sebesar 8,26% dan terakhir

adalah IndosatNet sebesar 6,20%. Secara gender, di Indonesia diperkirakan pengguna internet pria adalah 75.86%, sedangkan wanita sebesar 24.14%. Sementara bila ditinjau dari jenjang pendidikan, maka tingkat Sarjana adalah pengguna terbanyak yaitu sebesar 43%, selanjutnya tingkat SLTA sebesar 41%. Berdasarkan profesi menunjukkan bahwa mahasiswa adalah yang paling banyak menggunakan internet yaitu sebesar 39%.

II. LATAR BELAKANG

Berdasarkan analisa dan survei yang dilakukan oleh Pusat Pengkajian dan Penerapan Teknologi Informasi dan Elektronika (P3TIE) Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi, TelkomNetInstan merupakan ISP yang paling banyak digunakan, yaitu sebesar 49,59%, kemudian CBN sebesar 20,25%, Centrin sebesar 8,26% dan terakhir adalah IndosatNet sebesar 6,20%. Secara gender, di Indonesia diperkirakan pengguna internet pria adalah 75.86%, sedangkan wanita sebesar 24.14%. Sementara bila ditinjau dari jenjang pendidikan,

maka tingkat Sarjana adalah pengguna terbanyak yaitu sebesar 43%, selanjutnya tingkat SLTA sebesar 41%. Berdasarkan profesi menunjukkan bahwa mahasiswa adalah yang paling banyak menggunakan internet yaitu sebesar 39%.

*e-Commerce (Electronic Commerce)*, sekarang ini sedang di minati oleh masyarakat. *e-Commerce* merupakan suatu terobosan baru dalam dunia informasi, *e-Commerce* dapat memberikan informasi kepada pembeli dalam tampilan dan bentuk yang lebih menarik, dan dapat diakses kapan saja setiap saat tanpa batas waktu. Dina Maulina (2009) *e-Commerce* merupakan konsep baru yang bisa digambarkan sebagai proses jual beli barang atau jasa pada *World Wide Web* internet (Shim, Qureshi, Siegel, 2000) atau proses jual beli atau pertukaran produk, jasa dan informasi melalui jaringan informasi termasuk internet (Turban, Lee, King, Chung, 2000).

Dalam penelitian ini peneliti ingin melakukan penelitian menganalisis kepuasan membeli produk buku bagi Mahasiswa dalam bertransaksi bisnis secara online.

### III. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini, yakni metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian ini merupakan metode penelitian asosiatif, menurut Sugiyono (2009:36) penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara 2 variabel atau lebih. Dalam metode ini mengkaji 2 variabel yaitu satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Adapun variabel bebas dalam riset ini, yaitu mutu sistem informasi dan variabel terikat, yaitu kepuasan pengguna mahasiswa.

Populasi dan sampel, Populasi untuk pengambilan data diambil dari pengguna Mahasiswa dengan jumlah sampel minimal 20 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa kuisioner atau angket yang sudah dirancang pertanyaannya di peruntukkan bagi Mahasiswa sebanyak 20 orang. kuisioner yang dikembalikan hanya 19, dan data sampel diambil dari masing-masing 4 kelas yang berbeda. Instrumen yang digunakan untuk mengukur mutu web dan kepuasan pengguna Mahasiswa dengan skala Likert.

Menurut Sugiyono (2009:93) dengan skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.

6. Kemudahan Transfer (*portability*). adalah Usaha yang diperlukan untuk mentransfer program antara konfigurasi web dan atau lingkungan web.

Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif, yang dapat berupa kata-kata antara lain:

- a. Sangat setuju (SS) Sangat Penting (SP), skornya = 5
- b. Setuju (ST) atau Penting (P), skornya = 4
- c. Netral (N) atau Cukup Penting (CP), skornya = 3
- d. Tidak setuju (TS) atau Kurang Penting (KP), skornya = 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) atau Tidak Penting (TP), skornya = 1

### IV. VARIABEL DAN PENGUKURAN

Variabel terikat pada penelitian ini adalah Kepuasan pengguna Mahasiswa. Secara operasional, variabel ini dapat diartikan sebagai derajat ketercapaian tujuan yang direncanakan dengan memelihara keseimbangan hubungan dengan lingkungan. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel ini adalah :

1. Keberadaan pelayanan (*availability of service*).
2. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*).
3. Ketepatan pelayanan (*timeliness of service*)
4. Profesionalisme pelayanan (*professionalism of service*)
5. Kepuasan keseluruhan terhadap jasa (*over all satisfaction with service*)
6. Kepuasan keseluruhan terhadap produk (*over all satisfaction with product*)

Variabel bebas adalah Mutu Web (X) yang merupakan skor yang diperoleh dari hasil pengukuran dengan menggunakan kuisioner, yang menggambarkan dukungan web (*software*) untuk menyelesaikan pekerjaan dengan prosedur-prosedur yang telah ditetapkan dan bersifat *user friendly*. Indikator yang dipergunakan untuk mengukur variabel ini adalah sebagai berikut :

1. Kebenaran (*corectness*).
2. Keandalan (*reability*).
3. Kegunaan (*useability*).
4. Pemeliharaan (*maintainability*).
5. Keterujian (*restability*).
7. Keterkaitan Sistem (*Interoperability*), adalah usaha yang diperlukan untuk meng-*"couple"* (mengaitkan ) satu sistem ke sistem lainnya.

8. Kemudahan komunikasi antar sistem (*intraoperability*), adalah usaha yang diperlukan untuk mengkomunikasikan antara komponen web.
9. Keluwesan (*flexibility*), adalah usaha yang diperlukan untuk mengubah program operasional
10. Kepuasan menyeluruh (*overall satisfaction*).

Pada tabel berikut ini dijelaskan mengenai kisi-kisi instrumen yang diperlukan untuk mengukur mutu web dan Kepuasan pengguna Mahasiswa.

**5. Deskripsi Data dan Analisa Data.**

Analisa Data, pengujian validitas instrument berupa uji validitas instrumen mutu web dan instrumen kepuasan pengguna

mahasiswa. Pengujian reabilitas instrumen terhadap dua variabel tersebut. Pengujian normalitas data dengan menggunakan chi kuadrat melakukan perhitungan nilai korelasi dan koefisien determinasi.

Pengukuran mutu web melibatkan sejumlah sampel yang akan memberikan data penilaian terhadap mutu web. Sampel terdiri dari Mahasiswa diperoleh dengan membagikan kuisioner atau angket kepada beberapa Mahasiswa secara langsung. Data mentah mengenai hasil kuisioner Mutu Web (X) dan Kepuasan Bertransaksi Bisnis Bagi Pengguna Mahasiswa (Y) terdiri dari rekapitulasi kuisioner dari 19 responden untuk mutu web dan 19 reponden untuk kepuasan bertransaksi bisnis bagi pengguna Mahasiswa. Contoh data kuisioner untuk mutu web dan kepuasan Pembeli dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1. Tabulasi Data Perspektif Responden Terhadap Mutu Web (X). (sumber olahan, 2010)

No. Resp.	SKOR UNTUK PERTANYAAN NOMOR																		SKOR TOTAL		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18			
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
2	4	4	4	3	3	2	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	3	3	60
3	4	4	2	6	3	4	4	1	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	68
4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	2	4	2	3	3	2	2	3	2	2	57
5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	3	2	3	3	71
6	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	62
7	4	4	2	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
8	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	71
9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71
10																					0
11	4	4	4	4	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	68
12	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	60
13	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	72
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	70
15	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	0	4	4	4	4	78
16	4	4	3	2	4	3	4	2	3	5	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	60
17	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	2	2	2	2	2	58
18	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	63
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
20	3	4	4	5	4	4	4	3	4	2	4	3	2	3	2	3	2	3	2	4	60

Tabel 2. Tabulasi Data Perspektif Responden Terhadap Kepuasan Pembeli (Y). (sumber olahan, 2010)

No	Variabel Penelitian	Dimensi (Indikator)	Nomor Item
1	Mutu Web (X)	1. Kebenaran ( <i>correctness</i> )	1 dan 2
		2. Keandalan ( <i>reability</i> )	3 dan 4
		3. Kegunaan ( <i>useability</i> )	5 dan 6
		4. Pemeliharaan ( <i>maintainability</i> )	7 dan 8
		5. Keterujian ( <i>restability</i> )	9 dan 10
		6. Kemudahan transfer ( <i>portability</i> )	11 dan 12
		7. Keterkaitan sistem ( <i>interoperability</i> )	13 dan 14
		8. Kemudahan komunikasi antar sistem ( <i>intraoperability</i> )	15 dan 16
		9. Keluwesan ( <i>flexibility</i> )	17 dan 18
		10. Kepuasan menyeluruh ( <i>overall satisfaction</i> )	19 dan 20
2	Tingkat Kepuasan Pengguna Mahasiswa (Y)	1. Keberadaan pelayanan ( <i>availability of service</i> )	1, 2 dan 3
		2. Ketanggapan pelayanan ( <i>responsiveness of service</i> )	4, 5 dan 6
		3. Ketepatan pelayanan ( <i>time liness of service</i> )	7, 8 dan 9
		4. Profesionalisme pelayanan ( <i>professionalism of support</i> )	10, 11 dan 12
		5. Kepuasan keseluruhan dengan jasa ( <i>overall satisfaction with service</i> )	13, 14 dan 15
		6. Kepuasan keseluruhan dengan produk ( <i>overall satisfaction with product</i> )	16, 17 dan 18

**a. Pengujian Validitas**

Berdasarkan data yang terkumpul dari 19 responden, maka terdapat 19 koefisien korelasi

sesuai dengan jurnal butir pertanyaan yang diuji. Hasil analisis item untuk instrumen penelitian disajikan dalam tabel.

Tabel 3. Nilai Koefisien Korelasi Setiap Butir Pertanyaan Untuk Data Mutu Web (X).

Nomor Butir Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	0,618	Valid
2	0,545	Valid
3	0,450	Valid
4	0,546	Valid
5	0,440	Valid
6	0,668	Valid
7	0,662	Valid
8	0,509	Valid
9	0,682	Valid
10	0,377	Valid
11	0,820	Valid
12	0,627	Valid
13	0,729	Valid
14	0,622	Valid
15	0,728	Valid
16	0,344	Valid
17	0,588	Valid
18	0,723	Valid

Tabel 4. Nilai Koefisien Korelasi Setiap butir Pertanyaan Untuk Data Kepuasan Pembeli (Y).

Nomor Butir Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	0,601	Valid
2	0,716	Valid
3	0,530	Valid
4	0,669	Valid
5	0,527	Valid
6	0,561	Valid
7	0,595	Valid
8	0,622	Valid
9	0,573	Valid
10	0,416	Valid
11	0,603	Valid
12	0,450	Valid
13	0,684	Valid
14	0,317	Valid
15	0,265	Tidak Valid
16	0,722	Valid
17	0,545	Valid
18	0,505	Valid
19	0,732	Valid
20	0,443	Valid

Dari nilai koefisien korelasi setiap butir pernyataan kedua instrumen ada satu butir pernyataan dari instrument mutu web yang tidak valid karena diperoleh nilai r kurang dari 0,3, maka dapat dinyatakan instrumen belum dapat digunakan untuk melakukan penilaian.

korelasinya Selanjutnya koefisien korelasi tersebut dimasukkan ke rumus *Spearman Brown* sebagai berikut :

$$r_j = \frac{2 \cdot r_b}{1 + r_b} \dots\dots\dots(1)$$

**b. Pengujian Reliabilitas Instrumen**

Pengujian reabilitas masing-masing instrumen penelitian dilakukan dengan bantuan *SPSS 11.5*. Pengujian reabilitas instrumen penelitian untuk kedua dimensi variabel dilakukan dengan secara empiris (internal consistency) yaitu dengan cara melihat konsistensi dan keakuratan data dengan *Split Half Spearman Brown*. Butir instrumen dibelah menjadi dua kelompok yaitu kelompok instrumen ganjil dan genap. Setelah disusun tersendiri maka dihitung skor total, diperoleh dua kelompok skor total ganjil dan genap. Kemudian dua kelompok tersebut dicari

Pengujian reabilitas untuk kedua instrumen dapat dilihat hasilnya pada table 4 dan 5. Nilai koefisien korelasi untuk skor ganjil dan genap untuk kedua instrumen menunjukkan nilai sebesar 0,933 untuk variabel mutu web, untuk variabel kepuasan bertransaksi sebesar 0,865 . Perhitungan dengan rumus 1 menghasilkan nilai korelasi 0,965 untuk mutu web, 0,927 untuk kepuasan bertransaksi. Hal ini dapat menyatakan bahwa kedua instrumen realibel untuk digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 5. Nilai Korelasi Total Skor dan genap data Mutu Web dgn SPSS 11.5

		TOTALGJL	TOTALGNP
TOTALGJL	Pearson	1	.933(**)
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	19	19
TOTALGNP	Pearson	.933(**)	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	19	19

Tabel .6. Nilai Korelasi Total Skor ganjil dan genap data Kepuasan Pembeli dgn SPSS 11.5

		TOTALGJL	TOTALGNP
TOTALGJL	Pearson	1	.885(**)
	Correlation		
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	19	19
TOTALGNP	Pearson	.885(**)	1
	Correlation		
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	19	19

**Correlations**

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**c. Perhitungan Nilai Korelasi dan Koefisien Determinasi**

Data kedua variabel dikorelasikan dengan menggunakan Korelasi Pearson Moment (Korelasi Product Moment). Hasil pengolahan data menggunakan software SPSS 11.5 for Windows dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

		MUTUWEB	KEPUASAN
MUTUWEB	Pearson	1	.710(**)
	Correlation		
	Sig. (1-tailed)		.000
	N	19	19
KEPUASAN	Pearson	.710(**)	1
	Correlation		
	Sig. (1-tailed)	.000	
	N	19	19

Gambar 1. Nilai Koefisien Korelasi Variabel Mutu Web dengan Kepuasan Bertransaksi Bisnis .

Dari hasil perhitungan tersebut diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,710 kemudian nilai r hitung ini dibandingkan dengan r tabel

dengan banyaknya data (n) 19 dengan mengambil taraf signifikansi sebesar 5%, maka diperoleh nilai rtabel = 0.456. Dari hasil perhitungan dan perbandingan dengan tabel r menunjukkan nilai rhitung > rtabel, yaitu 0,710 > 0,456. Jadi dapat dinyatakan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara mutu web dengan kepuasan bertransaksi bisnis bagi Mahasiswa atau mutu web mempengaruhi secara signifikan kepuasan bertransaksi bisnis bagi mahasiswa.

Pengaruh mutu web terhadap kepuasan bertransaksi bisnis bagi mahasiswa dapat diketahui melalui koefisien determinasi  $r^2 = (0,710)^2 = 0,5041$ . Jadi varian yang terjadi pada kepuasan bertransaksi bisnis bagi Mahasiswa 50,41 % dapat dijelaskan melalui varians yang terjadi pada variabel mutu web, sedangkan 49,59 % sisanya dikarenakan faktor lain.

**V. HASIL PENELITIAN**

**a. Model Regresi Linier Mutu Web Terhadap Kepuasan Bertransaksi Pengguna Mahasiswa**

Analisa regresi sederhana dilakukan terhadap dua variabe X dan Y untuk mendapatkan nilai a dan b dilakukan pengolahan data dengan SPSS maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	16.168	12.607		1.282	.217
	MUTUWE	.680	.104	.710	4.152	.001

Gambar 2. Nilai koefisien regresi Kompetensi Mutu Web dengan Kepuasan Bertransaksi Bisnis .

Dari data di atas diperoleh nilai a = 16,168 dan nilai b = 0,689, sehingga perkiraan model regresi linier sederhana yang terbentuk adalah:

$$\hat{Y} = 16,168 + 0,689, X$$

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis secara statistik terhadap perkiraan model regresi linier sederhana yang diperoleh. Hipotesis yang dipergunakan dalam menganalisa analisa regresi adalah sebagai berikut :

1. Uji Nyata Tidaknya Model Regresi

Hipotesa:  $H_0 : b_1 = 0$

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	688,979	1	688,979	17,236	,001(a)
	Residual	679,547	17	39,973		
	Total	1368,526	18			

Gambar 3. Anova Mutu Web dan Kepuasan Bertransaksi Bisnis Pengguna Mahasiswa

Dari data di atas nilai Fhitung = 17,236 dengan mengambil taraf signifikansi sebesar 1 % maka dari tabel distribusi F diperoleh nilai F tabel untuk  $F_{0,01, 1, 17} = 0,840$ . Terlihat bahwa  $17,236 > 0,840$  maka  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat dinyatakan bahwa "Mutu Web dan Kepuasan Bertransaksi Bisnis Pengguna Mahasiswa mempunyai hubungan berupa garis linier."

2. Uji Keberartian Koefisien Regresi

Uji nyata keberartian koefisien yang diperoleh dilakukan terhadap koefisien kedua dengan menggunakan statistik t sebagai pengujiannya. Pengujian dapat dilakukan sebagai berikut:

a. Koefisien Pertama (konstanta)

Hipotesa :

- $H_0$  : Koefisien regresi tidak signifikan
- $H_1$  : Koefisien regresi signifikan

Kriteria uji yaitu Tolak  $H_0$ , jika  $t_{hitung} > t_{/2; n-2}$ .

Dari perhitungan diperoleh nilai t hitung 1,282 dengan taraf signifikansi 1 % maka nilai t tabel adalah  $t_{0,01; 17} = 2,89$ . Maka nilai  $1,282 < 2,89$  maka  $H_0$  dapat ditolak atau dengan kata lain konstanta berpengaruh terhadap model regresi.

$H_1 : b_1 = 0$

Atau dapat dinyatakan sebagai:

$H_0$  : Kompetensi Mutu Web dan Kepuasan Bertransaksi Bisnis tidak mempunyai hubungan

berupa garis linier.

$H_1$  : Kompetensi Mutu Web dan Kepuasan Bertransaksi

Bisnis mempunyai hubungan berupa garis linier.

Kriteria uji yaitu Tolak  $H_0$ , jika  $F_{hitung} > F_{/2, n-2}$

Nilai Fhitung diperoleh dari hasil pengolahan SPSS sebagai berikut:

b. Koefisien Kedua

Hipotesa :

- $H_0$  : Koefisien regresi tidak signifikan
- $H_1$  : Koefisien regresi signifikan

Kriteria uji yaitu Tolak  $H_0$ , jika  $t_{hitung} > t_{/2; n-2}$ .

Dari gambar 2 diperoleh nilai t hitung 4,152, dengan taraf signifikansi 1 % maka nilai t tabel adalah  $t_{0,01; 17} = 2,89$ . Maka nilai  $4,152 > 2,89$  maka  $H_0$  dapat ditolak atau dengan kata lain "Mutu web berpengaruh terhadap Kepuasan Bertransaksi Bisnis Pengguna Mahasiswa.

VI. Kesimpulan

Beberapa hal yang dapat disimpulkan :

Proses analisa data dan metode yang digunakan dapat dipakai untuk mengetahui seberapa besar pengaruh mutu web terhadap kepuasan bertransaksi bisnis pengguna Mahasiswa dan untuk mengetahui tingkat kesesuaian yang menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan bertransaksi bisnis pengguna Mahasiswa.

Sebaiknya untuk lebih mendapatkan informasi perlu dilakukan penambahan jumlah sampel sehingga dapat diperoleh informasi tambahan yang dapat mendukung hasil penelitian ini. Mengingat bahwa banyak faktor atau variabel lain yang berpengaruh terhadap

kepuasan bertransaksi bisnis bagi pengguna Mahasiswa, hendaknya penelitian ini dapat melibatkan variabel-variabel lainnya.

**Daftar Pustaka**

- Anonamus, (2000), Model Penelitian Dan Pengolahannya Dengan SPSS 10.01, Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Maulina, Dina, 2009, E-Commerce Sebagai Pendukung Pemasaran Perusahaan, jurnal manajerial 2009.
- Nan Hu, Bin Chen, Jialie Shen, Ling Liu, 2008, How to Influence My Customers? The Impact of Electronic Market Design, Poster Paper.
- Parasuraman, A, Zeithaml, V.A and Berry,1985, "A Conceptual Model of Service Quality and is Implications for Future Research", Journal of Marketing (fall): 40-51.
- Parasuraman, A, Zeithaml, V.A and Berry, 1988, "SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", Journal of Retailing 64: 12- 40.
- Riana, Dwiza, (2004). Pengaruh Mutu Perangkat Lunak Sistem Informasi Pembayaran Biaya Kuliah Dan Kompetensi Teknis Karyawan Terhadap Kepuasan Mahasiswa Pada AKOM BSI, Jakarta: Tesis.
- Sugiyono, (2009), Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, Bandung: Alfabeta Bandung.