



Pengaruh Teknologi Acceptance Dan Website Service Quality Terhadap Costumer E-Satisfaction Pada PT.Rackh Lintas Asia

Faisal Margolang¹, Tukimin Lubis, S.E, M.MA²

^{1,2,*} Universitas Muslim Nusantara Al-Washliyah

E-mail: Margolangfaisal21@gmail.com¹
Tukiminlbs22@gmail.com²

ARTICLE INFO

Article history:
Received 15 Agustus 2022
Received in Revised 06 Januari 2023
Accepted 30 Januari 2023

Keyword's : Teknologi Acceptance, Website Service Quality, Costumer E-Satisfaction

ABSTRACT

This study analyzes the influence of technology acceptance and website service quality on customer e-satisfaction at PT. Rackh Across Asia. The research method used in this research is descriptive quantitative. Samples were taken using the slovin formula, and using a probability sampling technique, namely proportionate stratified random sampling. The results of using the slovin formula in this study the researchers took a sample of 113 consumers at PT.Rackh Lintas Asia. The analytical method used is multiple linear regression method using the SPSS program. The research results obtained a coefficient value of 0.631, where the T -count $>$ T -table ($8.998 > 1.6584$) and a significant value of 0.000 is less than 0.05 meaning that Acceptance Technology has a positive and significant effect on Customer E-Satisfaction, so H_1 is accepted. The coefficient value is 0.243, where the T -count $>$ T -table ($3.446 > 1.6584$) and a significant value of 0.001 is less than 0.05, meaning that Website Service Quality has a positive and significant effect on Customer E-Satisfaction, so H_2 is accepted. It is known that F count ($93,607 > F$ table (3.08)), and a significance value of $0.000 < 0.05$, it can be concluded that the third hypothesis is accepted, meaning that the Technology Acceptance Variable (X_1) and Website Service Quality (X_2) influence simultaneously (simultaneously) to Variable Customer E-Satisfaction (Y).

Penelitian ini menganalisis Pengaruh Teknologi Acceptance Dan Website Service Quality Terhadap Costumer E-Satisfaction. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Sampel diambil dengan menggunakan rumus *slovin*, dan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling* dan didapatkan 113 sampel. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Hasil penelitian diperoleh nilai koefisien sebesar 0,631, dimana nilai T -hitung $>$ T -tabel ($8,998 > 1.6584$) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya *Teknologi Acceptence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer E-Satisfaction*, maka H_1 diterima. Nilai koefisien sebesar 0,243, dimana nilai T -hitung $>$ T -tabel ($3,446 > 1.6584$) dan signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 artinya *Website Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer E-Satisfaction*, maka H_2 diterima. Diketahui bahwa F hitung ($93.607 > F$ table (3.08)), dan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel *Teknologi Acceptence* (X_1) dan *Website Service Quality* (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Variabel *Customer E-Satisfaction* (Y)

Expensive: Jurnal Akuntansi dan Keuangan

Website: <https://scholar.ummetro.ac.id/index.php/expensive>



This is an open access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

* Corresponding author. Telp.: +6281-0000-0000; fax: +0-000-000-0000.

E-mail address: Margolangfaisal21@gmail.com

Peer review under responsibility of Expensive: Journal of Accounting and Finance 2829 – 4907

PENDAHULUAN

Manusia merupakan salah satu sumber daya yang menentukan keberhasilan suatu organisasi, sehingga isu penting bagi organisasi untuk tetap dapat bertahan di era globalisasi. Di era globalisasi sekarang ini persaingan bisnis sangat tajam yang ditandai dengan kemajuan perekonomian global yang dapat mendorong pertumbuhan bisnis pada sektor jasa. Dalam pencapaian tujuan organisasi, faktor yang harus diperhatikan adalah costumer e-satisfaction. PT. Rackh Lintas Asia adalah suatu perusahaan yang hadir sebagai salah satu Perusahaan IT di Indonesia yang fokus pada layanan aplikasi website dan mobile, hosting data center dan Internet Service Provider (ISP) yang terbukti berpengalaman sejak lama. Kemajuan teknologi informasi harus diimbangi dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia dari penyedia layanan. Keberhasilan suatu perusahaan dalam berkompetisi juga tergantung pada cara mereka memberikan layanan kepada konsumen. Kompetisi yang sering terjadi dalam dunia bisnis adalah pemberian hadiah atau bonus yang menarik.

Uno dan Nina Lamatenggo (2019:57) mengemukakan teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data. Pengolahan itu termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu. Kualitas pelayanan adalah suatu strategi dasar bisnis atau spesifikasi yang menghasilkan barang dan jasa yang membuat pelanggan secara mudah terpenuhi kebutuhan dan kepentingannya. Melalui pelayanan yang baik, cepat, teliti dan akurat dapat menciptakan kepuasan dan kesetiaan konsumen terhadap perusahaan yang akhirnya konsumen akan tetap loyal pada perusahaan tersebut.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja di bawah harapan maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Berikut ini adalah hasil data prasurvei yang dibagikan kepada 30 orang responden yang dijelaskan pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1
Data PraSurvey Variabel *Teknologi Acceptence (X₁)*

No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
<i>Teknologi Acceptence (X₁)</i>					
1	Penggunaan teknologi membuat pekerjaan menjadi lebih mudah.	7	23%	23	77%
2	Teknologi juga sangat bermanfaat bagi PT. Rackh Lintas Asia kepada para karyawan dan juga untuk konsumen.	13	43%	17	57%

3	Produktivitas kinerja dilihat dari sejauh mana teknologi yang dipakai	16	53%	14	47%
4	Saat ini konsumen sudah merasa puas dengan teknologi yang diberikan oleh PT. Rackh Lintas Asia.	17	57%	13	43%
5	Penggunaan teknologi pada era modern ini juga dipakai untuk pengembangan kinerja dari suatu perusahaan untuk kepuasan konsumen	10	33%	20	67%

Sumber: PT. Rackh Lintas Asia, 2022

Hasil data pra survey yang dilakukan peneliti kepada 30 orang konsumen PT. Rackh Lintas Asia bahwa didalam indikator dari variabel *Teknologi Acceptence* masih ada responden yang menjawab “tidak setuju” dari hasil pernyataan “Produktivitas kinerja dilihat dari sejauh mana teknologi yang dipakai” sebanyak 16 orang (53%) dan masih ada responden yang menjawab “tidak setuju” pada pernyataan “Saat ini konsumen sudah merasa puas dengan teknologi yang diberikan oleh PT. Rackh Lintas Asia” sebanyak 17 orang (57%). Permasalahan yang terdapat pada PT. Rackh Lintas Asia yaitu masih belum stabilnya dan sering adanya problem pada jaringan internet yang diberikan kepada konsumen sehingga membuat para konsumen menjadi berpaling ke perusahaan yang sejenis lainnya. Dalam hal ini, dapat diketahui permasalahan teknologi pada PT. Rackh Lintas Asia yang masih belum baik dikarenakan masih sering bermasalahnya jaringan internet yang diterima oleh para konsumen. Untuk menyikapi masalah seperti ini teknologi acceptance sangat penting dalam mengatasi masalah seperti ini. Apabila teknologi yang dipakai oleh PT. Rackh Lintas Asia semakin canggih, maka semakin baiklah kepuasan yang diterima oleh para konsumen dan begitu juga sebaliknya apabila sering bermasalahnya jaringan internet pada PT. Rackh Lintas Asia maka akan semakin cepatnya konsumen berpaling ke perusahaan lain yang sejenis dengan PT. Rackh Lintas Asia. Berikut ini adalah hasil data pra survey pada variabel *website servie quality* yang dilampirkan pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2
Data PraSurvey Variabel Website Service Quality (X₂)

No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
Website Service Quality (X₂)					
1	PT. Rackh Lintas Asia memberikan respon secara cepat dan tepat terhadap apa yang diinginkan konsumen untuk memenuhi kebutuhan konsumen	15	50%	15	50%
2	PT. Rackh Lintas Asia selalu memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan benar	14	47%	16	53%
3	PT. Rackh Lintas Asia selalu memberikan Jaminan keamanan bagi para konsumen.	15	50%	15	50%
4	PT. Rackh Lintas Asia selalu memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial kepada konsumen	17	57%	13	43%
5	Fasilitas dan pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan konsumen	18	60%	12	40%

Sumber: PT. Rackh Lintas Asia, 2022

Pada hasil data pra survey diatas pada tabel 1.2 tersebut didalam indikator *Website Service Quality* bahwasannya masih ada responden yang menjawab “tidak setuju” pada pernyataan “PT. Rackh Lintas Asia selalu memberikan pelayanan yang sama tanpa memandang status sosial kepada konsumen” sebanyak 17 orang (57%) dan responden masih ada yang menjawab “tidak setuju” pada pernyataan “Fasilitas dan pelayanan yang diberikan sudah sesuai dengan harapan konsumen” sebanyak 18 orang (60%). Selain masalah teknologi, kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. PT. Rackh Lintas Asia masih sering menjadi permasalahan. Hal ini dapat dilihat dari karyawan pada PT. Rackh Lintas Asia masih belum ramah kepada konsumen yang datang ke PT. Rackh Lintas Asia. Hal ini dilihat dari segi karyawan/teknisi yang dalam langsung ke rumah konsumen dan masih sering terjadi complain yang diakibatkan oleh karyawan/teknisi yang masih belum ramah kepada konsumen sehingga kualitas pelayanan masih belum sesuai dengan kemauan dan keinginan konsumen. Pada variabel *Costumer E-Satisfaction* dicantumkan tabel data prasurvey didalam tabel 3 berikut ini:

Tabel 3
Data PraSurvey Variabel Costumer E-Satisfaction (Y)

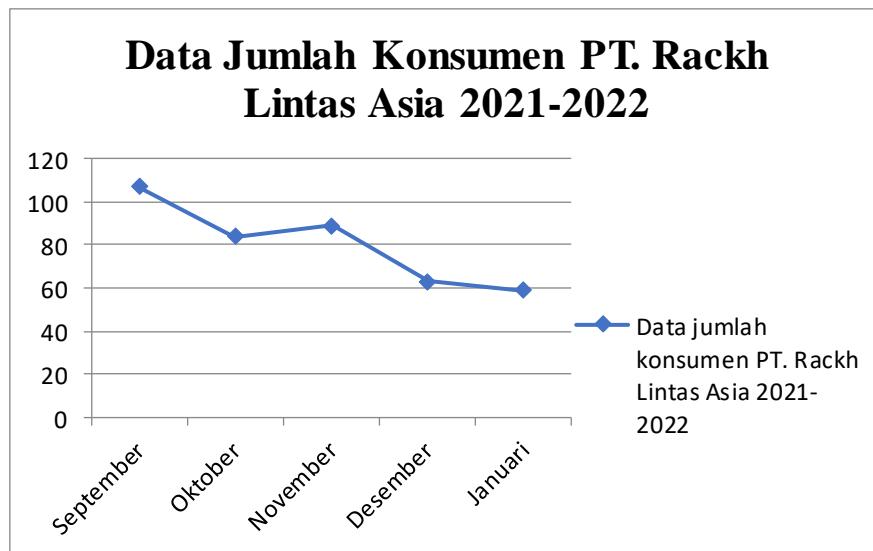
No	Indikator	Tidak Setuju	Persentase	Setuju	Persentase
Costumer E-Satisfaction (Y)					
1	PT. Rackh Lintas Asia selalu melayani konsumen dengan baik	15	50%	15	50%
2	Saya merasa puas dengan pelayanan dan juga feed back dari PT. Rackh Lintas Asia	16	53%	14	47%
3	PT. Rackh Lintas Asia selalu mengetahui apa yang dibutuhkan oleh para konsumen	15	50%	15	50%
4	Karyawan selalu memberikan perhatian dengan baik kepada keluhan konsumen	15	50%	15	50%

Sumber: PT. Rackh Lintas Asia, 2022

Pada tabel 1.3 diatas, hasil data prasurvei pada indikator *Costumer E-Satisfaction* menunjukkan bahwa masih ada responden yang menjawab “tidak setuju” pada pernyataan “Saya merasa puas dengan pelayanan dan juga feed back dari PT. Rackh Lintas Asia” sebanyak 16 orang (53%). Hal ini dikarenakan masih sering bermasalahnya jaringan internet yang diterima oleh para konsumen dan sering belum stabilnya jaringan website yang diterima oleh konsumen sehingga jadi memperlambat kinerja para konsumen dalam pemakaian teknologi dari PT. Rackh Lintas Asia. Selain itu kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen masih belum baik. Hal ini dapat dilihat dari karyawan pada PT. Rackh Lintas Asia masih belum ramah kepada konsumen yang datang ke PT. Rackh Lintas Asia. Hal ini dilihat dari segi karyawan/teknisi yang dalam langsung ke rumah konsumen dan masih sering terjadi complain yang diakibatkan oleh karyawan/teknisi yang masih belum ramah kepada konsumen sehingga kualitas pelayanan masih belum sesuai dengan kemauan dan keinginan konsumen.

Tujuan utama pelayanan perusahaan adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*complain*) dari pelanggan. Peranan kualitas pelayanan terhadap pelanggan dalam suatu kegiatan bisnis sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan pembelian. Kepuasan yang dirasakan konsumen sangat mendukung pencapaian tujuan perusahaan. Perusahaan dituntut untuk bersaing, tidak hanya dalam aspek produk tetapi banyak hal yang perlu diperhatikan, diantaranya kualitas yang baik terhadap kepuasan konsumen. Berikut ditampilkan hasil data jumlah konsumen dalam bentuk grafik terhitung mulai dari September 2021-Januari 2022.

Grafik 1
Data Jumlah Konsumen



Sumber : PT. Rackh Lintas Asia, 2022

Dari grafik 1 di atas terlihat bahwa konsumen yang memakai jasa dari PT. Rackh Lintas Asia mengalami penurunan pada bulan Oktober (84 Konsumen), Desember (89 Konsumen) dan Januari (59 Konsumen) yang cukup signifikan, hal itu tentu dapat membuat perusahaan sejenis PT. Rackh Lintas Asia berlomba lomba menyediakan teknologi yang semakin canggih kedepannya agar konsumen tidak berpaling ke perusahaan lain, memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dalam hal ini, dapat dilihat dari jumlah data konsumen bahwa masih baik kepuasan konsumen atas teknologi dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Rackh Lintas Asia sehingga mengakibatkan terjadinya penurunan minat konsumen kepada PT. Rackh Lintas Asia setiap bulannya.

Berdasarkan fenomena yang telah digambarkan, maka peneliti melakukan penelitian yang berjudul **"Pengaruh Teknologi Acceptence Dan Website Service Quality Terhadap Costumer E-Satisfaction Pada PT. Rackh Lintas Asia.**

METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Menurut Arikunto (2017:90), Desain penelitian adalah rencana atau rancangan yang dibuat peneliti sebagai persiapan dari kegiatan yang dilaksanakan. Hal ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan arah mana yang akan dilakukan dalam melaksanakan penelitian tersebut, serta memberikan gambaran jika penelitian itu telah jadi atau selesai penelitian tersebut diberlakukan.

Desain penelitian berfungsi untuk membantu pelaksanaan penelitian agar dapat berjalan dengan baik. Metode analisis data yang digunakan penulis dalam menganalisis masalah yang ada dengan metode analisis data deskriptif dan kuantitatif, metode ini digunakan untuk mengetahui

gambaran dan Pengaruh Teknologi Acceptance Dan Website Service Quality Terhadap Costumer E-Satisfaction Pada PT.Rackh Lintas Asia.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini diambil dalam 3 bulan terakhir terhitung mulai November 2021 – Januari 2022 pada PT. Rackh Lintas Asia yaitu sebanyak 157 orang konsumen. Sampel diambil dengan menggunakan rumus *slovin*, dan menggunakan teknik *probability sampling* yaitu *proportionate stratified random sampling*. Hasil menggunakan rumus *slovin* dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 113 konsumen di PT.Rackh Lintas Asia.

Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Pada penelitian ini peneliti menggunakan varibel yang dibagi menjadi variabel independen dan variable dependen, yaitu *Teknologi Acceptance* dan *Website Service Quality*, sedangkan variabel dependen yang digunakan adalah *Costumer E-Satisfaction*. Operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada Tabel 4

Tabel 4
Defenisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Pengukuran
1.	<i>Teknologi Acceptence</i> (X ₁)	Uno dan Nina Lamatenggo (2019:57) juga mengemukakan teknologi informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data. Pengolahan itu termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan informasi yang berkualitas, yaitu informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu. Menurut Ladhari dalam Graha (2016:311), <i>service quality</i> (kualitas pelayanan) dianggap sebagai alat yang penting dalam bisnis ritel karena bertujuan untuk memberikan	Menurut Nur Maflikhah, (2013) Indikator <i>Teknologi Acceptance</i> ialah: 1.Pemanfaatan meliputi : a. Menjadi pekerjaan lebih mudah (<i>makes job easier</i>) b.Bermanfaat (<i>usefull</i>) c.Menambah produktifitas (<i>increas productivity</i>). 2.Efektivitas meliputi: a.Mempertinggi efektifitas (<i>enhance effectiveness</i>) b.Mengembangkan kinerja pekerjaan (<i>improve the job performance</i>)	Likert
2.	<i>Website Service Quality</i> (X ₂)	Tjiptono (2017:174) berpendapat bahwa indikator <i>service quality</i> adalah: 1.Keandalan (<i>reliability</i>) 2.Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Tjiptono (2017:174) berpendapat bahwa indikator <i>service quality</i> adalah: 1.Keandalan (<i>reliability</i>) 2.Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	Likert

		manfaat lebih kepada pelanggan dalam berbelanja dan kualitas pelayanan yang baik dalam pemberian pelayanan terhadap pelanggan dapat memberikan kepuasan terhadap pelanggan dan membantu meningkatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis ritel.	3.Jaminan (<i>assurance</i>) 4. Empati 5.Bukti fisik (<i>tangibles</i>),
3.	<i>Costumer E-Satisfaction</i> (Y)	Kotler dan Keller (2016:23) Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecawa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan.	Menurut Tjiptono (2017:32) indikator kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut: 1. Penyediaan layanan yang baik 2. Karyawan cepat dalam menyelesaikan pekerjaan 3. Karyawan mampu mengetahui keinginan dan mendiagnosis hal yang harus dilakukan dengan cepat 4. Karyawan memberikan perhatian individu dengan baik kepada keluhan konsumen

Sumber: Data Diolah, 2022

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Arikunto (2017:24), teknik atau instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan pengumpulan data agar pekerjaannya menjadi lebih mudah dan mendapatkan hasil yang lebih baik. Untuk memperoleh data yang diperlukan, penulis mengumpulkan data dengan Observasi, Dokumentasi dan Kuesioner

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Sederhana

Untuk menjalin hipotesis peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mencari hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat melalui Pengaruh *Teknologi Acceptence* Dan *Website Service Quality* Terhadap *Costumer E-Satisfaction* Pada PT. Rackh Lintas Asia. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.095	1.134		.966	.336
	Teknologi Acceptance	.556	.062	.631	8.994	.000
	Website Service Quality	.196	.057	.243	3.466	.001

a. Dependent Variable: Customer E-Satisfaction

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan pada tabel 5 maka persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah:

Pada tabel 5 menunjukan bahwa perhitungan diperoleh nilai konstanta (a) 1,095, b1 sebesar 0,556 dan b2 sebesar 0,196 sehingga diperoleh persamaan regresi linier berganda $Y = 1,095 + 0,556 X_1 + 0,196 X_2 + e$. Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta (a) = 1,095 artinya jika *Teknologi Acceptence* Dan *Website Service Quality* bernilai 0 maka *Costumer E-Satisfaction* adalah sebesar 1,095.
 2. Koefisien regresi variabel *Teknologi Acceptence* = 0,556 artinya jika variabel *Teknologi Acceptence* meningkat sebesar 1 satuan maka variabel *Costumer E-Satisfaction* akan meningkat 0,556.
 3. Koefisien regresi *Website Service Quality* = 0,196 artinya jika variabel *Website Service Quality* meningkat sebesar 1 satuan maka variabel *Costumer E-Satisfaction* akan meningkat sebesar 0,196.

Uji t

Uji t (Parsial) adalah untuk melihat pengaruh variabel-variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dari hasil pengujian SPSS maka nilai uji t adalah sebagai berikut:

Tabel 6
Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.095	1.134		.966	.336
	Teknologi Acceptence	.556	.062	.631	8.994	.000
	Website Service Quality	.196	.057	.243	3.466	.001

a. Dependent Variable: Customer E-Satisfaction

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan hasil uji t diatas diperoleh nilai t tabel pada $n = 113$ pada taraf signifikan 5% (0,05) adalah 1.6584. Maka dengan demikian untuk mengetahui secara parsial dapat disusun persamaan regresi berganda sebagai berikut:

1. Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai koefisien sebesar 0,631, dimana nilai T-hitung $>$ T-tabel ($8,998 > 1.6584$) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya *Teknologi Acceptence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer E-Satisfaction*, maka Ha1 diterima.
2. Nilai yang diperoleh dari tabel diatas yaitu nilai koefisien sebesar 0,243, dimana nilai T-hitung $>$ T-tabel ($3,446 > 1.6584$) dan signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 artinya *Website Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer E-Satisfaction*, maka Ha2 diterima.

Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama simultan mempengaruhi variabel *dependen*. Dari hasil pengujian SPSS maka nilai Anova dalam uji F adalah sebagai berikut:

Tabel 7
Uji F (Simultan)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2	107.484	93.607	.000 ^b
	Residual	110	1.148		
	Total	112			

a. Dependent Variable: Customer E-Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Website Service Quality, Teknologi Acceptence

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Dari tabel 7 diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 93.607 Dengan $\alpha = 5\%$, dk pembilang : 2, dk penyebut : $113-2-1$ (5%; 2; 110; F tabel 3,08) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,08. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa F_{hitung} (93.607) $>$ F_{tabel} (3,08), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel *Teknologi Acceptence* (X_1) dan *Website Service Quality* (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Variabel *Customer E-Satisfaction* (Y).

Uji Koefisian Determinasi

Koefisian determinasi terletak pada tabel Model Summary dan tertulis *R Square*. Untuk regresi linier berganda sebaiknya menggunakan *R Square* yang sudah disesuaikan atau tertulis *Adjusted R Square* karena disesuaikan dengan jumlah variabel yang digunakan dalam penelitian nilai *R Square/Adjusted R Square* dikatakan baik jika diatas 0,5 karena nilai *R Square* berkisar 0 sampai dengan 1. Hasil analisis koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah:

Tabel 8
Hasil Uji R Square
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.794 ^a	.630	.623		1.072

a. Predictors: (Constant), Website Service Quality, Teknologi Acceptence

b. Dependent Variable: Customer E-Satisfaction

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas terlihat nilai koefisien determinasi yang sudah disesuaikan (R Square) sebesar 0,630 hal ini berarti 63% variabel *dependen* dapat dijelaskan oleh variabel *independen* sedangkan sisanya (100% - 63% = 37%) dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

Pembahasan Pengaruh *Teknologi Acceptence* Dan *Website Service Quality* Terhadap *Costumer E-Satisfaction*

Diketahui bahwa F_{hitung} (93,607) > F_{tabel} (3,08), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel *Teknologi Acceptence* (X_1) dan *Website Service Quality* (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Variabel *Customer E-Satisfaction* (Y).

Hasil penelitian ini sudah dilakukan oleh Putu Ayu Sinthia Adnyasuar (2017) dengan judul “Technology Acceptance Model and E-Satisfaction in Mobile Banking” yang menyatakan bahwa konstruk teori Technology Acceptance Model memiliki efek positif. Perceived Ease of Use dan Perceived of Usefulness memiliki efek positif dan signifikan terhadap Attitude Toward Using dan E-Satisfaction. Sikap Menuju Menggunakan memiliki berpengaruh positif dan signifikan terhadap Penggunaan Sistem Aktual. Hasil penelitian lainnya juga dilakukan oleh Anita Tobagus (2018) “Pengaruh *e-service quality* terhadap *E-satisfaction* pada pengguna di situs tokopedia” dengan hasil yang diperoleh pada penelitian ini adalah *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *e-satisfaction* di situs Tokopedia.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan Pengaruh Teknologi Acceptence Dan Website Service Quality Terhadap Costumer E-Satisfaction Pada PT.Rackh Lintas Asia, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa diperoleh nilai koefisien sebesar 0,631, dimana nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($8,998 > 1,6584$) dan signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya *Teknologi Acceptence* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer E-Satisfaction*, maka H_{a1} diterima. Kedua, nilai koefisien sebesar 0,243, dimana nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,446 > 1,6584$) dan signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 artinya *Website Service Quality* berpengaruh positif dan

signifikan terhadap *Customer E-Satisfaction*, maka Ha2 diterima. Dan terakhir, bahwa F_{hitung} (93,607) > F_{tabel} (3,08), dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel *Teknologi Acceptence* (X_1) dan *Website Service Quality* (X_2) berpengaruh secara serentak (simultan) terhadap Variabel *Customer E-Satisfaction* (Y).

Penelitian ini memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian yang telah dilakukan untuk dijadikan masukan dan bahan pertimbangan yang berguna bagi pihak - pihak yang berkepentingan sebagai penyempurnaan penelitian selanjutnya. Beberapa saran tersebut yang pertama PT. Rackh Lintas Asia harus bisa memberikan jaringan yang stabilnya dan meminimalisir problem pada jaringan internet sehingga membuat para konsumen menjadi puas dengan kinerja, kedua dapat memberitahukan kepada karyawan/teknisi agar bisa ramah kepada konsumen sehingga kualitas pelayanan diberikan sesuai dengan kemauan dan keinginan konsumen dan ketiga memungkinkan untuk meningkatkan kepuasan konsumen melalui teknologi dan kualitas pelayanan yang baik sehingga dapat meningkatkan keputusan konsumen dalam memakai jasa dari PT. Rackh Lintas Asia setiap bulannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ghozali (2016) Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- I Made Satya Graha. (2016). E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana 5.2 “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hardy's Negara*”. Bali
- Kotler, dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Maflikhah, Nur. 2017. Peran Teknologi Informasi pada Niat untuk Mendorong *Knowledge Sharing* Karyawan Sekretariat Daerah Pemerintah Kota Surakarta. Surakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UNS.
- Sugiyono (2017), Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D, Penerbit Alfabeta, Bandung
- Tjiptono, Fandi. (2017). *Service Manajemen mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: cv Andi offset.
- Uno, Hamzah.B, dan Nina Lamatenggo. (2019). Teori Kinerja Dan Pengukurannya.Jakarta: PT. Bumi Aksara.