

KESEDERHANAAN DAN KONSISTENSI SERTA PENGARUHNYA TERHADAP KEGUNAAN PORTAL WEB MOBILE

Dwi Agus Diartono¹, Yohanes Suhari², Eko Nurwahyudi³, Teguh Khristianto⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Stikubank
e-mail: ¹dwieagus@gmail.com, ²ysuhari@gmail.com, ³ekowahyudi157@gmail.com,
⁴teguhkhristianto@yahoo.co.id

Abstrak

Perangkat mobile paling banyak digunakan oleh masyarakat untuk mengakses informasi. Keterbatasan perangkat mobile adalah ukuran layar yang relatif kecil. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kesederhanaan dan konsistensi terhadap kegunaan portal web mobile serta implikasinya terhadap kepuasan konsumen.

Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan layanan web mobile untuk mengakses toko online. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner yang diberikan langsung kepada responden. Penelitian ini menggunakan analisis path. Pengaruh antar variabel diuji dengan menggunakan uji t.

Hasil penelitian adalah : (1) Kesederhanaan fitur web mobile tidak berpengaruh terhadap Kegunaan, sedangkan Konsistensi layanan antara web mobile dan web pada perangkat desktop/laptop berpengaruh positif terhadap Kegunaan; (2) Kesederhanaan fitur web mobile, Konsistensi layanan antara web mobile dan web pada perangkat desktop/laptop, dan Kegunaan web mobile berpengaruh positif terhadap kredibilitas layanan web mobile; (3) Kegunaan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengguna sedangkan kredibilitas layanan web mobile berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Kata Kunci: Kesederhanaan, Konsistensi, Kegunaan, Kredibilitas, Kepuasan

1. PENDAHULUAN

Internet menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat di Indonesia. Pengguna internet di Indonesia sudah banyak. Berdasarkan data dari Internet World Stats per tanggal 30 Juni 2017, banyaknya pengguna internet sebanyak 132700000 dari jumlah penduduk sebesar 263510146, yang berarti jumlah pengguna internet 50,4% dari jumlah penduduk.

Berdasarkan data dari Asosiasi Jasa Pengguna Internet Indonesia (APJII) hasil survey tahun 2016, tempat paling sering dipakai untuk mengakses internet adalah tidak tetap / dimana saja, yaitu sebanyak 69.9%. Sedangkan perangkat yang digunakan untuk akses internet adalah: untuk mobile saja 47,6%; untuk komputer saja 1,7 %; dan yang menggunakan keduanya 50,7%.

Keterbatasan akses internet melalui perangkat mobile adalah keterbatasan luas layar. Layar yang terbatas ukurannya menjadi pertimbangan penting ketika mendesain tampilan dalam perangkat mobile. Keterbatasan ukuran layar menjadi hal penting untuk dipertimbangkan bagaimana mendesain tampilan yang efektif. Ukuran layar yang terbatas tidak memungkinkan untuk menampilkan banyak informasi dalam satu halaman layar. Keterbatasan ini tidak memungkinkan membuat tampilan seperti tampilan dalam desktop sehingga perlu penyederhanaan dalam tampilan. Idealnya penyederhanaan tampilan dalam mobile tidak menghilangkan informasi seperti yang ditampilkan dalam format desktop.

Zhang dan Adipat (2005) menyoroti sejumlah isu yang telah diperkenalkan oleh kemunculan perangkat mobile:

- 1) Konteks Mobile: Saat menggunakan aplikasi mobile pengguna tidak terikat pada satu lokasi.
- 2) Konektivitas: Konektivitas seringkali lambat dan tidak dapat diandalkan.
- 3) Ukuran Layar Kecil: Untuk memudahkan portabilitas, perangkat mobile memiliki ukuran layar yang sangat terbatas dan sehingga jumlah informasi yang bisa ditampilkan terbatas.
- 4) Resolusi Tampilan Berbeda: Resolusi perangkat mobile lebih kecil dari desktop komputer yang mampu menghasilkan gambar dengan kualitas lebih rendah.

- 5) Kemampuan dan Daya Tahan Terbatas: Perangkat mobile sering kali memiliki keterbatasan kemampuan pengolahan dan keterbatasan sumber daya baterai.
- 6) Metode Entri Data: Metode input data untuk perangkat seluler berbeda dengan perangkat komputer desktop.

Kesederhanaan dalam tampilan dan konsistensi informasi (antara format desktop dan mobile) menjadi penting untuk dikaji lebih lanjut. Pada penelitian ini mau mengkaji lebih jauh kesederhanaan tampilan web konsistensi informasi dalam web mobile serta pengaruhnya terhadap kegunaan (mudah digunakan dan mudah dipelajari) serta implikasinya terhadap kepuasan. Tujuan penelitian ini adalah: (1) menguji dan menganalisis pengaruh kesederhanaan dan konsistensi terhadap kegunaan; (2) pengaruh kesederhanaan, konsistensi, dan kegunaan terhadap kredibilitas; dan (3) pengaruh kegunaan dan kredibilitas terhadap kepuasan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

a. Pengaruh Kesederhanaan Terhadap Kegunaan

Lee et al. (2011) menjelaskan bahwa kesederhanaan sebagai faktor penting yang mempengaruhi kegunaan. Chae dan Kim (2004) mencatat bahwa ukuran layar perangkat ponsel yang kecil secara negatif mempengaruhi persepsi pengguna terhadap efektivitas posisi, sehingga kesederhanaan desain situs harus dipertimbangkan. Kesederhanaan diharapkan bisa memberi pengaruh positif pada persepsi kemudahan penggunaan, yang merupakan salah satu yang konstruk kegunaan. Dianne et al. (2006) menjelaskan bahwa kepatuhan untuk merancang kesederhanaan situs web mobile akan berpengaruh secara positif terhadap kegunaan yang dirasakan.

Berdasarkan uraian di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kesederhanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan

b. Pengaruh Konsistensi Terhadap Kegunaan

Koohang dan Ondracek (2005) menyarankan dua belas faktor individu yang mempengaruhi kegunaan yaitu: Kesederhanaan, Kenyamanan, Keramahan pengguna, Kontrol, Keterbacaan, Kecukupan Informasi, Navigasi, *Recognition*, *Access time*, Relevansi, Konsistensi, dan Presentasi Visual. Carstens dan Patterson (2005) mengutip studi Nielsen dan Shneiderman dan Plaisant untuk menjelaskan konsistensi sebagai salah satu kegunaan heuristik mempengaruhi atribut kegunaan yang dirasakan. Ketola et al. (2000) menjelaskan konsistensi internal dan eksternal harus dipertimbangkan untuk menyediakan antarmuka yang dapat berfungsi dan dapat dipakai saat layanan mobile digunakan.

Berdasarkan uraian di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H2: Konsistensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan

c. Pengaruh Kesederhanaan terhadap Terhadap Kredibilitas

Kredibilitas antarmuka didasarkan pada persepsi pengguna dari pemeriksaan yang sederhana. Beberapa penelitian menggambarkan efek dari desain antarmuka pada kredibilitas, seperti pengaruh fitur desain antarmuka dan tata letak pada kepercayaan. Misalnya, kredibilitas bisa dipengaruhi oleh kesan pengguna pada desain visual sebuah situs web yang sederhana (Fog dan Tseng, 1999).

Berdasarkan uraian di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kesederhanaan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kredibilitas

d. Pengaruh Konsistensi terhadap Terhadap Kredibilitas

Kredibilitas dapat diharapkan bila seseorang dapat menggunakan secara konkret tindakan masa lalu untuk memprediksi perilaku masa depan (Herbig dan Milewicz, 1995). Dalam hal ini, reaksi yang konsisten dan dapat diprediksi oleh sebuah situs dapat mempromosikan pengguna untuk melihat situs sebagai yang kredibel. Wathern dan Burkell (2002) mengemukakan bahwa kredibilitas pesan bisa jadi berasal dari interaksi karakteristik sumber, pesan karakteristik yang meliputi masuk akal, konsistensi, dan kualitas, dan karakteristik penerima. Clark dan Montgomery (1998) menyarankan agar konsistensi tinggi akan mengarah pada Kredibilitas yang lebih tinggi sementara konsistensi rendah akan menyebabkan penurunan kredibilitas.

Berdasarkan uraian di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H4: Konsistensi berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kredibilitas

e. Pengaruh Kegunaan terhadap Terhadap Kredibilitas

Berdasarkan penelitian Roy et al. (2001) menjelaskan bahwa kegunaan situs yang dirasakan memiliki berdampak positif pada kepercayaan yang dirasakan. Fogg et al. (2000) jelaskan bahwa meningkatkan kegunaan situs web mungkin terkait dengan kredibilitas yang dirasakan di situs.

Berdasarkan uraian di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H5: Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kredibilitas

f. Pengaruh Kegunaan terhadap Kepuasan Pengguna

Kegunaan dijelaskan dalam beragam studi akademis sebagai mempengaruhi kepuasan pengguna secara signifikan. Casalo at al. (2008) menjelaskan bahwa kepuasan dipengaruhi oleh kegunaan yang dirasakan.

Berdasarkan uraian di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H6: Kegunaan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna

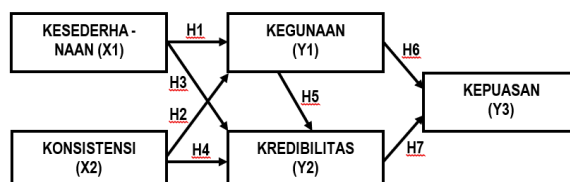
g. Pengaruh Kredibilitas terhadap Kepuasan Pengguna

Wright (2000) secara empiris membuktikan adanya hal yang signifikan hubungan antara persepsi kredibilitas sumber, kesamaan, dan kepuasan jaringan dalam dukungan online kelompok. Selnes dan Gronhaug (2000) menjelaskan ada hubungan yang signifikan antara kehandalan dan kepuasan. Keandalan dan kredibilitas didefinisikan memiliki arti yang sama dengan " kepercayaan " dalam studi Golbeck et al. (2003). Anderson dan Narus (1990) menjelaskan kepercayaan itu bisa menjadi anteseden terhadap kepuasan.

Berdasarkan uraian di atas, diajukan hipotesis sebagai berikut:

H7: Kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna

Berdasarkan teori dan hipotesis tersebut di atas, disusun kerangka empiris penelitian sebagai berikut :



Gambar 1 : Kerangka empiris penelitian

Persamaan matematiknya adalah sebagai berikut

$$Y1 = A0 + A1X1 + A2X2$$

$$Y2 = B0 + B1X1 + B2X2 + B3Y1$$

$$Y3 = C0 + C1Y1 + C2Y2$$

3. METODE PENELITIAN

a. Rancangan Penelitian

Pada penelitian ini dilakukan penilaian perilaku konsumen dalam mengakses situs google melalui perangkat mobile. Variabel yang diteliti adalah Kesederhanaan, Konsistensi, Kegunaan, Kredibilitas, dan Kepuasan. Variabel Kesederhanaan dan Konsistensi berperan sebagai variabel independen. Kesederhanaan terdiri dari : reduksi, organisasi, integrasi, dan prioritas. Konsistensi dimaksudkan sebagai konsistensi *user interface* antara layanan web mobile dengan layanan web server. Sebagai variabel dependen adalah Kegunaan, Kredibilitas, dan Kepuasan. Analisis dalam penelitian ini dengan analisis analisis path. Alat pengolah data yang digunakan sebagai alat bantu untuk mengolah data adalah SPSS.

b. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

Penelitian ini mengambil populasi mahasiswa Universitas Stikubank. Responden ditentukan dengan cara dicari di kampus dengan memberi kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*. *Accidental sampling* artinya bahwa yang dijadikan reponden dalam penelitian adalah mahasiswa Unisbank yang sedang mengikuti kuliah.

Ukuran sampel ditentukan oleh banyak faktor. Data semakin homogen, ukuran sampel relatif semakin kecil. Fraenkel & Wallen (1993) menyarankan ukuran sampel untuk penelitian deskriptif minimum 100.

c. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif. Responden memilih jawaban yang disediakan dalam bentuk skala bertingkat. Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Sumber data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden yaitu dengan memberi kuesioner kepada responden.

d. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini instrumen yang digunakan untuk pengambilan data adalah kuesioner. Kuesioner digunakan untuk menggali data kesederhanaan, konsistensi, kegunaan, kredibilitas, dan kepuasan konsumen. Sebelum kuesioner dipakai untuk mencari data, perlu diuji lebih dahulu validitas dan reliabilitasnya.

Uji validitas konvergen dan reliabilitas konstruk digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas dari *factor loading* (dimensi konstruk) dengan variabel laten (konstruk). Tidak semua *factor loading* (variabel terobservasi) diukur secara langsung dengan satu item, namun ada yang menggunakan beberapa item kuesioner. Untuk variabel terobservasi yang tidak diukur secara langsung tetapi dihitung dari beberapa item kuesioner, maka perlu diuji lebih dahulu uji validitas dan reliabilitasnya menggunakan korelasi *Product Moment Pearson* dan *Alpha Cronbach*.

Korelasi *Product Moment Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{(n\sum X^2) - (\sum X)^2\}\{(n\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

- r_{xy} = koefisien korelasi antara item dengan total item
- n = jumlah sampel (responden)
- X = skor item
- Y = skor total item (Bilson Simamora, 2002)

Suatu item dari daftar pertanyaan yang diajukan dinyatakan valid apabila korelasinya positif dan signifikan, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ pada $\alpha = 0,05$.

Item yang non signifikan dikeluarkan dan setelah semua item signifikan dilakukan uji reliabilitas dengan membandingkan juga koefisien alpha terhadap r_{tabel} *product moment Pearson* pada $\alpha = 0,05$.

Alpha Cronbach dengan rumus sebagai berikut (Azwar, 1986).

$$\alpha = \frac{2[S_x^2 - (S_{y1}^2 + S_{y2}^2)]}{S_x^2}$$

- S_{y1}^2 = Varians total skor item genap pada belahan 1
- S_{y2}^2 = Varians total skor item ganjil pada belahan 2
- S_x^2 = Varians total skor seluruh item (total item = total skor item genap + total skor item ganjil)
- α = Koefisien reliabilitas alpha

Menurut Santoso (2000:280) bahwa: jika r_{alpha} positif dan $r_{alpha} \geq r_{tabel \alpha = 0,05}$, maka butir atau variabel tersebut reliabel. Jika r_{alpha} positif dan $r_{alpha} < r_{tabel \alpha = 0,05}$, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

e. Teknik Analisis Data

Berdasarkan tujuan penelitian, kerangka konseptual penelitian dan hipotesis maka analisis yang digunakan adalah *path analysis* (yang didalamnya termasuk analisis regresi berganda). Analisis regresi digunakan untuk menguji : (1) Pengaruh kesederhanaan dan konsistensi web mobile terhadap kegunaan, (2) Pengaruh kesederhanaan, konsistensi, dan kegunaan web mobile terhadap kredibilitas, dan (3) Pengaruh kegunaan dan kredibilitas web mobile terhadap kepuasan konsumen.

f. Uji Asumsi Klasik / Uji Hetersoskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Uji Heterokedastisitas dengan Uji Glejser.

g. Uji Normalitas Data

Uji kenormalan data diperlukan untuk mengetahui apakah sebaran data berdistribusi normal. Uji kenormalan data menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Data berdistribusi normal apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

h. Uji Kecocokan Model (Uji F dan R²)

Uji kecocokan model dilakukan dengan uji F. Uji signifikansi yang digunakan untuk menentukan hubungan anatar variabel tak bebas dengan variabel bebas menggunakan formulasi hipotesis sebagai berikut:

$$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$$

$$H_1 : \beta_j \neq 0 \text{ untuk paling sedikit satu } j$$

statistik uji yang digunakan adalah Uji F dengan rumus perhitungannya adalah;

$$F = \frac{\text{Mean Square of Regresion}}{\text{Mean Square of Error}} = \frac{MSR}{MSE}$$

Model diterima / cocok apabila F hitung > F tabel atau nilai alpha \leq 0,05.

Untuk melihat berapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat dari nilai adjusted R square. Semakin besar nilai adjusted R square menunjukkan seberapa besar variabel dependen dijelaskan oleh variabel independen.

i. Uji Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian, kerangka konseptual penelitian dan hipotesis maka analisis yang diperlukan meliputi analisis regresi. Analisis regresi digunakan untuk melihat pengaruh variabel yang satu terhadap variabel yang lain. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji t.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Deskripsi Responden

Penelitian ini mengambil sampel mahasiswa Unisbank. Banyaknya responden dalam penelitian ini adalah 110 mahasiswa dari dari berbagai angkatan dan berbagai program studi. Banyaknya data yang dapat digunakan sebanyak 98, sedangkan sisanya tidak dapat digunakan karena isian kuesioner yang tidak lengkap.

Dari data responden diperoleh diskripsi variabel sebagai berikut :

- 1) Rata-rata responden cenderung merasakan bahwa kesederhanaan tampilan pada web mobile memudahkan dalam penggunaannya, khususnya ketika mencari informasi.
- 2) Rata-rata responden merasa cukup konsisten antara layanan lewat web mobile dibandingkan dengan tampilan lewat desktop/laptop.
- 3) Responden merasakan bahwa layanan / interface pada web mobile mudah digunakan, mudah dimengerti, dan menarik.

4) Layanan web mobile memiliki interface yang andal, tampak profesional serta menumbuhkan kepercayaan, memberikan hasil pencarian yang baik. Rata-rata responden cenderung merasa puas ketika mencari informasi produk pada toko online dengan perangkat mobile.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Setelah dilakukan uji validitas instrumen terdapat beberapa item pada variabel kesederhanaan yang tidak valid. beberapa item yang tidak valid tersebut kemudian dikeluarkan. Semua item yang valid kemudian diuji reliabilitasnya. Seteleh diuji semuanya menunjukkan reliabel.

c. Uji Heteroskedastisitas, Normalitas Data, dan Kecocokan Model

Hasil pengujian dari tiga persamaan persamaan matematika (regresi berganda) menunjukkan bahwa masing-masing persamaan regresi tidak terjadi problem hetero. Masing-masing menunjukkan data yang tersebar secara norma. Semua model (dari 3 persamaan regresi berganda), masing masing setelah diuji F, menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05.

d. Analisis Regresi

Berdasarkan hasil uji regresi linear untuk masing-masing persamaan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Uji Regresi Linear Persamaan 1 Pengaruh Kesederhanaan dan Konsistensi Terhadap Kegunaan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.049E-16	.094		.000	1.000
KESEDERHANAAN	.120	.096	.120	1.248	.215
KONSISTENSI	.350	.096	.350	3.638	.000

a. Dependent Variable: KEGUNAAN

Tabel 2. Uji Regresi Linear Persamaan 2 Pengaruh Kesederhanaan, Konsistensi, dan Kegunaan Terhadap Kredibilitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.886E-17	.085		.000	1.000
KESEDERHANAAN	.187	.088	.187	2.122	.036
KONSISTENSI	.205	.093	.205	2.201	.030
KEGUNAAN	.370	.093	.370	3.971	.000

a. Dependent Variable: KREDIBILITAS

Tabel 3. Uji Regresi Linear Persamaan 3 Pengaruh Kegunaan dan Kredibilitas Terhadap Kepuasan

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.888E-17	.086		.000	1.000
KEGUNAAN	-.011	.098	-.011	-.108	.914
KREDIBILITAS	.545	.098	.545	5.529	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN

Berdasarkan Tabel 1 persamaan regresi linear-nya adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = 0,120X_1 + 350X_2 + e$$

Y₁ : Kegunaan

X₁ : Kederhanaan
 X₂ : Konsistensi

Berdasarkan Tabel 2 persamaan regresi linear-nya adalah sebagai berikut :

$$Y_2 = 0,187X_1 + 0,205X_2 + 0,370Y_1 + e$$

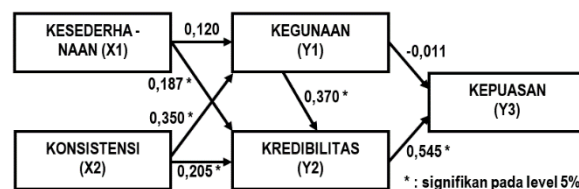
Y₂ : Kredibilitas
 X₁ : Kederhanaan
 X₂ : Konsistensi
 Y₁ : Kegunaan

Berdasarkan Tabel 3 persamaan regresi linear-nya adalah sebagai berikut :

$$Y_3 = -0,011Y_1 + 0,545Y_2 + e$$

Y₃ : Kepuasan
 Y₁ : Kegunaan
 Y₂ : Kredibilitas

Berdasarkan Tabel 1, 2, dan 3 dapat dituliskan kedalam model sebagai berikut :



Gambar 2. Hasil Analisis Regresi

e. Uji Hipotesis

1) Uji Hipotesis 1

Berdasarkan Tabel 1 didapat nilai signifikansi 0,215 > 0 , sehingga hipotesis 1 yang berbunyi Kesederhanaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan ditolak.

2) Uji Hipotesis 2

Berdasarkan Tabel 1 didapat nilai signifikansi 0,000 ≤ 0,05 dan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,638 bertanda positif. Sehingga hipotesis 2 yang berbunyi Konsistensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kegunaan diterima.

3) Uji Hipotesis 3

Berdasarkan Tabel 2 didapat nilai signifikansi 0,036 ≤ 0,05 dan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,187 bertanda positif Sehingga hipotesis 3 yang berbunyi Kesederhanaan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kredibilitas diterima.

4) Uji Hipotesis 4

Berdasarkan Tabel 2 didapat nilai signifikansi 0,030 ≤ 0,05 dan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,205 bertanda positif. Sehingga hipotesis 4 yang berbunyi Konsistensi berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kredibilitas diterima.

5) Uji Hipotesis 5

Berdasarkan Tabel 2 didapat nilai signifikansi 0,000 ≤ 0,05 dan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,370 bertanda positif. Sehingga hipotesis 5 yang berbunyi Kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kredibilitas diterima.

6) Uji Hipotesis 6

Berdasarkan Tabel 3 didapat nilai signifikansi 0,914 > 0,05. Sehingga hipotesis 6 yang berbunyi Kegunaan berpengaruh langsung positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna ditolak.

7) Uji Hipotesis 7

Berdasarkan Tabel 3 didapat nilai signifikansi 0,000 ≤ 0,05 dan nilai *Standardized Coefficients Beta* sebesar 0,545 bertanda positif. Sehingga hipotesis 7 yang berbunyi Kredibilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna diterima.

Kesederhanaan tidak memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kredibilitas melalui kegunaan. Konsistensi memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap kredibilitas melalui kegunaan. Kegunaan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kepuasan melalui kredibilitas.

f. Pembahasan

1) Pengaruh Kesederhanaan Terhadap Kegunaan

Responden merasakan bahwa fitur web mobile adalah sederhana, hal ini karena ukuran layar web mobile yang umumnya relatif kecil. Konsekuensi dari kesederhanaan ini digambarkan dengan oleh responden bahwa :Informasi di halaman pertama (home) uptodate diikuti Layanan web mobile menyediakan fungsi penting pada halaman pertamanya dan selanjutnya Pada halaman pertama (home) menampilkan fungsi yang banyak digunakan.

Tampilan yang sederhana ternyata tidak mempengaruhi tingkat kemudahan dalam penggunaan web mobile. Hal ini dimungkinkan karena yang menjadi responden adalah mahasiswa yang sudah terbiasa menggunakan perangkat mobile maupun perangkat desktop/laptop. Responden baik menggunakan perangkat mobile maupun desktop/laptop merasakan tidak merasa kesulitan menggunakan kedua perangkat tersebut. Responden (mahasiswa) sudah biasa mengakses toko online baik melalui perangkat mobile maupun perangkat dekstop/laptop.

2) Pengaruh Konsistensi Terhadap Kegunaan

Informasi pada toko online yang ditampilkan lewat web mobile tidak berbeda jauh dengan tampilan toko online yang ada dalam desktop/laptop. Konsistensi tampilan antara lewat perangkat mobile dengan dekstop memiliki pengaruh terhadap kemudahan dalam penggunaan. Semakin tinggi konsistensi antara tampilan lewat perangkat mobile dan dekstop akan meningkatkan kemudahan dalam penggunaan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ketola et al. (2000) menjelaskan konsistensi internal dan eksternal harus dipertimbangkan untuk menyediakan antarmuka yang dapat berfungsi dan dapat dipakai saat layanan mobile digunakan.

3) Pengaruh Kesederhanaan terhadap kredibilitas

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesederhanaan fitur web mobile berpengaruh positif terhadap kredibilitas layanan web mobile, hal ini berarti bahwa semakin sederhana fitur layanan web mobile semakin meningkatkan kredibilitas web mobile. Kesederhanaan dalam hal ini digambarkan oleh : (1) Kemudahan untuk berpindah dari satu situs ke situs yang lain, (2) Halaman web tersusun sistematis, (3) Informasi di halaman pertama (home) uptodate, (4) Pada halaman pertama (home) menampilkan fungsi yang banyak digunakan, (5) Layanan web mobile menyediakan fungsi penting pada halaman pertamanya, dan (6) Menampilkan informasi penting di halaman pertama. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fog dan Tseng (1999), yaitu kredibilitas bisa dipengaruhi oleh kesan pengguna pada desain visual sebuah situs web yang sederhana.

4) Pengaruh Konsistensi Terhadap Kredibilitas

Hasil penelitian menunjukkan semakin tinggi konsistensi layanan antara web mobile dan web pada perangkat desktop/laptop akan meningkatkan kredibilitas layanan web mobile. Kredibilitas layanan web mobile khususnya pada toko online penting supaya konsumen percaya dan banyak diakses oleh konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan saran yang dilakukan oleh Clark dan Montgomery (1998) yang menyarankan konsistensi tinggi akan mengarah pada Kredibilitas yang lebih tinggi sementara konsistensi rendah akan menyebabkan penurunan kredibilitas.

5) Pengaruh Kegunaan Terhadap Kredibilitas

Kemudahan dalam penggunaan web mobile berpengaruh positif terhadap kredibilitas layanan web mobile, artinya semakin konsumen merasakan kemudahan dalam penggunaan layanan web mobile akan semakin meningkatkan kredibilitas layanan web mobile. Sebaliknya semakin konsumen merasakan kesulitan dalam penggunaan layanan web mobile berakibat kredibilitas layanan web mobile dimata konsumen semakin rendah. Kredibilitas layanan web mobile dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kemudahan dalam penggunaan layanan web mobile. Yang perlu ditingkatkan kemudahannya, yaitu menyediakannya interface yang mudah digunakan, mudah dimengerti, serta menarik.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Roy et al. (2001) bahwa kegunaan situs yang dirasakan memiliki dampak positif pada kepercayaan yang dirasakan.

6) Pengaruh Kegunaan Terhadap Kepuasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dalam penggunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Responden dalam hal ini mahasiswa sudah terbiasa browsing toko online lewat layanan web mobile. Browsing toko online sudah hal yang biasa, baik itu dilakukan melalui perangkat mobile ataupun perangkat bukan mobile desktop/laptop. Karena sudah menjadi kebiasaan dalam hal akses toko online melalui layanan web mobile untuk berbagai toko online, sehingga wajar kalau tidak mempengaruhi kepuasan pada layanan web mobile. Kepuasan konsumen nampaknya lebih pada variasi dan ditemukannya produk yang dicari pada toko online, bukannya pada fasilitas web mobile. Walaupun secara langsung kegunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan, namun kegunaan memiliki pengaruh tidak langsung terhadap kepuasan melalui kredibilitas.

7) Pengaruh Kredibilitas Terhadap Kepuasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas layanan web mobile berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Layanan web mobile semakin kredibel berakibat kepuasan konsumen semakin tinggi. Interface yang andal, tampak profesional, hasil pencarian yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Selnes dan Gronhaug (2000) yaitu ada hubungan yang signifikan antara kehandalan dan kepuasan. Keandalan dan kredibilitas didefinisikan memiliki arti yang sama dengan "kepercayaan" dalam studi Golbeck et al. (2003). Anderson dan Narus (1990) menjelaskan kepercayaan itu bisa menjadi antecedent terhadap kepuasan.

5. SIMPULAN DAN SARAN

a. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Kesederhanaan fitur web mobile tidak berpengaruh terhadap kegunaan.
- 2) Konsistensi layanan antara web mobile dan web pada perangkat desktop/laptop berpengaruh positif terhadap kegunaan.
- 3) Kesederhanaan fitur web mobile berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap kredibilitas layanan web mobile
- 4) Konsistensi layanan web mobile dan web pada perangkat desktop/laptop berpengaruh positif terhadap kredibilitas layanan web mobile baik langsung maupun tidak langsung melalui kegunaan.
- 5) Kemudahan penggunaan web mobile berpengaruh positif terhadap kredibilitas layanan web mobile.
- 6) Kegunaan tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengguna, namun berpengaruh positif secara tidak langsung terhadap kepuasan pengguna melalui kredibilitas.
- 7) Kredibilitas layanan web mobile berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

b. Saran

Penelitian ini mengambil responden mahasiswa pada Fakultas Teknologi Informasi yang sudah terbiasa menggunakan layanan web mobile untuk akses toko online. Tingkat kemudahan dalam penggunaan menjadi kurang berarti. Hasil penelitian ini akan lebih menarik kalau respondenya adalah masyarakat biasa yang background ilmunya bukan pada pada bidang komputer atau teknologi informasi. Pada penelitian selanjutnya disarankan untuk mengambil responden masyarakat umum yang tidak memiliki background komputer ataupun teknologi informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anderson JC, Narus JA (1990) A model of distributor firm and manufacturer firm working partnerships. *J Mark* 54(1):42-58
- [2] Bevan N (2001) International standards for HCI and usability. *Int J Human Comput Stud* 55(4):533-552
- [3] Carstens D, Patterson P (2005) Usability testing of travel websites. *J Usability Stud* 1(1):47-61

- [4] Casalo L, Flavian C, Guinaliu M (2008) The role of perceived usability, reputation, satisfaction and consumer familiarity on the website loyalty formation process. *Comput Human Behav* 24:325–345
- [5] Chae M, Kim J (2004) Do size and structure matter to mobile users? An empirical study of the effects of screen size, information structure, and task complexity on user activities with standard web phones. *Behav Inf Technol* 23(3):165–181
- [6] Clark BH, Montgomery DB (1998) Deterrence, reputations, and competitive cognition. *Manag Sci* 44(1):62–82
- [7] Dianne C, Milena H, Alex I (2006) Design aesthetics leading to m-loyalty in mobile commerce. *Inf Manag* 43:950–963
- [8] Fogg BJ, Tseng H (1999) *The elements of computer credibility*. CHI'99, Pittsburgh, pp 80–87
- [9] Fogg BJ, Marshall J, Osipovich A, Varma C, Laraki O, Fang N, Paul J, Rangnekar A, Shon J, Swani P, Treinen M (2000) Elements that affect web credibility: early results from a self-report study. In: *Proceedings of CHI '00 extended abstracts on human factors in computing systems*, pp 287–288
- [10] Golbeck J, Parsia B, Hendler J (2003) Trust networks on the semantic web. In: *Proceedings of cooperative intelligent agents*, pp 238–249
- [11] Grudin J (1989) The case against user interface consistency. *Commun ACM* 32(10):1164–1173
- [12] Herbig P, Milewicz J (1995) The relationship of reputation and credibility to brand success. *J Consumer Mark* 12(4):5–10
- [13] Ketola P, Hjelmeroo HJ, Raiha K (2000) Coping with consistency under multiple design constraints: the case of the nokia 9000 WWW browser. *Personal Technol* 4:86–95
- [14] KISDI (2011) Policy recommendation for competitiveness enhancement of mobile eco-system. *Korea Information Society Development Institute*, Gwacheon
- [15] Koochang A, Ondracek J (2005) Users' views about the usability of digital libraries. *Br J Educ Technol* 36(3):407–423
- [16] Kotler, Philip, 2000. *Marketing Management*. Milenium Edition. Terj. oleh Teguh, H., Rusli, RA., Molan, B., 2002. Jakarta: Salemba Empat
- [17] Lee D, Moon J, Kim YJ (2007) The effect of simplicity and perceived control on perceived ease of use. *Americas conference on information systems 2007*
- [18] Lee KP, Lee JH (2011) *Usability in korea – from GUI to user experience design*. In: Douglas I, Liu Z (eds) *Global usability, human-computer interaction series*. Springer, London, pp 309–331
- [19] Maeda J (2006) *The laws of simplicity*. *The MIT Press*, Cambridge
- [20] Ozok AA, Salvendy G (2000) Measuring consistency of web page design and its effects on performance and satisfaction. *Ergonomics* 43:443–460
- [21] Roy M, Dewit O, Aubert BA (2001) *The impact of interface quality on trust in web retailers*. *Cirano Scientific Series*, Montreal
- [22] SAP Design Guild (2004) *Simplifying for usability*. <http://www.sapdesignguild.org/goodies/simplification/index.htm>
- [23] Selnes F, Gronhaug K (2000) Effects of supplier reliability and benevolence in business marketing. *J Business Res* 59(3):259–271
- [24] Tseng H, Fogg BJ (1999) Credibility and computing technology. *Commun ACM* 42(5):39–44
- [25] Wathen CM, Burkell J (2002) Believe it or not: factors influencing credibility on the web. *J Am Soc Inf Sci Technol* 53(2):134–144
- [26] Wright K (2000) Perceptions of On-line support providers: an examination of perceived homophily, source credibility, communication and social support within on-line support groups. *Commun Q* 48(1):44–59
- [27] Zhang, D, & Adipat, B. (2005). Challenges, methodologies, and issues in the usability testing of mobile applications. *International Journal of Human-Computer Interaction*, 18(3), 293–308