
Pengaruh Perilaku Pengguna Teknologi Informasi dan Kualitas Teknologi Informasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Warnet Ditengah Ancaman Perkembangan Teknologi Informasi Pesaing

Amrizal

Sistem Informasi, STMIK Putera Batam

ABSTRACT

The development of information technology has brought changes for humans to meet their needs. If any of the technology has been used, then a new technology so the old technology will gradually be abandoned by the user, this will require technology investments that have been incurred should be able to adjust to existing conditions or changes in the function and purpose of existence so as to keep the business going amid threats teknologi competitors. There are two things that need to be maintained in achieving organizational resilience to increase customer loyalty and technology in order to keep using the service, namely the behavior of the users of information technology and information technology quality, so however the development of competing technologies, but remain loyal customers using these technologies. Customer loyalty is done by a level of customer loyalty based on the comparison between the perceived outcome desired expectations.

Keyword : *behavior of the users of information technology, information technology quality, loyal customers*

1. Latar Belakang

Berdasarkan data dari euromonitor (badan penelitian independen dari eropa) awal tahun 2010 pengguna internet di Indonesia sudah mencapai 41.416.220 jiwa dari total penduduk 233.757.000.

Belajar dari fenomena perkembangan teknologi telephon rumah yang kalah bersaing dengan teknologi handphone sebagai teknologi pesaing maka dapat dikatakan keberlangsungan warnet dari ancaman teknologi pesaing lainnya misalnya akses internet melalui ponsel maka secara tidak langsung akan mengakibatkan minat dan loyalitas pelanggan warnet akan menurun. Hal ini harus menuntut bagaimana warnet dapat mempertahankan pelanggannya walaupun pelanggan tersebut telah memiliki fasilitas sendiri untuk akses internet melalui ponselnya.

Berdasarkan fenomena diatas ada beberapa aspek yang menuntut loyalitas pelanggan untuk selalu menggunakan warnet sebagai jasa layanan internet diantaranya: (a) Perilaku pengguna teknologi informasi. (b) Lokasi. (c) Strategi

pemasaran. (d) Kualitas Teknologi Informasi. (e) Ketersediaan Hardware dan Jaringan. (f) Ketersediaan Software pendukung.

Dari hal diatas penulis tertarik untuk mengangkat sebuah penelitian yang berjudul “Pengaruh Perilaku Pengguna Teknologi Informasi dan Kualitas Teknologi Informasi terhadap Loyalitas Pelanggan Warnet Ditengah Ancaman Perkembangan Teknologi Informasi Pesaing”.

2. Landasan Teori

Pengertian Teknolgi Informasi

Berikut ini pengertian teknologi informasi yang ditulusuri dari kata teknologi dan informasi :

Teknologi adalah pengembangan dan aplikasi dari alat, mesin, material dan proses yang menolong manusia menyelesaikan masalahnya.

Informasi adalah hasil pemrosesan, manipulasi dan pengorganisasian/penataan dari sekelompok data yang mempunyai nilai pengetahuan (*knowledge*) bagi penggunanya

Pengertian teknologi informasi menurut beberapa ahli teknologi informasi adalah sebagai berikut: (a)*Teknologi Informasi* adalah studi atau peralatan elektronika, terutama komputer, untuk menyimpan, menganalisa, dan mendistribusikan informasi apa saja, termasuk kata-kata, bilangan, dan gambar (*kamus Oxford, 1995*) (b)*Teknologi Informasi* adalah seperangkat alat yang membantu anda bekerja dengan informasi dan melaksanakan tugas-tugas yang berhubungan dengan pemrosesan informasi (*Haag & Keen, 1996*) (c)*Teknologi Informasi* tidak hanya terbatas pada teknologi komputer (software & hardware) yang digunakan untuk memproses atau menyimpan informasi, melainkan juga mencakup teknologi komunikasi untuk mengirimkan informasi (*Martin, 1999*) (d)*Teknologi Informasi* adalah segala bentuk teknologi yang diterapkan untuk memproses dan mengirimkan informasi dalam bentuk elektronis (*Lucas, 2000*) (e)*Teknologi Informasi* adalah teknologi yang menggabungkan komputasi (komputer) dengan jalur komunikasi berkecepatan tinggi yang membawa data, suara, dan video (*William & Sawyer, 2003*)

Secara umum dapat dinyatakan teknologi informasi tidak sekedar berupa teknologi komputer, tetapi juga mencakup teknologi komunikasi. Dengan kata lain, yang disebut Teknologi Informasi adalah gabungan antara Teknologi Komputer dan Teknologi Telekomunikasi

Teknologi Informasi adalah suatu teknologi yang digunakan untuk mengolah data, termasuk memproses, mendapatkan, menyusun, menyimpan, memanipulasi data dalam berbagai cara untuk menghasilkan **informasi yang berkualitas**.

Perilaku pengguna teknologi informasi

Salah satu parameter kesuksesan teknologi informasi adalah perilaku penggunaan insan teknologi informasi yang terarah dan selaras dengan strategi

bisnisnya. Bentuk-bentuk perilaku yang diinginkan dalam konteks sistem tatakelola teknologi informas menurut HM, Jogiyanto (2011:350) adalah sebagai berikut: (a)Tranparansi rencana teknologi informasi dibuat secara layak. (b)Rencana strategik teknologi informasi terintegrasi dengan rencana bisnis. (c)Terdapat keinginan untuk berbagi antar komunitas insan teknologi informasi. (e)Adanya semangat kewirausahaan. (f)Akuntabilitas. (g)Menggunakan pandangan bisnis secara luas. (h)Memahami nilai proses tatakelola teknologi informasi. (i)Selalu siap untuk berpartisipasi dalam proses tatakelola teknologi informasi.

Untuk mengubah perilaku pengguna teknologi kearah yang diinginkan telah dilakukan penelitian dan pengembangan berbagai model-model sistem informasi berperilaku. Bentuk model sistem informasi berperilaku yang telah dikembangkan diantaranya teori tindakan beralasan, teori perilaku rencana,model penerimaan teknologi dan model sistem informasi berperilaku lainnya.

Dalam pembahasan ini peneliti menggunakan Model Penerima Teknologi (Technology Acceptance Model atau TAM) yang dibangun oleh Davis (1989). Adapun variabel indikator yang mendukung perilaku pengguna teknologi informasi menurut Model Penerima Teknologi (Technology Acceptance Model atau TAM) yang dibangun oleh Davis (1989) dalam buku HM, Jogiyanto (2011:319) adalah sebagai berikut: (a)Kegunaan persepsion (Perceived Usefulness) : Penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh nilai penggunaan teknologi tersebut. (b)Kemudahan Penggunaan Persepsion (Perceived Ease of Use) : Penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh kemudahan teknologi tersebut. (c)Sikap terhadap perilaku (Attitude towards Behavior) : Penggunaan teknologi informasi dipengaruhi oleh nilai penggunaan teknologi informasi dan kemudahan teknologi informasi tersebut. (d)Minat Perilaku (Behavioral Intention) : Penggunaan teknologi informasi yang dipengaruhi oleh nilai kemudahan dan minat perilaku insan teknologi informasi. (e)Perilaku (Behavior) : Penggunaan teknologi informasi yang dipengaruhi oleh nilai kegunaan teknologi informasi dan minat perilaku insan teknologi informasi.

Secara umum kegunaan persepsion dan kemudahan pengguna mempunyai pengaruh kepada niat perilaku. Pemakai teknologi akan mempunyai niat menggunakan teknologi jika merasa sistem teknologi bermanfaat dan mudah digunakan.

Beberapa teori dan model dari sistem informasi berperilaku selain teori tindak beralasan, teori perilaku perencanaan dan model penerimaan teknologi adalah sebagai berikut: (a)Teori Perencanaan perilaku didekomposisi yang memecah sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku persepsi kedalam beberapa sub konstruk. (b)Gabungan Model Penerimaan Teknologi dengan Model Teori Perilaku Perencanaan. (c)Model Pemanfaatan Komputer Personal. (d)Teori Kognif Sosial. (e)Teoi penggabungan penerimaan dan penggunaan teknologi. (f)Model Penyelesaian Adaptasi Pemakai. (g)Model Partisipasi dan Keterlibatan Pemakai. (h)Model Kesesuaian Tugas Teknologi.

Kualitas Teknologi Informasi

Untuk menunjukkan kontribusi teknologi informasi (nilai tambah dari teknologi informasi) terhadap bisnis diperlukan hubungan sebab akibat antara dua jenis pengukuran dengan menggunakan scorecard.

Pengukuran kualitas teknologi informasi dapat dikatakan dalam Manajemen kinerja teknologi informasi yang disebut IT Balanced Scorecard (ITBSC). ITBSC merupakan cara efektif untuk membantu Manajemen dalam menyelaraskan teknologi informasi dengan bisnis Surendro Kridanto (2009:84). ITBSC umumnya menunjukkan variabel pengukuran diantaranya:

- a. Kontribusi: Bagaimana Manajemen memandang teknologi informasi memberikan keselarasan bisnis dalam pencapaian layanan dan Manajemen biaya dan resiko. Dalam hal ini kontribusi menjamin efektivitas tatakelola teknologi informasi yang meliputi:
 - 1) Keselarasan teknologi informasi dengan tujuan bisnis
 - 2) Penyampaian nilai
 - 3) Mengelola biaya
 - 4) Mengelola resiko
 - 5) Mencapai sinergi antar perusahaan
- b. Orientasi Pelanggan: Menjadi penyuplai sistem informasi yang handal dan sebagai partner kepuasan pelanggan. Dalam hal ini memperlihatkan ekspektasi bisnis yang meliputi:
 - 1) Penyedia jasa dalam memperlihatkan biaya kompetitif dan menghasilkan layanan yang terbaik.
 - 2) Kontributor jasa dalam memberikan dampak positif bagi proses bisnis dan kemungkinan untuk mencapai strategi.
- c. Orientasi Masa Depan: Memberikan pengembangan peluang tentang masa depan setelah menggunakan teknologi informasi tersebut. Dalam hal ini aktivitas mengembangkan dasar untuk penyampaian pembelajaran dan pertumbuhan bagi masa depan secara berkelanjutan diantaranya:
 - 1) Menarik dan mempertahankan orang dengan kepetensi kunci
 - 2) Fokus pada pembelajaran professional dan pengembangan
 - 3) Membangun atmosfir pemberdayaan dan tanggung jawab
 - 4) Mengukur dan memberi imbalan kinerja tim ke individu
 - 5) Memanfaatkan pengetahuan untuk meningkatkan kopetensi
- d. Keunggulan Operasional : Mendapatkan aplikasi pelayanan yang sangat efektif dan efisien dalam melaksanakan fungsi teknologi informasi dengan meningkatkan kredibilitas dan dampak yang meliputi keunggulan

Loyalitas Pelanggan

Menurut Griffin (2005: 36) mendefinisikan loyalitas adalah pelanggan yang sangat puas dengan produk atau jasa tertentu sehingga mempunyai antusiasme untuk memperkenalkannya kepada siapapun yang dikenal.

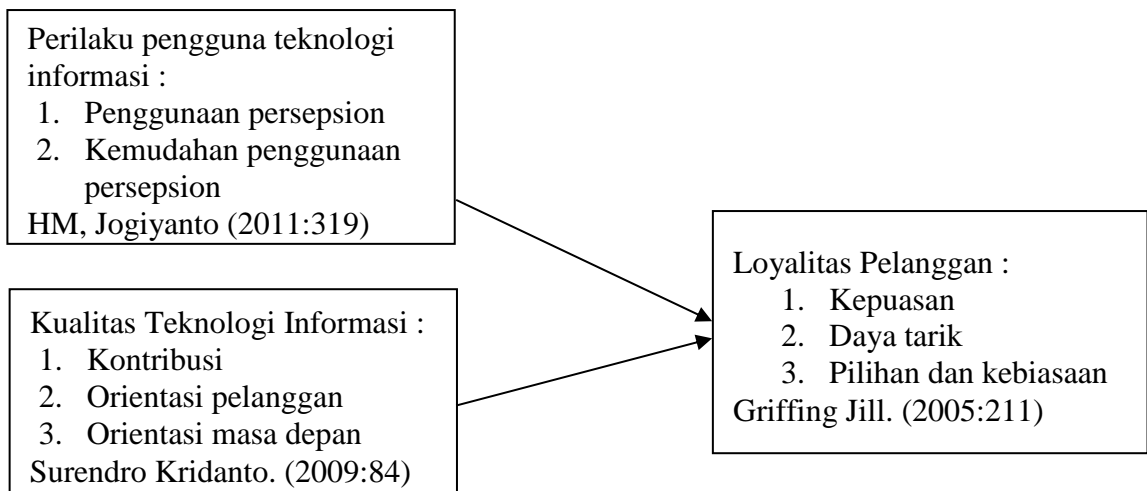
Kedua definisi diatas dapat dilihat bahwa loyalitas lebih ditunjukkan pada suatu perilaku yang tidak hanya pembelian rutin saja tetapi juga merekomendasikan kepada orang lain, didasarkan pada unit pengambilan keputusan.

Konsep lain mengenai loyalitas pelanggan menyebutkan bahwa konsep loyalitas lebih mengarah kepada perilaku (*behavior*) dibandingkan dengan sikap (*attituide*) dan seorang pelanggan yang loyal akan memperhatikan perilaku pembeli yang dapat diartikan sebagai pola pembelian yang teratur dan dalam waktu yang lama yang dilakukan oleh unit-unit pembuat pengambil keputusan (Griffin 2005:211)

Dari uraian di atas disimpulkan bahwa pengertian loyalitas ialah kesetiaan seseorang dalam jangka waktu yang lama, dimana mereka melakukan pemeriksaan secara terstut dan perilaku pembelian tidak dilakukan dengan mengacak (*non random*) beberapa unit keputusan, sehingga itu karakteristik dari pelanggan yang loyal ialah seorang yang kebal terhadap daya tarik produk lain dan selalu memberikan masukan terhadap perusahaan.

Kerangka Pemikiran

Dari uraian diatas, maka dapat dibuat suatu kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara tentang rumusan masalah penelitian yang belum dibuktikan kebenarannya (Priyatno, 2008:10).

Berdasarkan kerangka pemikiran serta tinjauan pustaka yang dijelaskan diatas maka hipotesis dari penelitian ini adalah: (a)Perilaku pengguna teknologi informasi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. (b)Kualitas teknologi informasi berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan. (c)Perilaku pengguna teknologin informasi dan kualitas teknologi informasi secara bersama berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan.

Lokasi dan Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan di beberapa Jumlah warnet yang ada di kecamatan Sekupang Kota Batam Kepulauan Riau. Jadwal penelitian ini dilakukan selama 3 bulan yang dimulai dari Bulan April 2013 – Juni 2013.

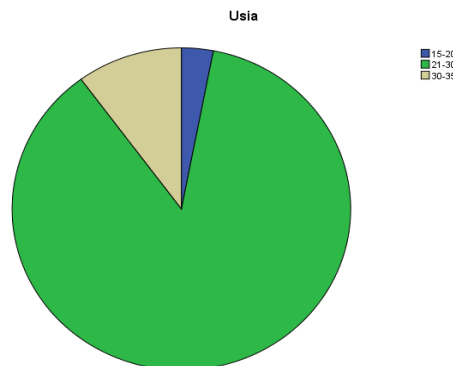
Tahapan Penelitian	April	Mei	Juni
Pengumpulan Data			
Penulisan Laporan			
Laporan Penyelesaian			

Profil Responden

Langsung warnet tersebut. Penyebaran dilakukan pada tanggal 25 Mei 2013 sampai 5 Juni 2013. Berikut ini adalah pengelompokkan profil responden yang dibagi berdasarkan usia, jenis kelamin, dan pendidikan.

Usia

Hasil analisis responden berdasarkan usia dapat dilihat pada chart dan tabel dibawah ini. Untuk lebih jelasnya perhatikan gambar dibawah ini :



Gambar 2. Grafik Umur Responden

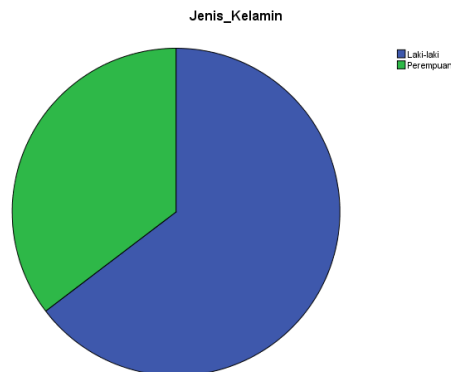
Tabel 1. Profil Responden berdasarkan usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20	3	3.0	3.0	3.0
	21-30	86	86.9	86.9	89.9
	30-35	10	10.1	10.1	100.0
Total		99	100.0	100.0	

Dari data pada tabel 4.1. diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini berusia 21– 30 tahun mencapai 86.9%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang berkunjung ke warnet di usia yang berkisar antara 21-30 tahun.

Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dapat menentukan aktivitas dalam kunjungan ke warnet, penelitian yang dilakukan di Pada Warnet yang ada di Kecamatan Sekupang pada umumnya pelanggan dengan jenis kelamin laki-laki lebih yang mendominasi, dibanding dengan jenis kelamin perempuan. Pelanggan laki-laki pada penelitian ini sebesar 64,6 % atau 64 orang, sedangkan perempuan sebesar 35,4 %, atau 35 orang.

**Gambar 3.** Grafik Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

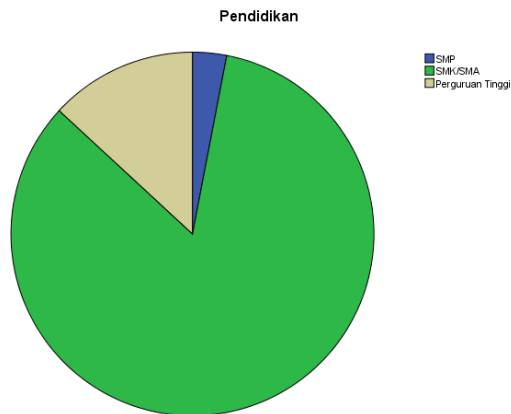
Berikut tampilan presentasi profil responden berdasarkan tabel olahan dengan SPSS:

Tabel 2. Profil Responden berdasarkan jenis kelamin

		Jenis_Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	64	64.6	64.6	64.6
	Perempuan	35	35.4	35.4	100.0
Total		99	100.0	100.0	

Pendidikan

Hasil analisis responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada chart dan tabel dibawah ini. Untuk lebih jelasnya perhatikan gambar dan tabel berikut :



Gambar 4. Presentase Pendidikan Responden

Tabel 3. Profile responden berdasarkan pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	3	3.0	3.0	3.0
	SMK/SMA	83	83.8	83.8	86.9
	Perguruan Tinggi	13	13.1	13.1	100.0
Total		99	100.0	100.0	

Sumber : Olahan SPSS 17

Dari data pada tabel 4.3. diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang berpendidikan SMU berjumlah 83 orang dengan persentase 83,8%, yang perguruan tinggi Sederajat berjumlah 13 orang dengan persentase 13,1 %, yang berpendidikan SMP sebanyak 3 orang dengan persentase 3 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang berkunjung ke warnet yang ada di Kecamatan Sekupang berpendidikan SMU.

3. Pembahasan

Analisis Deskriptif

Hasil sebaran kuisioner variabel perilaku penggunaan teknologi informasi dan kualitas teknologi informasi pada loyalitas pelanggan warnet dapat dilihat hasil jawaban responden berdasarkan skor dan nilai rata-rata masing-masing pertanyaan yang telah ditentukan sebagai berikut :

- 1) Perilaku penggunaan teknologi informasi

Tabel 4. Deskriptif Statistk Penggunaan Teknologi Informasi

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1A1	99	2.00	5.00	3.7071	.96100
X1B1	99	1.00	5.00	3.1919	1.33766
Valid N (listwise)	99				

Dari hasil olahan menggunakan SPSS 17 didapat hasil analisis statistic deskriptif, bahwa dilihat dari total tertinggi yaitu pertanyaan X1A1 untuk indikator dari **penggunaan persepsion** yang memiliki skor sebesar rata-rata 3.707 . Artinya pelanggan cukup menggunakan teknologi informasi.

- 2) Kualitas teknologi informasi

Hasil sebaran kuisioner variabel kualitas tekonologi informasi pada tiap-tiap pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 5. Deskriptif Statistik Kualitas Teknologi Informasi

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2A1	99	1.00	5.00	3.9394	.96699
X2A2	99	2.00	5.00	4.2727	.89006
X2B2	99	2.00	5.00	4.1111	.91349
X2C1	99	2.00	5.00	3.8687	.88809
X2C2	99	2.00	5.00	4.1010	.87476
Valid N (listwise)	99				

Dari hasil olahan menggunakan SPSS 17 didapat hasil analisis statistic deskriptif, bahwa dilihat dari total tertinggi yaitu pertanyaan X2A untuk indikator dari **kontribusi** yang memiliki skor sebesar rata-rata 4.2727 . Artinya kualitas teknologi informasi sangat dipengaruhi oleh kontribusi dari teknologi yang disediakan warnet.

3) Loyalitas pelanggan

Hasil sebaran kuisisioner variabel loyalitas pelanggan dapat dilihat hasil jawaban responden berdasarkan skala yang telah ditentukan sebagai berikut :

Tabel 6. Deskriptif Statistik Loyalitas Pelanggan

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
YA1	99	1.00	5.00	3.8081	1.08493
YA2	99	1.00	5.00	3.8182	.95151
YC2	99	2.00	5.00	3.8586	1.00010
YD2	99	2.00	5.00	4.0808	.95487
Valid N (listwise)	99				

Dari hasil olahan menggunakan SPSS 17 didapat hasil analisis statistic deskriptif, bahwa dilihat dari total tertinggi yaitu pertanyaan YD2 untuk indikator dari **Pilihan dan kebiasaan** yang memiliki skor sebesar rata-rata 4.0808 . Artinya Loyalitas pelanggan sangat dipengaruhi oleh pilihan dan kebiasaan pelanggan dalam menggunakan fasilitas yang disediakan warnet.

Hasil Uji Kualitas Data

Berikut ini akan disajikan pengujian data dengan menggunakan proses SPSS Versi 19, yang akan dipakai untuk menguji reliabilitas, validitas dan pengujian hipotesis baik secara parsial maupun simultan.

Hasil Uji Validitas Data

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalitan indikator yang digunakan sebagai alat ukur variabel. Pengujian validitas menggunakan korelasi bivariat yang dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor variabel, jika nilai r tabel (0,098) kecil dari nilai korelasi maka pertanyaan di anggap valid.

Uji Validitas Variabel Perilaku Pengguna Teknologi Informasi(X1)

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Perilaku Pengguna Teknologi Informasi

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1A1	3.1919	1.789	.306	.094	. ^a
X1B1	3.7071	.924	.306	.094	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas dapat diketahui bahwa semua pertanyaan atau indikator dari variabel perilaku penggunaan teknologi informasi, dinyatakan **valid**, karena nilai *corrected item total corelation* dari hasil uji validitas, yaitu nilainya lebih besar dari r tabel (0.098), oleh karena itu maka pertanyaan tersebut cocok dijadikan sebagai alat ukur untuk pengambilan data.

Uji validitas Variabel Kualitas Teknologi Informasi (X2)

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Kualitas Teknologi Informasi

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2A1	12.0808	3.646	.528	.316	.518
X2B2	11.9091	4.186	.404	.181	.608
X2C1	12.1515	4.375	.368	.140	.631
X2C2	11.9192	4.177	.444	.256	.581

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas dapat diketahui bahwa semua

pertanyaan atau indikator dari variabel kualitas teknologi informasi dinyatakan valid, karena nilai *corrected item total corelation* dari hasil uji validitas, yaitu nilainya lebih besar dari r tabel (0,098), oleh karena itu maka pertanyaan tersebut cocok dijadikan sebagai alat ukur untuk pengambilan data.

Uji validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Loyalitas Pelanggan

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
YA1	11.7576	4.492	.410	.190	.559
YA2	11.7475	5.170	.342	.135	.604
YC2	11.7071	4.760	.411	.171	.556
YD2	11.4848	4.681	.475	.229	.512

Berdasarkan tabel hasil uji validitas diatas dapat diketahui bahwa semua pertanyaan atau indikator dari variabel loyalitas pelanggan dinyatakan valid, karena nilai *corrected item total corelation* dari hasil uji validitas, yaitu nilainya lebih besar dari r tabel (0,098).

Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Pengguna Teknologi Informasi (X1)

Tabel 10. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Perilaku Pengguna Teknologi Informasi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.904	.932	2

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai *cronbach's alpha* (α) variabel perilaku pengguna teknologi informasi diatas 0,6, sehingga dapat disimpulkan maka semua pertanyaan reliabel dan cocok digunakan sebagai alat ukur.

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Teknologi Informasi (X2)

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Teknologi Informasi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.655	.653	4

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai *cronbach's alpha* (α) variabel kualitas teknologi informasi diatas 0,6, sehingga dapat disimpulkan maka semua pertanyaan reliabel dan cocok digunakan sebagai alat ukur.

Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)

Tabel 12. Hasil Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan

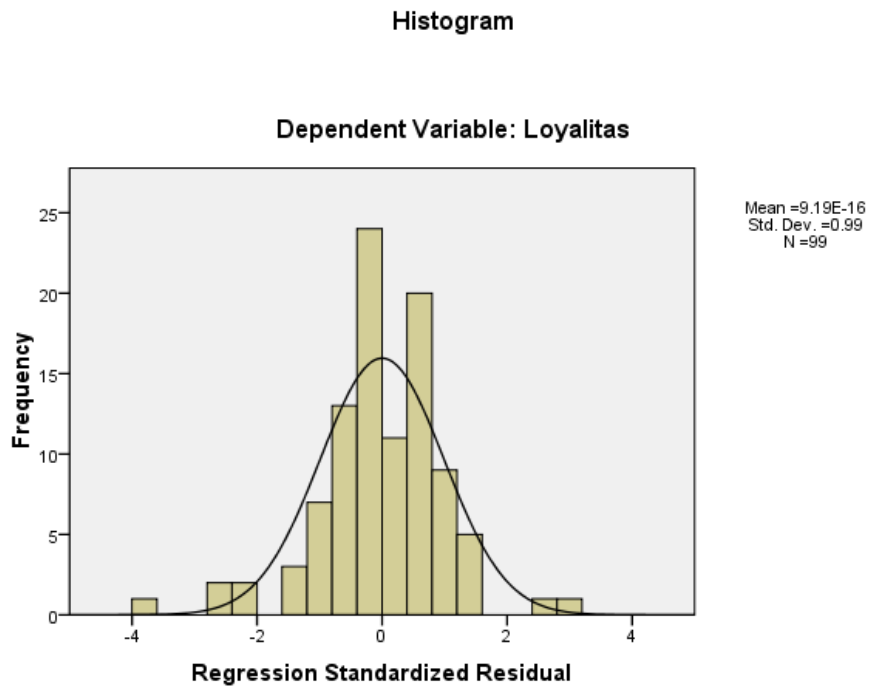
Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.628	.629	4

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai *cronbach's alpha* (α) variabel loyalitas pelanggan diatas 0,6, sehingga dapat disimpulkan maka semua pertanyaan reliabel dan cocok digunakan sebagai alat ukur.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Sebelum ditentukan hipotesis, dilakukan uji normalitas data. Jika data terdistribusi normal, maka uji hipotesis menggunakan statistik parametris. Jika data tidak terdistribusi normal, maka uji hipotesis menggunakan statistik non parametris. Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, memiliki distribusi normal. Dengan cara uji analisis grafik normal p-plot (SPSS 19). Untuk mendeteksi normalitas data pada model regresi dengan mengamati penyebaran titik pada sumbu diagonal dari grafik normal p-plot.

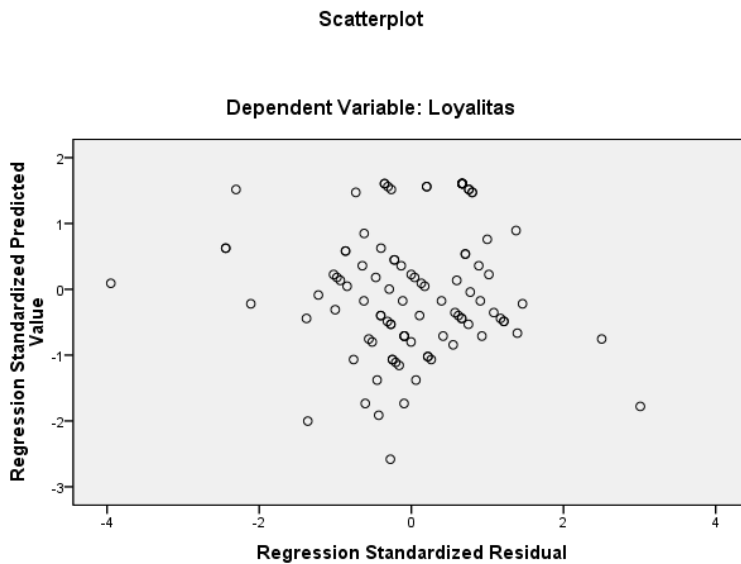


Gambar 5. Uji Normalitas Data

Hasil uji normalitas dalam gambar 4.5. histogram residual menunjukkan bahwa data distribusi Normal karena grafik membentuk “lonceng”, yang merupakan syarat untuk dapat dilakukan uji regresi.

Uji Heteroskedestitas

Uji heteroskedestitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan lain tetap, maka disebut homokedestitas dan jika berbeda disebut heterokedestitas.



Gambar 6. Uji normalitas pada Scatterplot

karena tidak ada pola yang jelas, serta titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedestitas.

Uji Multi Kolonieritas

Digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen atau variabel bebas X. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen X. Untuk mendeteksi terjadinya multikolonieritas dengan mengamati besarnya nilai Tolerance dan VIF (*Varian Inflation Factor*), apabila nilai VIF > 10 dan nilai Tolerance < 0,1, maka terjadi multikolonieritas. Sebaliknya apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance > 0,1, maka tidak terjadi multikolonieritas.

Tabel 13. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.651	1.329		1.996	.049		
	Perilaku_TI	.087	.124	.059	.700	.486	.733	1.364
	Kualitas_TI	.607	.076	.676	8.035	.000	.733	1.364

a. Dependent Variable: Loyalitas

Berdasarkan hasil perhitungan diatas tampak bahwa VIF dari masing-masing

variabel yaitu X₁ (1,364) berada di bawah angka 10. Sedangkan nilai tolerance X₁ (0.733) berada diatas 0,1. Dengan demikian bahwa model tersebut tidak memiliki gejala multikolinieritas.

Uji Pengaruh

Hasil Uji R dan R square

Pengaruh penerapan perilaku penggunaan teknologi informasi dan Kualitas teknologi terhadap loyalitas pelanggan warnet dapat di ukur sebagai berikut :

Tabel 14. Hasil Uji Pengaruh (R)

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.708 ^a	.502	.491	1.96030	.502	48.326	2	96	.000	1.872

a. Predictors: (Constant), Kualitas_TI, Perilaku_TI

b. Dependent Variable: Loyalitas

Nilai R square sebesar 0,502, nilai ini dapat diinterpretasikan bahwa hubungan kedua variabel penelitian ada di kategori kuat antara perilaku penggunaan teknologi informasi dan Kualitas teknologi terhadap loyalitas pelanggan. Dengan mempertimbangkan nilai *R Square* sebesar 0.502, menunjukkan besarnya peran atau kontribusi variabel Ketersediaan perilaku pengguna teknologi informasi dan kualitas teknologi informasi terhadap loyalitas pelanggan sebesar 50,2 % dan sisanya 49,8 % dipengaruhi oleh faktor yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji T (Parsial)

Pengujian variabel independen terhadap variabel dependent (uji Parsial). Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji t

Tabel 15. Hasil Uji Pengaruh Secara Parsial (T)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.651	1.329		1.996	.049		
	Perilaku_TI	.087	.124	.059	.700	.486	.733	1.364
	Kualitas_TI	.607	.076	.676	8.035	.000	.733	1.364

a. Dependent Variable: Loyalitas

Dari hasil uji parsial didapat probabilitas p-value untuk variabel perilaku penggunaan teknologi informasi (X₁) sebesar 0.087, hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel perilaku penggunaan teknologi informasi (X₁) secara

individu tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sedangkan kualitas teknologi informasi memiliki nilai probabilitas p-value untuk variabel sebesar 0,607. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas teknologi informasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan warnet di Kecamatan Sekupang Batam.

Uji F secara simultan perilaku penggunaan teknologi informasi dan kualitas teknologi informasi terhadap loyalitas pelanggan

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut disajikan dalam bentuk tabel dibawah ini :

Tabel 16. Hasil Uji Pengaruh Secara Simultan (F)

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	371.416	2	185.708	48.326	.000 ^a
	Residual	368.908	96	3.843		
	Total	740.323	98			

a. Predictors: (Constant), Kualitas_TI, Perilaku_TI
b. Dependent Variable: Loyalitas

Dari uji Anova atau F test dengan didapat F_{Hitung} sebesar 48,326 dengan tingkat robabilitas p-value sebesar 0.000 sedangkan $F_{Tabel} = 2,8949$ nilai signifikansi 0,000. Probabilitas pada Uji F ini jauh lebih kecil dari 0,05, seperti yang ditunjukkan pada tabel diatas, sehingga dapat disimpulkan variabel perilaku teknologi informasi dan kualitas teknologi informasi berpengaruh secara signifikan secara simultan terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y).

Regresi Linier Berganda.

Tabel 17. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.651	1.329		1.996	.049		
	Perilaku_TI	.087	.124	.059	.700	.486	.733	1.364
	Kualitas_TI	.607	.076	.676	8.035	.000	.733	1.364

a. Dependent Variable: Loyalitas

Dalam penelitian ini, hasil regresi menggunakan *standart Coefficients*, persamaan dari hasil regresi yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Y = 2.651 + 0,087X_1 + 0,607X_2$$

Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan perilaku penggunaan teknologi informasi $b_1 = 0,084$ menjadi faktor terkecil yang mempengaruhi loyalitas pelanggan ke warnet di Kecamatan Sekupang Batam, kemudian di urutan pertama variabel Kualitas teknologi informasi ($b_2 = 0,475$) menjadi variabel nomor satu yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seseorang ke warnet.

Pembahasan Hipotesis

Perilaku penggunaan teknologi informasi (X1) Berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan Warnet (Y1)

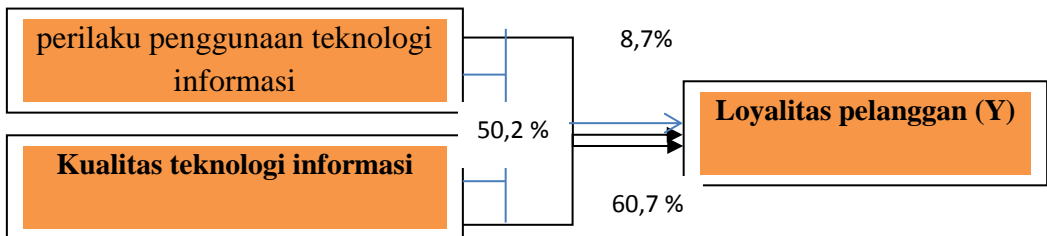
Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} pada tabel 4.15 diketahui bahwa $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,700 < 1,984$ dengan hasil perhitungan ini maka H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya tidak terdapat pengaruh secara signifikan perilaku penggunaan teknologi informasi terhadap loyalitas pelanggan, sehingga disimpulkan bahwa perilaku penggunaan teknologi informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Kualitas teknologi informasi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

Dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} pada tabel 4.15 diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $8,035 > 1,984$ dengan hasil perhitungan ini maka H_0 diterima dan H_1 ditolak artinya terdapat pengaruh secara signifikan Kualitas teknologi informasi terhadap loyalitas pelanggan, sehingga disimpulkan bahwa kualitas teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan warnet yang ada di Kecamatan Sekupang Batam.

Perilaku penggunaan teknologi informasi dan kualitas teknologi informasi terhadap loyalitas pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis statistik F pada tabel 4,16 diperoleh hasil F_{hitung} 48,326 dengan signifikansi 0,000. Hasil F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} 2,8949 perbandingan tersebut menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, hal ini membuktikan, ada pengaruh secara bersama-sama variabel perilaku penggunaan teknologi informasi (X1) dan Kualitas teknologi informasi (X2) secara statistik berpengaruh terhadap variabel loyalitas pelanggan (Y1). Maka dapat disimpulkan bahwa variabel perilaku penggunaan teknologi informasi dan Kualitas teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y1) secara simultan.



Gambar 7. Over All Penelitian

4. Kesimpulan

Penelitian yang membahas tentang pengaruh perilaku penggunaan teknologi informasi dan Kualitas teknologi informasi terhadap loyalitas pelanggan di warnet yang ada di Kecamatan Sekupang Batam, dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: (a) Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh yang signifikan perilaku penggunaan teknologi informasi terhadap loyalitas pelanggan di warnet yang ada di Kecamatan Sekupang Batam. Sehingga perilaku pelanggan tidak akan mempengaruhi loyalitas pelanggan Warnet khusus Kecamatan Sekupang meskipun ada perkembangan teknologi pesaing. (b) Kualitas teknologi informasi sangat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di warnet yang ada di Kecamatan Sekupang Batam. (c) Terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel perilaku penggunaan teknologi informasi (X1) dan Kualitas teknologi informasi (X2) terhadap loyalitas pelanggan di warnet Kecamatan Sekupang.

Daftar Pustaka

- Griffing Jill. (2005). Customer Loyalty/ Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan (alih bahasa oleh Duwi Karti Yahya). Penerbit Elangga
- HM, Jogiyanto (2011). Sistem Tata Kelola Teknologi Informasi. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- HM, Jogiyanto (2008). Metodologi penelitian sistem informasi. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Iqbal M Hasan (2005). Pokok-pokok Materi Statistik 1. Penerbit Bumi Aksara Jakarta
- (Nugroho, Yohanes Anton. (2011). It's easy olah data dengan SPSS. Yogyakarta : Skripta Media Creative.
- Priyatno, Duwi . (2008). Mandiri belajar SPSS. Yogyakarta; Mediakom.
- Prasetyo, Bambang, Lina Mithahul Jannah. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi. Jakarta: Rajawali Pers
- Pangestu Subagyo. (2003). Dasar-dasar Operation Research, Edisi:2 Yogyakarta: Penerbit ANDI
- Surendro Kridanto. (2009). Implementasi Tata Kelola Teknologi Informasi. Penerbit Informatika Bandung