

Pengaruh Kualitas Layanan Aplikasi Escete terhadap Kepuasan Anggota Credit Union Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar

Viktor Amos^{1*}, Hendrikus Kadang²

¹ Departemen Sains Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin, Makassar

² Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Atma Jaya Makassar

*Penulis Korespondensi
email: viktoramos02@gmail.com

Abstrak

Pesatnya perkembangan teknologi internet telah masuk ke berbagai penjuru atau bidang kehidupan manusia di abad ini. Kemudahan yang ditawarkan oleh teknologi keuangan antara lain adalah kemudahan dalam melakukan transfer uang non-tunai, cek saldo dan mutasi rekening, membayar tagihan bulanan, isi ulang pulsa elektrik, pembayaran e-commerce, informasi kartu kredit/credit card, melihat informasi kurs, dan bisa mengetahui program lembaga keuangan. Karena itu, kualitas dari sebuah layanan cukup menentukan kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan mereka. Salah satu e-banking itu adalah aplikasi Escete. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas layanan aplikasi Escete terhadap kepuasan anggota Credit Union Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang diteliti adalah 100 orang. Metode analisis yang digunakan meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi. Pengolahan data menggunakan program SPSS for Windows versi 25.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi Escete yang meliputi ease of use, e-scape, customization, responsiveness, assurance mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota Credit Union Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar.

Kata Kunci: Aplikasi Escete, Kualitas Layanan

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memberi dampak terhadap kepuasan masyarakat khususnya dalam melakukan transaksi keuangan. Ada lima faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen yaitu (1) kualitas produk (*product quality*): konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, (2) kualitas layanan (*service quality*): konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan, (3) emosi (*emotion*): konsumen akan merasa bangga dan mendapat keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk atau jasa dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi, (4) harga (*price*): produk atau jasa yang mempunyai kualitas yang sama tetapi memiliki harga yang relatif murah akan memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada konsumennya, dan biaya (*cost*): konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk dan jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu (Lupiyoadi, 2001).

Dari kelima faktor-faktor tersebut, kualitas dari sebuah layanan (*service quality*) cukup menentukan kepuasan konsumen dalam memenuhi kebutuhan mereka. Selanjutnya berkembanglah lima dimensi dari *service quality* (kualitas layanan) menjadi *e-services quality* untuk mengukur kepuasan konsumen dalam menggunakan layanan berbasis *online* seperti website, aplikasi dan layanan *online* lainnya antara lain: (1) *ease of use* (kemudahan penggunaan) yaitu tingkat kemudahan sebuah situs, website, aplikasi, blog, dan sebagainya untuk digunakan konsumen. Kemudahan ini meliputi tingkat fungsionalitas, aksesibilitas pada informasi yang ada dalam situs (apakah informasi mudah diperoleh), kemudahan dalam melakukan pemesanan, dan kemudahan navigasi, (2) *e-scape* (tampilan) yaitu tampilan sebuah situs, website, aplikasi, blog, dan sebagainya meliputi warna yang digunakan dan desain yang dipilih untuk memudahkan konsumen dalam menggunakan situs tersebut, (3) *customization* (kustomisasi) merupakan penyesuaian tingkat pelayanan yang diberikan oleh sebuah situs terhadap keinginan dan kebutuhan masing-masing konsumen, (4) *responsiveness* (ketanggapan) yaitu kecepatan aplikasi, website, blog, atau sebuah situs dalam membalas pertanyaan atau permintaan yang diajukan oleh konsumen, (5) *assurance* (jaminan) yaitu keamanan sebuah situs, website, aplikasi, blog, dan sebagainya dalam menjaga data yang telah diberikan oleh konsumen dan juga keseluruhan informasi yang dimiliki oleh konsumen (Ribbink dkk., 2004).

Credit Union Mekar Kasih pun tidak lepas dari perkembangan teknologi ini. Digitalisasi telah begitu jauh merambah industri keuangan dan Credit Union sebagai lembaga yang juga menyediakan layanan keuangan harus menyesuaikan diri atau akan ketinggalan kereta. Saat ini CU Mekar Kasih dalam hal ini CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar dalam gerakan bersama sejumlah CU Primer lain, di bawah Puskopdit BKCU Kalimantan menggandeng PT. Akselera Raksa Optima (PT ARO) selaku mitra penyedia layanan teknologi informasi untuk mulai membangun digitalisasi produk dan layanan. Melalui kerja sama itu, lahirlah layanan Escete dalam bentuk aplikasi. Konsep dari Escete hampir menyerupai konsep dari *e-banking*, yang mana keduanya merupakan sarana strategi pada sektor lembaga global untuk menarik anggota dan meningkatkan kepuasan anggota di bidang pelayanan jasa keuangan. Escete diciptakan untuk mempermudah transaksi dan mengurangi beban kerja lembaga serta meningkatkan mutu layanan berbasis teknologi dan informasi. CU Mekar Kasih memiliki tantangan kerja yang besar dalam mengubah kebiasaan transaksi anggota dari transaksi finansial yang bersifat konvensional menjadi transaksi yang berbasis Android melalui Escete (Credit Union Mekar Kasih, 2019).

Aplikasi ini sudah dirilis pada tahun 2017 dan mulai disosialisasikan dalam tahun yang sama sampai sekarang dalam setiap pendidikan anggota, media sosial, brosur, dan melalui kunjungan para Kerabat (kelompok relawan bagi anggota) (Credit Union Mekar Kasih, 2020). Seyogianya dengan adanya sosialisasi atau promosi itu, aktivator Escete meningkat dari bulan ke bulan seiring dengan penambahan jumlah anggota setiap bulan. Di samping itu, anggota CU Mekar Kasih KP Makassar didominasi oleh anggota berumur 30 tahun ke atas yang sepiantas lalu kurang mengenal penggunaan teknologi ini. Akibatnya banyak dari anggota yang hanya men-*download* dan mengaktivasi saja namun tidak menggunakan aplikasi karena tingkat *ease of use* (kemudahan penggunaan) serta *e-scape*

(tampilan) yang cukup sulit dimengerti oleh anggota untuk digunakan. Berkaitan dengan itu, untuk melakukan transaksi transfer antar-bank, selain biayanya yang relatif tinggi, memasukkan kode referensi bank yang dituju harus membuka satu per satu item bank, dengan kata lain memakan waktu yang lebih lama dibandingkan dengan metode pembayaran lainnya. Selain itu, seringkali dalam melakukan transaksi, aplikasi menutup dengan sendirinya sehingga membuat anggota kurang puas untuk menggunakan aplikasi ini. Dalam melakukan pinjaman *online*, aplikasi Escete hanya mampu mencairkan pinjaman kepada anggota sebesar saldo simpanan mereka sehingga anggota lebih sering menggunakan cara pelayanan yang konvensional yaitu datang ke kantor untuk melakukan transaksi dan pencairan pinjaman sehingga pada akibatnya mereka tidak menggunakan aplikasi Escete lagi. Jumlah pencairan konvensional bisa melebihi jumlah pencairan yang dilakukan melalui aplikasi Escete (Oge, 2019). Berdasarkan alasan dan fenomena tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian di CU Kantor Pelayanan Makassar tentang pengaruh kualitas layanan aplikasi Escete terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih KP Makassar.

METODE PENELITIAN

Untuk menganalisis tentang pengaruh kualitas layanan aplikasi terhadap kepuasan anggota tersebut, peneliti melakukan penelitian kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Sugiyono, 2010). Pendekatan asosiatif merupakan pendekatan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Hubungan yang digunakan merupakan hubungan sebab-akibat (kausal) (Sugiyono, 2013).

Populasi adalah semua individu yang menjadi sumber pengambilan sampel. Populasi dalam penelitian ini adalah anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar sebanyak 3687 anggota (Credit Union Mekar Kasih, 2019). Sampel atau contoh adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, semua anggota populasi mempunyai kesempatan untuk menjadi sampel penelitian atau sering disebut *probability sampling* (Sugiyono, 2014) dengan menggunakan teknik pengambilan sampel acak sederhana (*simple random sampling*). Teknik pengambilan sampel dengan cara ini memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel penelitian. Perhitungan jumlah sampel dilakukan dengan acuan pada rumus Slovin pada tahun 1960. Adapun sampel yang diambil dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \tag{1}$$

Keterangan:

n = sampel e = taraf kesalahan atau nilai kritis N = populasi

Pengambilan sampel ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 90% atau nilai kritis 10% sehingga ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{3687}{1 + 3687 \times (10\%)^2} \quad (2)$$

$$n = 97,35 \approx 100 \quad (3)$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka sampel yang diambil sebanyak 100 orang.

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh dengan cara membagikan kuesioner kepada responden, dalam hal ini para anggota Credit Union Mekar Kasih sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini. Metode yang digunakan adalah metode survey. Oleh karena unit analisis meliputi wilayah yang sangat luas, maka dalam mengumpulkan data yang diperlukan, peneliti datang ke kantor Credit Union Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar dan membagikan kuesioner kepada para anggota yang datang untuk mengurus administrasi sampai semua data yang dibutuhkan terkumpul.

Variabel-variabel penelitian ini meliputi:

1. Kualitas Layanan Aplikasi Escete (Variabel X)

Kualitas layanan aplikasi Escete didefinisikan sebagai kemampuan aplikasi Escete dalam memberikan fasilitas yang efektif dan efisien untuk belanja *online*, pembelian *online*, dan dalam pencairan pinjaman secara cepat dan tepat. Kualitas layanan aplikasi Escete mempunyai lima (5) dimensi sebagai berikut:

a. *Ease of Use*/ Kemudahan Penggunaan (X1)

Ease of use (X1) adalah tingkat kemudahan aplikasi Escete untuk digunakan oleh anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar. Indikator yang digunakan adalah kemudahan login (masuk), tingkat fungsionalitas setiap fitur, kemudahan pemesanan, dan bahasa yang digunakan untuk navigasi (Ribbink dkk., 2004).

b. *E-Scape*/Tampilan (X2)

E-Scape (X2) merupakan tampilan aplikasi Escete meliputi warna yang digunakan agar anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar merasa nyaman dan tidak terganggu, desain yang dipilih mudah dikenali untuk memudahkan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar dalam menggunakan aplikasi tersebut, serta gambar atau ikon yang mewakili suatu tombol (Ribbink dkk., 2004).

c. *Customization*/Kustomisasi (X3)

Customization (X3) merupakan penyesuaian tingkat pelayanan aplikasi Escete terhadap keinginan dan kebutuhan masing-masing anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar. Indikator untuk mengukur kustomisasi adalah kelancaran akses, kemampuan penyajian informasi (Ribbink dkk., 2004).

d. *Responsiveness*/Ketanggapan (X4)

Responsiveness (X4) merupakan kecepatan, ketanggapan dan ketepatan aplikasi Escete dalam merespon pertanyaan atau permintaan, transaksi yang diajukan oleh anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar. Item yang digunakan adalah tanggap dalam proses penyediaan informasi bagi konsumen, tingkat *error* (kesalahan) yang minim saat penggunaan, pembaharuan sistem yang berkesinambungan, keakuratan informasi yang diberikan (Ribbink dkk., 2004).

e. *Assurance/Jaminan (X5)*

Assurance (X5) merupakan keamanan aplikasi Escete dalam menjaga data dan keseluruhan informasi yang telah diberikan oleh anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar kepada lembaga. Item yang digunakan adalah privasi dan kerahasiaan informasi tentang konsumen, keamanan transaksi, perlindungan sistem keamanan jaringan yang baik, ganti rugi (Friedman dkk., 2000).

2. *Kepuasan Anggota (Variabel Y)*

Kepuasan anggota (Y) CU Mekar Kasih terhadap layanan aplikasi Escete ini didefinisikan sebagai suatu tanggapan emosional atau evaluasi anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar dalam bertransaksi menggunakan jasa layanan aplikasi Escete. Untuk mengukur kepuasan, indikator yang digunakan meliputi pengembangan teknologi, tingkat ketidakpuasan konsumen (anggota), manfaat yang diperoleh, pengetahuan dan pengalaman, sikap pelanggan dalam melakukan transaksi, penggunaan biaya, sikap terhadap penyedia jasa lainnya (Lohse & Spiller, 1998).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Skor dalam instrumen ini adalah 1 (sangat tidak puas) – 5 (sangat puas). Kuesioner ini menggunakan skala *likert*. Skala ini digunakan untuk mengukur respon subjek penelitian dalam lima (5) poin skala dengan interval yang sama (Sugiyono, 2014)

Penelitian dilakukan awal tahun 2020 yaitu pada bulan Februari-Maret 2020 yang dimulai dengan pengumpulan informasi awal pada November 2019 di kantor Credit Union Mekar Kasih Makassar, Jl. Pelita Raya Blok A 24/5, Makassar, Sulawesi Selatan.

PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang diambil dalam penelitian ini terlihat pada tabel 1 berikut ini:

Tabel 1. Karakteristik Responden

| Kategori | | | | | Jumlah |
|---------------------------|-----------|-------|-----------|------|--------|
| Jenis Kelamin | Laki-Laki | | Perempuan | | |
| | 40 | | 60 | | 100 |
| Umur (tahun) | < 20 | 21-30 | 31-41 | > 41 | |
| | 0 | 11 | 34 | 55 | 100 |
| Tingkat Pendidikan | SMA/SMK | D3 | S1 | S2 | |
| | 11 | 0 | 74 | 15 | 100 |

Dari tabel 1 terlihat bahwa dari 100 responden terdiri dari 40 laki-laki dan 60 perempuan. Dari segi usia, 11 responden yang berumur di antara 21-30 tahun, 34 responden yang berusia 31-41 tahun dan yang lebih dari 41 tahun sejumlah 55 orang. Sedangkan dari segi pendidikan, 11 responden lulus SMA/SMK, 74 responden lulusan Strata-1 dan 15 responden berjenjang pendidikan Magister.

B. Uji Instrumen

Uji instrumen penelitian ini terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas diperlukan untuk mengukur kesesuaian instrumen untuk mengukur apa yang akan diukur. Analisis yang digunakan adalah *bivariate Pearson* atau Produk Momen Pearson yang menyatakan bahwa jika $n=100$, untuk mengukur valid tidaknya instrumen, maka $R\text{-hitung} > 0,195$ (Sugiyono, 2010). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Tabel Uji Validitas

| Variabel | Item | R-hitung | Keterangan |
|--|-------------------------|----------|------------|
| <i>Ease of Use</i> (Kemudahan Penggunaan) (X1) | <i>Ease of Use 1</i> | 0,373 | Valid |
| | <i>Ease of Use 2</i> | 0,237 | Valid |
| | <i>Ease of Use 3</i> | 0,369 | Valid |
| | <i>Ease of Use 4</i> | 0,308 | Valid |
| <i>E-Scape</i> (Tampilan) (X2) | <i>E-Scape 1</i> | 0,384 | Valid |
| | <i>E-Scape 2</i> | 0,356 | Valid |
| | <i>E-Scape 3</i> | 0,378 | Valid |
| <i>Customization</i> (X3) | <i>Customization 1</i> | 0,263 | Valid |
| | <i>Customization 2</i> | 0,305 | Valid |
| <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) (X4) | <i>Responsiveness 1</i> | 0,369 | Valid |
| | <i>Responsiveness 2</i> | 0,394 | Valid |
| | <i>Responsiveness 3</i> | 0,473 | Valid |
| | <i>Responsiveness 4</i> | 0,274 | Valid |
| <i>Assurance</i> (Jaminan) (X5) | <i>Assurance 1</i> | 0,296 | Valid |
| | <i>Assurance 2</i> | 0,489 | Valid |
| | <i>Assurance 3</i> | 0,288 | Valid |
| | <i>Assurance 4</i> | 0,227 | Valid |
| Kepuasan Anggota (Y) | Kepuasan 1 | 0,545 | Valid |
| | Kepuasan 2 | 0,235 | Valid |
| | Kepuasan 3 | 0,401 | Valid |
| | Kepuasan 4 | 0,297 | Valid |
| | Kepuasan 5 | 0,411 | Valid |
| | Kepuasan 6 | 0,514 | Valid |
| | Kepuasan 7 | 0,228 | Valid |

Tabel 2 memperlihatkan masing-masing item pernyataan pada setiap variabel baik variabel independen maupun variabel dependen memiliki nilai $r\text{-hitung} > 0,195$, sehingga instrumen penelitian ini dianggap valid dan dapat digunakan untuk penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban responden dalam menjawab setiap item pada instrumen. Dalam uji reliabilitas ini menggunakan uji konsistensi internal dengan menggunakan nilai *Alpha Cronbach* yang mana suatu item dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$ (Hair et.al, 2013). Hasil uji reliabilitas ini ditunjukkan pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Tabel Uji Reliabilitas

| Variabel | Item | Cronbach' Alpha if Item Deleted | Keterangan |
|--|-------------------------|---------------------------------|------------|
| <i>Ease of Use</i> (Kemudahan Penggunaan) (X1) | <i>Ease of Use 1</i> | 0,734 | Reliabel |
| | <i>Ease of Use 2</i> | 0,742 | Reliabel |
| | <i>Ease of Use 3</i> | 0,736 | Reliabel |
| | <i>Ease of Use 4</i> | 0,739 | Reliabel |
| <i>E-Scape</i> (Tampilan) (X2) | <i>e-Scape 1</i> | 0,735 | Reliabel |
| | <i>e-Scape 2</i> | 0,739 | Reliabel |
| | <i>e-Scape 3</i> | 0,734 | Reliabel |
| <i>Customization</i> (X3) | <i>Customization 1</i> | 0,740 | Reliabel |
| | <i>Customization 2</i> | 0,737 | Reliabel |
| <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan) (X4) | <i>Responsiveness 1</i> | 0,736 | Reliabel |
| | <i>Responsiveness 2</i> | 0,737 | Reliabel |
| | <i>Responsiveness 3</i> | 0,729 | Reliabel |
| | <i>Responsiveness 4</i> | 0,742 | Reliabel |
| <i>Assurance</i> (Jaminan) (X5) | <i>Assurance 1</i> | 0,744 | Reliabel |
| | <i>Assurance 2</i> | 0,730 | Reliabel |
| | <i>Assurance 3</i> | 0,740 | Reliabel |
| | <i>Assurance 4</i> | 0,742 | Reliabel |
| Kepuasan Anggota (Y) | Kepuasan 1 | 0,747 | Reliabel |
| | Kepuasan 2 | 0,739 | Reliabel |
| | Kepuasan 3 | 0,741 | Reliabel |
| | Kepuasan 4 | 0,742 | Reliabel |
| | Kepuasan 5 | 0,744 | Reliabel |
| | Kepuasan 6 | 0,743 | Reliabel |
| | Kepuasan 7 | 0,742 | Reliabel |

Nilai *Alpha Cronbach* setiap item pada instrumen lebih besar dari 0,70 sehingga dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen penelitian ini reliabel atau konsisten.

C. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik ini terdiri dari uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji model regresi dalam variabel independen dan variabel dependen atau keduanya apakah berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018).

Tabel 4. Tabel Uji Normalitas

| Kolmogorov-Smirnov Z | Asymp. Sig. (2-tailed) | Kriteria Pengukuran | Keterangan |
|----------------------|------------------------|---------------------|----------------------|
| 0,994 | 0,277 | > 0,05 | Berdistribusi normal |

Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,277 lebih besar dari 0,05, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *One-Sample Kolmogorov Smirnov* dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel penelitian mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai syarat analisis korelasi atau regresi linear (Ghozali, 2018).

Tabel 5. Tabel Uji Linearitas

| Variabel | <i>Deviation from Linearity</i> | Kriteria Pengukuran | Keterangan |
|-----------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------|
| Kepuasan * Kualitas Layanan | 0,945 | > 0,05. | Ada hubungan linear |

Nilai *Deviation from Linearity* adalah sebesar 0,945 lebih besar dari nilai signifikansi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang linear antara kualitas layanan CU Sauan (X) dengan kepuasan anggota Credit Union Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar (Y).

3. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk menguji model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2018).

Tabel 6. Tabel Uji Multikolinearitas

| Variabel | <i>Tolerance</i> | VIF | Keterangan |
|----------------------------|------------------|-------|---------------------------------|
| <i>Ease of Use</i> (X1) | 0,915 | 1,093 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| <i>E-Scape</i> (X2) | 0,876 | 1,141 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| <i>Customization</i> (X3) | 0,960 | 1,041 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| <i>Responsiveness</i> (X4) | 0,780 | 1,282 | Tidak terjadi multikolinearitas |
| <i>Assurance</i> (X5) | 0,863 | 1,159 | Tidak terjadi multikolinearitas |

Nilai VIF untuk variabel *ease of use*, *e-scape*, *customization*, *responsiveness*, dan *assurance* adalah lebih kecil dari 10,00, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas maupun dalam model regresi.

D. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan suatu metode atau teknik analisis hipotesis penelitian untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain yang dinyatakan dalam bentuk persamaan matematik (regresi) (Sugiyono, 2014). Hasil analisis regresi linear berganda ditampilkan dalam tabel 7 berikut.

Tabel 7. Tabel Analisis Regresi Linear Berganda

| Variabel | Koefisien Regresi | t-hitung | Sig. |
|----------------------------|-------------------|------------------|-------|
| (Constant) | 23,616 | 8,190 | 0,000 |
| <i>Ease of Use</i> (X1) | 0,109 | 2,909 | 0,023 |
| <i>e-Scape</i> (X2) | 0,102 | 2,970 | 0,027 |
| <i>Customization</i> (X3) | 0,242 | 3,113 | 0,018 |
| <i>Responsiveness</i> (X4) | 0,014 | 2,103 | 0,042 |
| <i>Assurance</i> (X5) | 0,006 | 2,044 | 0,048 |
| F hitung = 2,638 | | R-Square = 0,733 | |
| Sig. = 0,000 | | R = 0,856 | |

E. Uji Hipotesis

Uji hipotesis penelitian ini dilakukan melalui baik uji parsial (uji T) maupun uji simultan (uji F). Kedua uji tersebut dijelaskan sebagai berikut:

1. Uji Parsial (Uji T)

Berdasarkan tabel 7, uji parsial dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Ease of use*/kemudahan penggunaan (x_1): Oleh karena nilai Signifikansi = 0,023 lebih kecil dari 0,05, maka *ease of use* (x_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar atau hipotesis diterima.
- b. *E-scape*/tampilan (x_2): Oleh karena nilai Signifikansi = 0,027 lebih kecil dari 0,05, maka *e-scape* (x_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar atau hipotesis diterima.
- c. *Customization*/kustomisasi (x_3): Oleh karena nilai Signifikansi = 0,018 lebih kecil dari 0,05, maka *customization* (x_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar atau hipotesis diterima.
- d. *Responsiveness*/ketanggapan (x_4): Oleh karena nilai Signifikansi = 0,042 lebih kecil dari 0,05, maka *responsiveness* (x_4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar atau hipotesis diterima.
- e. *Assurance*/jaminan (x_5): Oleh karena nilai Signifikansi = 0,048 lebih kecil dari 0,05, maka *assurance* (x_5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar atau hipotesis diterima.

2. Uji Simultan (Uji F)

Berdasarkan tabel 7 terlihat bahwa nilai Sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Karena itu, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan aplikasi Escete (*ease of use* (kemudahan penggunaan), *e-scape* (tampilan), *customization* (kustomisasi), *responsiveness* (ketanggapan), dan *assurance* (jaminan)) berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar atau hipotesis diterima.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya, penulis menarik kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. *Ease of use* (kemudahan penggunaan) aplikasi Escete mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih. Hal ini menggambarkan bahwa semakin mudah aplikasi Escete digunakan maka anggota semakin puas menggunakan dan bertransaksi di aplikasi ini.
2. *E-scape* (tampilan) aplikasi Escete berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar. Hal ini memberi indikasi bahwa tampilan yang menarik dan tidak membosankan dapat membuat anggota puas dan nyaman dalam menggunakan aplikasi tersebut.

3. *Customization* (kustomisasi) pada aplikasi Escete berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar. Hal ini memberi gambaran bahwa anggota akan merasa puas jika aplikasi Escete dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan anggota dalam bertransaksi, misalnya aplikasi dapat dijangkau dengan internet berkecepatan rendah serta kemampuan aplikasi untuk menyajikan informasi yang dibutuhkan konsumen.
4. *Responsiveness* (ketanggapan) aplikasi Escete terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar. Hal ini menggambarkan bahwa semakin tanggap dan tepat aplikasi Escete memberi informasi, melakukan perintah yang dimasukkan oleh anggota, maka semakin puas anggota dalam menggunakan aplikasi Escete.
5. *Assurance* (jaminan) dalam penggunaan aplikasi Escete berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih. Hal ini menggambarkan bahwa jika ada jaminan dalam menggunakan aplikasi CU Sauan, maka anggota akan puas dalam menggunakan aplikasi.
6. Nilai Signifikansi pada uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan aplikasi Escete (*ease of use* (kemudahan penggunaan), *e-scape* (tampilan), *customization* (kustomisasi), *responsiveness* (ketanggapan), dan *assurance* (jaminan)) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan anggota CU Mekar Kasih Kantor Pelayanan Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Credit Union Mekar Kasih. (2019). *Laporan Pra Rapat Anggota Tahunan* [Unpublished manuscript], Makassar
- Friedman, B., Khan Jr, P. H., Howe, & Daniel C. (2000). Trust Online. *Commucations of the ACM: Journal*, 43 (12): 34-40.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. (2013). *Multivariate Data Analysis*. Pearson Education Limited
- Lohse, G. L., Spiller, P. (1998). Electronic Shopping. *Commucations of the ACM: Journal*, 41 (7): 81-87.
- Lupiyoadi, R., (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktek*. Salemba Empat
- Oge, L. (2020). *Credit Union Mekar Kasih*. [Unpublished manuscript]: Digitalisasi Credit Union, Makassar
- Ribbink, D., van Riel, A.C.R., Liljander, V., & Streukens, S. (2004). Comfort Your Online Customer: quality, trust, and loyalty on the internet. *Managing Service Quality: An International Journal*, 14 (6): 446-456.
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Alfabeta