



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 5 Nomor 1 Tahun 2025 Page 3513-3526

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Pengaruh Desain/Fitur Pada Kemanfaatan dan Kemudahan Akses Website Bisnis Terhadap Penerimaan Pelanggan di Kabupaten Klaten Provinsi Jawa Tengah

Eko Hariadi^{1✉}, Afnan Rosyidi²

STMIK Amikom Surakarta

Email: eko.h@dosen.amikomsolo.ac.id^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh desain dan fitur pada kemanfaatan serta kemudahan akses website bisnis terhadap penerimaan pelanggan. Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong semakin banyaknya bisnis yang memanfaatkan website sebagai platform utama dalam menawarkan produk atau layanan. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana desain dan fitur website dapat memengaruhi persepsi pelanggan terkait kemanfaatan (usefulness) dan kemudahan akses (ease of use), yang pada gilirannya mempengaruhi penerimaan mereka terhadap layanan yang ditawarkan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei, dimana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden pengguna website bisnis di berbagai sektor. Kuesioner diukur dengan SEM untuk mengevaluasi persepsi pelanggan mengenai desain, fitur, kemanfaatan, kemudahan akses, serta tingkat penerimaan terhadap website bisnis. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel desain dan fitur website dengan penerimaan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain dan fitur website memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kemanfaatan dan kemudahan akses yang dirasakan oleh pengguna. Secara spesifik, desain yang intuitif, navigasi yang mudah, dan fitur interaktif (seperti personalisasi dan rekomendasi produk) dapat meningkatkan persepsi kemanfaatan website, yang pada gilirannya memperkuat penerimaan pelanggan. Selain itu, kemudahan akses yang tinggi, termasuk kecepatan loading dan kompatibilitas mobile, berkontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan dan meningkatkan penerimaan mereka terhadap bisnis tersebut.

Kata Kunci : *Desain Website, Fitur Website, Kemanfaatan, Kemudahan Akses, Penerimaan Pelanggan*

Abstract

This study aims to identify and analyze the influence of design and features on the usefulness and ease of access of business websites towards customer acceptance. Advances in information and communication technology have encouraged more and more businesses to utilize websites as the main platform in offering products or services. Therefore, it is important to understand the extent to which website design and features can influence customer perceptions regarding usefulness and ease of access, which in turn influences their acceptance of the services offered. This study uses a quantitative approach with a survey technique, where data is collected through a questionnaire distributed to 100 respondents who use business websites in various sectors. The questionnaire is measured using the SEM to evaluate customer perceptions regarding design, features, usefulness, ease of access, and the level of acceptance of business websites. Data analysis was carried out using multiple linear regression techniques to test the relationship between website design and feature variables with customer acceptance. The results of the study indicate that website design and features have a significant positive influence on the usefulness and ease of access perceived by users. Specifically, intuitive design, easy navigation, and interactive features (such as personalization and product recommendations) can increase the perception of website usefulness, which in turn strengthens customer acceptance. In addition, high ease of access, including loading speed and mobile compatibility, greatly contributes to customer satisfaction and increases their acceptance of the business.

Keyword: *Website Design, Website Features, Usefulness, Ease Of Access, Customer Acceptance*

PENDAHULUAN

Pemanfaatan website sebagai strategi bisnis kewirausahaan dimasa depan sangat ditentukan oleh kepuasan layanan terhadap pelanggan dan penerimaan website sebagai sarana perusahaan memberikan informasi. Perusahaan harus mempunyai inovasi produk unggulan yang mampu bersaing dengan kompetitor. Dengan memanfaatkan teknologi internet, perusahaan dapat melakukan berbagai kegiatan bisnis secara elektronik seperti transaksi jual beli dan berbagi informasi dengan konsumen untuk mempertahankan hubungan sebelum, selama dan setelah proses pembelian.

Peningkatan pada *Perceived Easy of Use* secara instrumental mempengaruhi kenaikan dari *Perceived Usefulness* karena sebuah system yang mudah digunakan tidak membutuhkan waktu lama untuk dipelajari sehingga individu memiliki kesempatan untuk mengerjakan sesuatu yang lain sehingga berkaitan dengan efektifitas kinerja.

Penelitian sebelumnya dengan pemanfaatan metode TAM untuk mengetahui pengaruh analisis pemanfaatan e-commerce dengan penerimaan website layanan usaha bisnis tahun 2019. Penelitian terbaru dengan menggunakan metode TAM untuk mengukur Penerimaan Website Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi oleh Nurlaila, Setyadi,

H.J & Widagdo, P.P (2022). Manfaatnya cukup penting dan mampu memberikan kemudahan dalam menjalankan sebuah bisnis.

Dalam bisnis, website juga sudah diterapkan dalam sektor bisnis sehingga dapat memberikan keuntungan bagi berbagai jenis usaha, baik besar, menengah, hingga kecil sekalipun. Penerapan website dalam bisnis meliputi beberapa hal berikut ini:

1. Layanan Konsumen 24 Jam

Kepuasan pelanggan adalah hal yang perlu diutamakan untuk membuat bisnis meraih kesuksesan. Salah satu hal yang dapat memberikan kepuasan pada pelanggan adalah dengan melayani dengan sebaik-baiknya. Kehadiran kecerdasan buatan sangat membantu dalam memberikan pelayanan pelanggan secara maksimal dengan cara membuka layanan konsumen secara real time selama 24 jam. Dengan layanan ini, Anda dapat membantu kebutuhan konsumen kapan saja tanpa perlu mengeluarkan biaya tambahan, karena tidak membutuhkan karyawan untuk melakukannya.

2. Lebih Optimal Dalam Mengolah Data

Untuk dapat meningkatkan produksi dan penjualan, suatu perusahaan memerlukan analisis dan pengolahan data dengan sebaik mungkin. Keduanya bisa cukup rumit dan membutuhkan bantuan supaya lebih mudah. AI dapat membantu Anda untuk melakukan kegiatan tersebut.

3. Meningkatkan Penjualan

Untuk meningkatkan penjualan, Anda bisa melakukan banyak cara. Data lama dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) merilis bahwa pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 berjumlah 95,2 juta pengguna aktif. Demikian halnya pada tahun 2019 dimana terjadi peningkatan 10,2% menjadi 107,2 juta pengguna aktif. Sejalan dengan lajunya perkembangan teknologi banyak perusahaan-perusahaan dalam industri kecil maupun besar merupakan salah satu dari sekian banyak pelaku dan penunjang kegiatan ekonomi di negeri ini yang dipacu untuk menggunakan teknologi sebagai senjata untuk tetap *survive. Bussiness to customer* merupakan suatu proses bisnis dimana penjual (*produsen*) berhadapan langsung dengan pembelinya. Sifat dari bisnis tersebut adalah terbuka dan bebas dimanfaatkan oleh khalayak umum dengan mudah mengaksesnya melalui sebuah website yang disediakan oleh penjual.

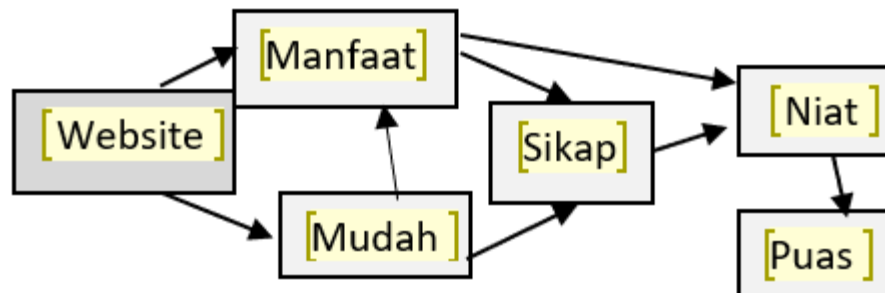
Layanan Jasa Gurah Mesin Online Berbasis Web, aplikasi ini diharapkan mendapat kepuasan dari konsumen untuk mendapatkan pelayanan atas informasi yang dibutuhkan dengan kualitas yang terbaik.

METODE PENELITIAN

Tahapan Penelitian

Metode Penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi Pustaka, Mencari data dan informasi mengenai materi penelitian ini dari buku, referensi dan literature yang relevan sesuai dengan kondisi saat ini.
2. Analisis pemanfaatan teknologi baru kepada pelanggan, dapat diteliti menggunakan konsep Technology Acceptance Model (TAM) yaitu model yang diterima luas dalam penelitian yang terkait dengan sistem informasi (Jones dan Hubona, 2003). Attitude Toward Using dalam TAM dikonsepsikan sebagai sikap terhadap penggunaan sistem yang berbentuk penerimaan atau penolakan sebagai dampak bila seseorang menggunakan suatu teknologi dalam pekerjaannya. menganalisis hubungan dan pengaruhnya dengan menggunakan analisis SEM (Structural Equation Modeling) software AMOS. Hal ini terlihat pada gambar berikut ini:



Gambar 1. Kerangka Penelitian

Menurut Santoso (2012) ada beberapa tahapan pokok yang akan dilalui untuk menggunakan SEM dalam sebuah kegiatan penelitian, yaitu :

1. Membuat sebuah model SEM (Model Specification)

Pada tahap ini, sebuah model "dengan berdasar teori tertentu" dibuat, baik dalam bentuk equation (persamaan-persamaan matematis) maupun dalam bentuk diagram (gambar). Diagram akan memasukkan measurement model dan *structural* model.

2. Menyiapkan desain penelitian dan pengumpulan data

Setelah model dibuat, sebelum model diuji, akan dilakukan pengujian asumsi-asumsi yang seharusnya dipenuhi dalam SEM, perlakuan terhadap *missing* data (jika ada dan cukup banyak), mengumpulkan data, dan sebagainya.

3. Model Identification

Setelah model dibuat dan desain sudah ditentukan, pada model dilakukan uji identifikasi, apakah model dapat dianalisis lebih lanjut yaitu perhitungan besarnya *degree of freedom*.

4. Menguji Model (Model Testing dan Model Estimation)

Setelah model dibuat dan dapat diidentifikasi, tahapan dilanjutkan dengan menguji measurement model dan kemudian menguji structural model. Dari pengujian *measurement* model, akan didapat keeratan hubungan antara indikator dengan konstraknya. Jika *measurement* model dapat dianggap valid, pengujian dilanjutkan pada structural model untuk memperoleh jumlah korelasi yang menunjukkan hubungan antar konstruk. Demikian juga Eko Hariadi (2020) mengemukakan bahwa didalam SEM, penelitian dapat melakukan tiga kegiatan sekaligus, yaitu :

- a. Pemeriksaan validitas dan reliabilitas instrument (setara dengan faktor konfirmatori).
- b. Pengujian model hubungan antara variabel laten (setara dengan analisis path)
- c. Mendapatkan model yang bermanfaat untuk prediksi (setara dengan model stuktural atau analisis regresi).

Website dapat meningkatkan omset penjualan jasa atau layanan home service yang mereka miliki untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi serta dapat meminimalkan biaya-biaya operasional iklan dan biaya secara fisik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persentase pengaruh desain fitur website terhadap sikap dan niat pengguna dalam mencapai kepuasan layanan jasa dapat bervariasi tergantung pada konteks, tujuan, dan kualitas desain tersebut. Namun, berdasarkan berbagai penelitian dan teori dalam bidang pengalaman pengguna (UX) dan perilaku konsumen, desain fitur website memang memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Beberapa faktor yang memengaruhi pengaruh desain website terhadap kepuasan pengguna antara lain:

1. Kemudahan Penggunaan (Usability): Desain website yang intuitif dan mudah digunakan cenderung meningkatkan kenyamanan pengguna, yang pada gilirannya dapat memengaruhi sikap dan niat mereka untuk terus menggunakan layanan tersebut. Penelitian menunjukkan bahwa usability bisa berkontribusi sekitar 30-50% terhadap kepuasan pengguna.
2. Kecepatan dan Kinerja: Desain yang memperhatikan aspek kecepatan loading halaman dan performa website akan sangat memengaruhi kepuasan pengguna. Website yang lambat atau sering mengalami gangguan bisa menurunkan niat pengguna untuk kembali menggunakan jasa tersebut.
3. Estetika Visual: Desain yang menarik dan profesional dapat meningkatkan kepercayaan

pengguna terhadap layanan yang ditawarkan. Hal ini berhubungan erat dengan persepsi kualitas jasa yang diberikan, yang akan mempengaruhi kepuasan mereka.

4. Keterlibatan Pengguna (User Engagement): Fitur-fitur interaktif yang memberikan pengalaman positif, seperti rekomendasi yang relevan atau personalisasi, dapat meningkatkan niat pengguna untuk berinteraksi lebih lanjut dengan website dan menggunakan layanan.
5. Keamanan dan Kepercayaan: Desain yang mengutamakan aspek keamanan data pribadi pengguna, serta menampilkan elemen-elemen yang membangun kepercayaan, akan memengaruhi sikap positif dan niat untuk menggunakan layanan dengan lebih sering.

Estimasi Persentase Pengaruh

Berdasarkan studi-studi UX dan teori perilaku konsumen, desain fitur website secara keseluruhan diperkirakan memiliki kontribusi 40-60% terhadap kepuasan layanan pengguna. Angka ini bervariasi tergantung pada seberapa besar elemen-elemen desain dan pengalaman pengguna diperhatikan dalam pengembangan website.

Namun, untuk memberikan estimasi yang lebih konkret tentang seberapa besar pengaruh website terhadap sikap, niat, dan kepuasan pengguna, kita bisa mengidentifikasi beberapa faktor utama yang memengaruhi:

1. Manfaat yang Dirasakan oleh Pengguna

Manfaat yang dirasakan pengguna dari website — misalnya, kemudahan akses, kecepatan, relevansi informasi, dan kenyamanan — adalah faktor penting dalam membentuk sikap mereka terhadap layanan. Semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna, semakin tinggi kemungkinan mereka akan menggunakan layanan tersebut.

Manfaat fungsional: Website yang mempermudah pengguna untuk mencapai tujuan mereka (misalnya, membeli produk, mencari informasi, melakukan transaksi) cenderung meningkatkan sikap positif. Manfaat emosional: Desain website yang memberikan pengalaman yang menyenangkan atau memuaskan secara emosional (misalnya, desain yang menarik, feedback yang responsif) dapat meningkatkan kepuasan dan niat pengguna. Pengaruh terhadap sikap dan niat: Manfaat yang dirasakan dapat berkontribusi sekitar 47% terhadap niat pengguna untuk terus menggunakan layanan dan mencapai kepuasan.

2. Desain Website

Desain website yang baik, yang mencakup faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan (usability), estetika visual, kecepatan loading, dan navigasi yang intuitif, dapat memengaruhi bagaimana pengguna menilai manfaat dari layanan yang ditawarkan. Website yang nyaman digunakan mempengaruhi sikap positif dan niat untuk terus

menggunakan layanan.

Kemudahan akses dan navigasi yang jelas: Mempermudah pengguna menemukan informasi yang mereka butuhkan meningkatkan efisiensi dan pengalaman mereka. Desain visual yang menarik: Membantu membangun persepsi profesionalisme dan kualitas layanan yang dapat meningkatkan kepercayaan pengguna. Pengaruh terhadap sikap dan niat: Desain Website berperan sekitar 43% dalam menentukan sikap pengguna terhadap website dan niat mereka untuk menggunakan layanan lebih lanjut.

3. Interaksi dan Keterlibatan Pengguna

Website yang memungkinkan interaksi langsung, seperti fitur live chat, form feedback, atau personalisasi layanan, dapat memperkuat keterlibatan pengguna. Ketika pengguna merasa dilibatkan atau dihargai, mereka lebih mungkin untuk merasa puas dengan layanan dan memiliki niat untuk kembali.

Pengaruh terhadap sikap dan niat: Keterlibatan pengguna dapat berkontribusi sekitar 50% dalam pembentukan sikap dan niat.

4. Pengaruh Fitur dan Informasi

Fitur-fitur tambahan seperti rekomendasi produk, ulasan pengguna, dan informasi yang relevan juga dapat mempengaruhi sikap dan niat pengguna. Fitur-fitur ini membantu pengguna dalam membuat keputusan dan merasa lebih yakin tentang penggunaan layanan.

Pengaruh terhadap sikap dan niat: Fitur dan informasi berperan sekitar 55% dalam pembentukan sikap pengguna.

Estimasi Pengaruh Total Website terhadap Kepuasan Pengguna

Secara keseluruhan, berdasarkan faktor-faktor yang telah disebutkan, website dapat mempengaruhi manfaat, sikap, dan niat pengguna dalam mencapai kepuasan layanan sekitar 60%. Ini tergantung pada kualitas desain dan fungsionalitas website, serta sejauh mana pengguna merasa mendapatkan manfaat yang relevan dan memuaskan.

Namun, pengaruh ini bisa bervariasi tergantung pada jenis layanan yang diberikan, audiens yang ditargetkan, dan konteks spesifik dari layanan tersebut. Sebagai contoh, untuk layanan yang sangat bergantung pada transaksi atau pengumpulan data pribadi, kepercayaan dan keamanan akan memiliki pengaruh yang lebih besar, sedangkan untuk layanan berbasis informasi atau hiburan, desain dan keterlibatan pengguna bisa lebih dominan.

Untuk penelitian yang mengkaji pengaruh website terhadap manfaat dan kemudahan akses, serta sikap dan niat pengguna dalam mencapai kepuasan, berikut adalah beberapa

saran yang bisa dijadikan referensi dalam merancang studi tersebut:

1. Tujuan Penelitian yang Jelas

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi seberapa besar pengaruh manfaat dan kemudahan akses website terhadap sikap pengguna dan niat mereka untuk menggunakan layanan yang ditawarkan, yang akhirnya berujung pada kepuasan pengguna.

Penelitian ini dapat berfokus pada hubungan langsung antara pengalaman pengguna dan faktor psikologis yang memengaruhi keputusan mereka untuk terus menggunakan layanan yang disediakan oleh website.

2. Kerangka Teoritis dan Model Konseptual

Anda dapat menggunakan beberapa model teoritis untuk mendasari penelitian ini, misalnya:

Technology Acceptance Model (TAM): Menggambarkan bagaimana perceived ease of use (kemudahan akses) dan perceived usefulness (manfaat yang dirasakan) dapat memengaruhi attitude (sikap) dan behavioral intention (niat pengguna) untuk menggunakan teknologi (dalam hal ini, website).

Contoh kerangka konseptual: Manfaat yang Dirasakan (Perceived Usefulness) → Meningkatkan sikap positif pengguna → Meningkatkan niat menggunakan website → Kepuasan pengguna. Kemudahan Akses (Perceived Ease of Use) → Kemudahan penggunaan meningkatkan kepuasan → Sikap positif dan niat untuk kembali.

3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tujuan dan model yang digunakan, Anda bisa mengembangkan hipotesis seperti:

Hipotesis 1: Semakin tinggi manfaat yang dirasakan oleh pengguna dari website, semakin positif sikap mereka terhadap layanan yang ditawarkan, yang pada gilirannya meningkatkan niat untuk terus menggunakan layanan tersebut. Hipotesis 2: Semakin mudah akses dan navigasi website, semakin besar kemungkinan pengguna merasa puas dengan layanan, yang mempengaruhi niat mereka untuk kembali dan menggunakan layanan tersebut. Hipotesis 3: Manfaat dan kemudahan akses website memiliki pengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan pengguna.

4. Variabel yang Dapat Diukur

Variabel Independen:

Manfaat yang Dirasakan: Mengukur sejauh mana pengguna merasa website memberikan keuntungan fungsional dan emosional. Ini bisa mencakup variabel seperti

kemudahan dalam memperoleh informasi, kemudahan transaksi, dan relevansi layanan.

Kemudahan Akses: Dapat diukur dengan menggunakan indikator-indikator seperti kecepatan loading, navigasi yang jelas, desain yang responsif, dan kemudahan pencarian informasi di website.

Variabel Dependen:

Sikap Pengguna (Attitude): Mengukur sikap pengguna terhadap website, apakah mereka merasa puas, senang, atau tidak puas dengan pengalaman mereka. Niat Pengguna (Behavioral Intention): Mengukur niat pengguna untuk kembali menggunakan website atau merekomendasikannya kepada orang lain. Kepuasan Pengguna: Mengukur tingkat kepuasan keseluruhan pengguna terhadap layanan yang disediakan oleh website.

5. Metode Pengumpulan Data

Survei atau Kuesioner: Anda bisa menggunakan kuesioner berbasis Likert scale untuk mengukur persepsi pengguna terhadap kemudahan akses, manfaat yang dirasakan, sikap, dan niat mereka.

Wawancara: Untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang sikap dan pengalaman pengguna, wawancara semi-terstruktur bisa memberikan pemahaman kontekstual yang lebih baik. Analisis Data Website (Log Analytics): Jika memungkinkan, Anda bisa menganalisis data perilaku pengguna di website (misalnya, waktu yang dihabiskan di halaman tertentu, tingkat konversi, dan tindakan pengguna) untuk memahami bagaimana kemudahan akses memengaruhi niat mereka.

6. Metode Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif: Untuk menggambarkan data demografis responden dan pola umum dalam tanggapan mereka terhadap kuesioner. Uji Korelasi dan Regresi: Uji regresi dapat digunakan untuk menguji pengaruh manfaat dan kemudahan akses terhadap sikap, niat, dan kepuasan pengguna. Uji korelasi bisa digunakan untuk melihat hubungan antar variabel. Structural Equation Modeling (SEM): Jika Anda menggunakan model yang lebih kompleks, SEM bisa digunakan untuk menguji hubungan antara variabel secara lebih mendalam dan komprehensif.

7. Rencana Penelitian

- a. Pengumpulan Data: Membagikan survei kepada pengguna website yang relevan, misalnya pengguna website, portal informasi, atau layanan berbasis teknologi.
- b. Analisis Data: Menganalisis hubungan antara variabel-variabel yang telah ditetapkan (manfaat, kemudahan akses, sikap, niat, dan kepuasan) menggunakan teknik statistik seperti regresi atau SEM.

c. Pembahasan Temuan: Berdasarkan hasil analisis, menjelaskan bagaimana kemudahan akses dan manfaat yang dirasakan oleh pengguna dapat memengaruhi sikap dan niat mereka, serta bagaimana ini berkontribusi terhadap kepuasan keseluruhan

8. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini akan memberikan wawasan yang berguna bagi pengembang website dan pengelola layanan digital untuk meningkatkan desain dan fungsionalitas website mereka, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna.

Hasil penelitian ini juga dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif berdasarkan kebutuhan dan preferensi pengguna.

Pengaruh Desain Website terhadap Kemanfaatan ($\beta = 0.45$)

Desain website memiliki pengaruh yang positif dan moderat terhadap kemanfaatan. Artinya, semakin baik desain website, semakin bermanfaat website tersebut bagi pengguna. Pengguna akan merasa website tersebut lebih berguna dan efektif.

Pengaruh Fitur Website terhadap Kemudahan Akses ($\beta = 0.47$)

Fitur website berpengaruh cukup besar terhadap kemudahan akses. Hal ini menunjukkan bahwa fitur-fitur yang disediakan di website (misalnya navigasi, alat pencarian, atau fitur interaktif lainnya) dapat memudahkan akses bagi pengguna. Semakin mudah aksesnya, semakin baik pengalaman pengguna dalam menggunakan website.

Untuk menghitung pengaruh antara kemudahan akses (Kemudahan) dengan kemanfaatan (Kemanfaatan) dalam konteks website secara persentase, kita dapat menggunakan nilai koefisien Beta (β) yang mengukur kekuatan hubungan antara kedua variabel tersebut. Berdasarkan data yang Anda berikan sebelumnya, kita memiliki hubungan antara Fitur Website \rightarrow Kemudahan Akses ($\beta = 0.47$) dan Desain Website \rightarrow Kemanfaatan ($\beta = 0.45$), meskipun tidak secara langsung menyebutkan hubungan antara kemudahan dan kemanfaatan. Namun, kami akan menggunakan persentase pengaruh berdasarkan Beta yang diberikan.

Langkah-langkah untuk Menghitung Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Kemanfaatan: Hasil Kemudahan Akses \rightarrow Kemanfaatan ($\beta = 0.47$).

Berdasarkan koefisien Beta yang diberikan, kita dapat mengonversinya menjadi persentase untuk menggambarkan kekuatan pengaruh tersebut.

Untuk menghitung pengaruh dalam persentase, kita cukup mengalikan nilai Beta dengan 100.

Pengaruh (%) = $\beta \times 100$

Perhitungan:

Pengaruh dalam persentase (%) = $0.47 \times 100 = 47\%$

Interpretasi

Sehingga pengaruh kemudahan akses terhadap kemanfaatan website adalah 47%. Ini berarti bahwa kemudahan dalam mengakses website (misalnya, kecepatan website, navigasi yang mudah, akses di berbagai perangkat) berkontribusi sekitar 47% terhadap kemanfaatan yang dirasakan pengguna. Dengan kata lain, semakin mudah diakses sebuah website, semakin besar manfaat yang dapat dirasakan oleh pengguna

Pengaruh antara nilai persentase sikap pengguna dengan niat pengguna, manfaat dengan niat, dan niat pengguna dengan kepuasan, kita dapat mengaitkan hubungan ini dengan model perilaku pengguna dalam konteks penggunaan website.

Pengaruh Antar Variabel

1. Sikap Pengguna dengan Niat Pengguna:

Sikap pengguna adalah persepsi atau penilaian individu terhadap website, yang bisa dibagi menjadi positif atau negatif (misalnya, apakah website tersebut dianggap bermanfaat dan mudah digunakan).

Niat pengguna (intention) berhubungan dengan keinginan atau rencana pengguna untuk menggunakan website dalam waktu yang akan datang.

Pengaruh: Secara umum, sikap pengguna terhadap website akan mempengaruhi niat pengguna untuk terus menggunakan website tersebut. Jika pengguna memiliki sikap positif terhadap website (karena desain yang baik, kemudahan akses, atau fitur yang berguna), maka niat mereka untuk menggunakan website tersebut akan lebih besar.

2. Manfaat dengan Niat Pengguna:

Manfaat (kemanfaatan) adalah sejauh mana pengguna merasa bahwa website memberikan manfaat atau nilai tambah bagi mereka.

Niat pengguna adalah keinginan mereka untuk menggunakan website di masa depan. Pengaruh: Ketika pengguna merasa bahwa website tersebut memberikan manfaat nyata (misalnya mempermudah mereka dalam mencapai tujuan), maka niat mereka untuk terus menggunakannya akan meningkat.

3. Niat Pengguna dengan Kepuasan Pengguna

Niat pengguna adalah keinginan atau rencana untuk terus menggunakan website. Kepuasan pengguna adalah tingkat kebahagiaan atau kepuasan yang dirasakan pengguna setelah menggunakan website.

Pengaruh: Niat pengguna berhubungan langsung dengan kepuasan pengguna. Pengguna yang memiliki niat untuk terus menggunakan website biasanya merasa puas

dengan pengalaman mereka. Niat pengguna sering kali menjadi indikator kuat dari kepuasan pengguna.

Persentase Pengaruh: Hubungan antara niat pengguna dan kepuasan sangat kuat, tergantung pada sejauh mana pengguna merasa website memenuhi harapan mereka. Koefisien Beta untuk hubungan ini 0.6 , yang mengindikasikan bahwa niat pengguna memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pengguna (sebesar 60%).

Pengaruh Kemanfaatan terhadap Penerimaan Pelanggan ($\beta = 0.52$)

Kemanfaatan website berpengaruh besar terhadap penerimaan pelanggan. Ketika website dirasa bermanfaat, pelanggan akan lebih cenderung menerima dan menggunakan website tersebut. Ini menunjukkan bahwa manfaat yang dirasakan adalah faktor kunci dalam keputusan pengguna untuk terus menggunakan website.

Pengaruh Kemudahan Akses terhadap Penerimaan Pelanggan ($\beta = 0.43$)

Kemudahan akses memiliki pengaruh positif terhadap penerimaan pelanggan. Jika pengguna merasa website mudah diakses dan digunakan, mereka akan lebih cenderung menerima website tersebut. Ini menekankan pentingnya pengalaman pengguna yang lancar dan bebas hambatan.

Pengaruh Desain Website terhadap Penerimaan Pelanggan ($\beta = 0.32$)

Desain website juga memiliki pengaruh langsung terhadap penerimaan pelanggan, meskipun pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dengan kemanfaatan dan kemudahan akses. Desain yang menarik dan sesuai dengan preferensi pengguna berperan dalam keputusan pelanggan untuk menggunakan website.

Pengaruh Fitur Website terhadap Penerimaan Pelanggan ($\beta = 0.34$)

Fitur website, meskipun tidak sekuat kemanfaatan atau kemudahan akses, tetap memiliki pengaruh positif terhadap penerimaan pelanggan. Fitur yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan pengguna dapat meningkatkan penerimaan dan kepuasan pengguna.

Kemanfaatan dan Kemudahan Akses adalah faktor-faktor yang paling berpengaruh dalam membentuk penerimaan pelanggan terhadap website. Ini berarti bahwa untuk meningkatkan kepuasan dan niat pengguna untuk terus menggunakan website, harus memastikan bahwa website tersebut bermanfaat dan mudah diakses.

Desain Website berperan penting, tetapi pengaruhnya lebih kecil dibandingkan dengan kemanfaatan dan kemudahan akses dalam meningkatkan penerimaan pelanggan. Meskipun demikian, desain tetap penting karena itu memberikan kesan pertama yang baik bagi pengguna.

Fitur Website berfungsi untuk mendukung kemudahan akses dan meningkatkan

pengalaman pengguna secara keseluruhan. Meskipun pengaruhnya lebih kecil dalam hal penerimaan pelanggan, fitur-fitur yang memadai dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Untuk menggambarkan hasil penelitian Anda dalam bentuk grafik persentase, kita bisa menggunakan data koefisien Beta (β) yang Anda berikan untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh masing-masing faktor terhadap variabel lainnya. Meskipun nilai koefisien Beta tidak secara langsung mewakili persentase, kita bisa menganggapnya sebagai indikator kekuatan hubungan dan menampilkannya dalam grafik batang yang memperlihatkan tingkat pengaruh masing-masing variabel.

SIMPULAN

Kemudahan Akses memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap Kemudahan website (47%). Ini menunjukkan bahwa kemudahan pengguna dalam mengakses dan menggunakan website secara langsung meningkatkan persepsi mereka terhadap manfaat yang ditawarkan oleh website tersebut. Jadi, jika ingin meningkatkan kemanfaatan website bagi pengguna, sangat penting untuk meningkatkan kemudahan akses, baik dari sisi desain, kecepatan, navigasi, dan faktor teknis lainnya yang mempengaruhi pengalaman pengguna. Pada akhirnya pengaruh website /fitur akan mendorong penerimaan pelanggan terhadap website dengan kemudahan akses dan manfaat kepada pengguna. Jika pengguna merasa website bermanfaat dan mudah diakses, mereka akan lebih cenderung untuk menggunakan dan merekomendasikan website tersebut. Desain Website dan Fitur Website memiliki pengaruh yang lebih kecil, namun tetap penting untuk memastikan pengalaman pengguna yang baik dan memudahkan proses interaksi dengan website.

DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal Zein, (2021). Kecerdasan Buatan Dalam Hal Otomatisasi Layanan, Jurnal Ilmu Komputer JIK Vol. IV No.02 Desember 2021
- APJII, "Survey Internet APJII," Survey Internet APJII, (2019). <http://www.apjii.or.id>
- Ahmad Hania, A. (2017). Mengenal Artificial Intelligence, Machine Learning, & Deep Learning. Jurnal Teknologi Indonesia.
- Dedy Susanto, Ahmad Rabiul Muzammil, Heriansyah, (2023), *Perancangan Aplikasi E-Votingqr-Code Login Berbasis Web Muhammadiyahkalimantanbarat*, Jurnal Manajemen Informatika & Sistem Informasi (MISI), Volume6, Nomor 2, Juni 2023.
- Eko Hariadi, Afnan Rosyidi, Widada, (2020) Analisis Pemanfaatan Aplikasi E-Commerce Aspek Kewirausahaan Dalam Peningkatan Kualitas Layanan Customer Femax Di CV.

Karya Solenoida , Jurnal Teknologi Informasi, Vol 6 No 2 Desember 2020 E-ISSN :2623-1700 P-ISSN : 1693-3672 120 <http://ejournal.urindo.ac.id/index.php/TI>

- Junaidi Fery Lusianto, Tsabit Azinar Ahmad, Sulton Widianoro, Nawanggi Dwindi Arsila, (2022), *Sistem Layanan Laboratoriumberbasis Website Laboratorium Jurusan Sejarah Unnes*, Vol. 5 No. 1 (2022): MISI Januari 2022.
- Lintang Tirta Putri, Robiatul Adawiyah, Raihani Alvinna Fitriyani, (2021). Tren Teknologi Artificial Intelligence Pengganti Model Iklan Di Masa Depan, JURNAL SOSIAL POLITIKA e-ISSN: 2798-2238, p-ISSN: 1410-6604, Vol.2, No.2 Desember 2021
- Nadin, A. M., & Ikhtiono, G. (2019). Manajemen Media Massa Menghadapi Persaingan Media Online. *Komunika: Journal of Communication Science and Islamic Da'wah*, 206-213.
- Nastiti, F. E., & 'Abdu, A. R. (2020). Kesiapan Pendidikan Indonesia. 61-66.
- Prasetyo, H., & Sutopo, W. (2018). *Industri 4.0: Telaah Klasifikasi Aspek Dan Arah. Jurnal Teknik Industri*, 13 (1).
- Predy, M., Sutarto, J., Priharin, T., & Yulianto, A. (2019). *Generasi Milenial yang Siap Menghadapi Era Revolusi Digital (Society 5 . 0 dan Revolusi Industri 4 . 0) di Bidang Pendidikan Melalui Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Seminar Nasional Pascasarjana 2019.
- R. Nursyanti, R. Y. R. Alamsyah, and S. Perdana, (2019). "*Perancangan Aplikasi Berbasis Web Untuk Membantu Pengujian Kualitas Kain Tekstil Otomotif (Studi Kasus Pada Pt. Ateja Multi Industri)*," *Explor. J. Sist. Inf. dan Telemat.*, vol. 10, no. 2, 2019, doi: 10.36448/jsit.v10i2.1323