



PENGARUH FITUR TERHADAP MANFAAT DAN KEPUASAN PENGUNAAN WEBSITE E-COMMERCE

(STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ANDALAS)

Oleh:


FEBRI WANDRA

BP 05152050

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS**

PADANG

2010

	No. Alumni Universitas:	FEBRI WANDRA	No. Alumni Fakultas:
	<p align="center">BIODATA</p> <p>a) Tempat/tanggal lahir : Padang / 28 Februari 1987 b) Nama Orang Tua : Rafli dan Yulisna c) Fakultas : Ekonomi d) Jurusan : Manajemen e) NO.BP : 05 152 050 f) Tanggal Lulus : 29 juli 2010 g) Predikat Lulus : Memuaskan h) IPK : i) Lama Studi : 4 tahun 10 bulan j) Alamat Orang Tua : Jl manggis no 4 RT 01 RW 04 Simp Rumbio, Solok</p>		

PENGARUH FITUR TERHADAP MANFAAT DAN KEPUASAN PENGGUNAAN WEBSITE E-COMMERCE

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh fitur terhadap manfaat dan kepuasan penggunaan website e-commerce. Penelitian ini menggunakan metoda kuantitatif, sebagai suatu penelitian explanatory dalam suatu penelitian survey untuk mendapatkan data primer dari para pemakai website e-commerce. Objek dari penelitian ini adalah mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Andalas yang sedang mengambil mata kuliah SIM (Sistem Informasi Manajemen) yang berjumlah 155 orang . Penelitian ini menggunakan fitur sebagai variabel independen dan menggunakan manfaat dan kepuasan sebagai variabel dependen. Secara spesifik, penelitian ini menggunakan SEM/PLS dan penelitian ini menjawab semua perumusan masalah yang dikemukakan dalam penelitian . Pengujian pertama adalah fitur mempunyai pengaruh langsung terhadap manfaat penggunaan website e-commerce, Pengujian kedua adalah fitur mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan penggunaan website e-commerce. Penelitian ini memiliki implikasi penting yang bermanfaat bagi Perusahaan dalam menganalisa dan mengelola websitenya.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 29 Juli 2010, dengan penguji :

Tanda Tangan	1.	2.	3.
Nama Terang	Dra. Yanti, MM	Dr. Vera Pujani, SE.MM.Tech	Eri Besra, SE.MM

Mengetahui,
Ketua Jurusan

DR. Harif Amali Rivai, SE.M.Si
NIP. 197110221997011001

Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas/universitas dan mendapat nomor alumnus :

		Petugas Fakultas/Universitas	
No. Alumni Fakultas		Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas		Nama	Tanda Tangan

BAB I

PENDAHULUAN

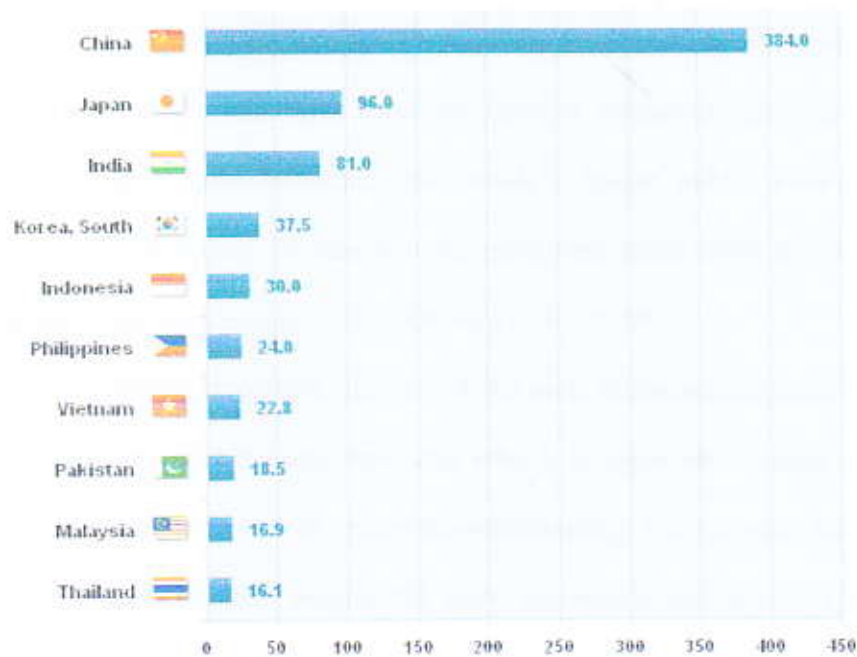
1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang terdiri dari beribu-pulau yang sedang berkembang di dalam melaksanakan pembangunan di segala bidang. Pembangunan tersebut dimaksudkan untuk dapat meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat serta untuk mencapai pertumbuhan ekonomi yang diharapkan.

Untuk mencapai pembangunan yang sangat pesat harus di tunjang dengan berbagai sektor, salah satu sektor yang menunjang pertumbuhan pembangunan adalah internet. Internet merupakan salah satu media yang paling ampuh untuk menautkan manusia dengan kemampuan menembus sekat ruang dan waktu. Jumlah pengguna internet dunia per Maret 2008 mencapai 1,4 miliar dengan kontribusi pengguna dari Asia mencapai 530 juta atau tertinggi di seluruh dunia dengan proporsi 37,6%. Jumlah pengguna Internet di Indonesia yang tahun 2006 saja sudah mencapai 18 juta, Pertumbuhan pengguna internet di Indonesia semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan teknologi informasi yang berlangsung cepat. Peningkatan pengguna internet terus meningkat sekitar 25 persen setiap tahunnya.”

Berdasarkan data Desember 2007 dari *World Internet Statistik*, total pengguna internet dunia adalah 1.4 milyar orang dengan pertumbuhan 290% selama 8 tahun terakhir. Indonesia merupakan negara terbesar ke 5 pengguna

internet setelah Cina, Jepang, India dan South Korea, dalam hal pengguna jasa internet di Asia. Angka yang fantastis bagi negara berkembang.



Gambar 1.1. Asia Top 10 Internet Countries

ASIA	Population (2008 Est.)	Internet Users, (Year 2009)	Internet Users, Internet Users	Penetration (% Population)	User Growth (2000-2008)	Users (% in Asia)
Afghanistan	27,738,376	1,000	500,000	3.6%	25,500.0%	0.1%
Armenia	2,980,366	30,000	172,300	5.8%	476.0%	0.0%
Azerbaijan	8,177,117	70,000	1,560,000	19.2%	12,420.0%	0.0%
Bangladesh	154,037,902	100,000	500,000	0.3%	400.0%	0.1%
Bhutan	487,321	600	40,000	8.3%	7,800.0%	0.0%
Brunei Darussalam	381,777	30,000	175,029	46.2%	400.0%	0.6%
Cambridge	14,241,640	8,000	70,000	0.6%	1,066.7%	0.0%
China *	1,330,041,000	22,600,000	298,000,000	22.4%	1,024.4%	48.3%
Georgia	4,630,041	20,000	300,000	7.3%	1,700.0%	0.1%
Hong Kong *	7,010,630	2,200,000	4,070,713	68.0%	13.7%	0.7%
India	1,147,990,000	1,000,000	87,000,000	7.5%	1,100.0%	12.7%
Indonesia	237,012,355	2,000,000	25,000,000	10.5%	1,150.0%	3.0%
Japan	127,200,071	17,000,000	94,000,000	73.9%	95.7%	14.3%
Kazakhstan	11,340,030	70,000	1,500,000	13.4%	2,070.0%	0.1%
Korea, North	22,000,000	-	-	-	-	0.0%
Korea, South	40,370,000	19,000,000	36,794,000	91.1%	50.0%	6.6%

Gambar 1.2. Asia Top 10 Internet Countries

Sumber: Internet World States 2009

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menguji tentang pengaruh fitur terhadap manfaat dan kepuasan penggunaan *website e-commerce*. Dengan menggunakan pendekatan empiris yang lebih unik, melalui teknik *survey* sebagai proses umum pengumpulan data dan analisis pengolahan data yang terkumpul, maka telah didapatkan hasil bagaimana pengaruh faktor kualitas terhadap kepuasan pengguna *website e-commerce*.

Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu manfaat dan kepuasan sebagai variabel dependen dan fitur sebagai variabel independen. Penelitian ini dilakukan terhadap mahasiswa jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Andalas yang telah mengambil mata kuliah Sistem Informasi Manajemen (SIM) dengan menyebarkan kuesioner kepada 155 mahasiswa. Data diolah dengan menggunakan *SPSS 15.00 for Windows dan SmartPLS*.

Dari hasil penelitian yang dilakukan di temukan bahwa fitur mempunyai pengaruh langsung terhadap manfaat dan kepuasan yang di terima oleh pengguna *website e-commerce*. Dari hal ini maka dapat disimpulkan bahwa fitur mempengaruhi penggunaan *website e-commerce* terlebih pada manfaat dan kepuasan yang di terima pengguna *website e-commerce* Pengguna yang merasa sudah mendapatkan pelayanan yang memuaskan, berarti pengguna menerima dari penggunaan *website e-commerce* sehingga pengguna akan terus menggunakan *website* tersebut dan sudah memperoleh manfaat dari penggunaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana Nadya. 2003, *Teknologi Komunikasi , Perspektif Ilmu Komunikasi*; LESFI, Yogyakarta
- Achjari, D. & Quaddus, M. 2002, 'Roles of Formal/Informal Network and Perceived Compatibility in the Diffusion of WWW: The case of Indonesia banks', *Proceedings of the 36th Hawaii International Conference on System Science*, (HICSS-36) (IEEE Computer Society Press, Maui).
- Ajzen, I., dan Fishbein, M., 1980, *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Antara News. 2009, "*Pengguna Internet di Indonesia Meningkat*", Online, diakses pada: [www.,](http://www.antaranews.com) tanggal akses: 1 Februari 2010
- APDIP: Asia-Pacific Development Information Program, 2005, '*ICT Profile Indonesia*' [Online], Available: <http://www.apdip.net/projects/dig-rev/info/indonesia>, Tanggal akses: 18 Oktober 2009.
- APJII, Asosiasi Penyedia Jasa Internet, 2005, Statistic APJII, tersedia : www.apjii.org, akses 27 Maret 2006.
- Chin W Wynne, Todd Peter. 1991. "*On The use Usefulness, ease of use of structural equation Modeling in MIS Research : A note of Caution*". *Management Information System Quarterly*, 21(3)
- Chua, & Hu, P. 2002. Investigating healthcare professionals' decisions to accept telemedicine technology: An empirical test of competing theories. *Information & Management*, 39(4), 297-311
- Davis, F. 1989, "*Perceived usefulness, perceived easy of use, and user acceptance of information technology*", *MIS Quarterly*, vol. 13 (4), pp.9-30.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. 1975. *Beliefs, Attitude, Intention and Behaviour: An Introduction to Theory and Research*. Philippines: Addison-Wesley Publishing Company: