

## V. Hasil dan Pembahasan

### 5.1 Hasil Survei

Dari 150 kuesioner yang disebar melalui *email*, ada sebanyak 29 kuesioner yang tidak dapat dikirim karena kesalahan alamat *email* atau *mailbox* yang terlalu penuh. Kuesioner yang terkumpul sampai pada saat terakhir, yaitu 2 minggu setelah kuesioner dibagikan, adalah sebanyak 66 kuesioner. Jadi terdapat 55 kuesioner yang tidak dikembalikan oleh responden.

Dari 66 kuesioner yang dikembalikan, semuanya dapat dijadikan bahan untuk penelitian ini, karena tidak terdapat kuesioner yang tidak dapat digunakan dikarenakan tidak terisi secara lengkap. Kuesioner yang kembali diisi oleh berbagai responden dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jabatan, ukuran perusahaan, kepemilikan divisi IT, dan jenis bidang usaha yang berberda-beda.

**Tabel 5.1** Ringkasan Temuan Secara Umum

<i>Kuesioner yang Disebar</i>			
Disebar	150		
Tidak Terkirim		29	
Tidak Kembali		55	
Kembali		66	
Tidak Valid			0
Valid			66
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>150</b>	<b>66</b>

### 5.2 Hasil Penelitian

Bagian ini merupakan ringkasan dari hasil pengujian terhadap hipotesis-hipotesis penelitian. Hasil perhitungan secara rinci dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 5.2** Ringkasan Hasil Penelitian

<b>Hipotesis</b>		<b>Uji</b>	<b>R<sup>2</sup></b>	<b>Sig</b>	<b><math>\alpha</math></b>	<b>Terima/Tolak H<sub>0</sub></b>	<b>Hasil</b>
Kepuasan Pelanggan	Penerapan E-Commerce	F	0.578	0.000	0.05	Tolak H <sub>0</sub>	Penerapan E-Commerce berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

	Transaksi	t		0.696	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Transaksi tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
	Strategi Bisnis	t		0.212	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
	Teknologi	t		0.173	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Teknologi tidak berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
	Web Usability	t		0.019	0.05	Tolak H <sub>0</sub>	Web Usability berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan.
Arus Pendapatan	Penerapan E-Commerce	F	0.650	0.000	0.05	Tolak H <sub>0</sub>	Penerapan E-Commerce berpengaruh signifikan terhadap peningkatan arus pendapatan perusahaan.
	Transaksi	t		0.708	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Transaksi tidak berpengaruh terhadap peningkatan arus pendapatan.
	Strategi Bisnis	t		0.003	0.05	Tolak H <sub>0</sub>	Strategi bisnis berpengaruh signifikan terhadap peningkatan arus pendapatan.
	Teknologi	t		0.250	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Teknologi tidak berpengaruh terhadap peningkatan arus pendapatan.

	Web Usability	t		0.235	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Web Usability tidak berpengaruh terhadap peningkatan arus pendapatan.
Pangsa Pasar	Penerapan E-Commerce	F	0.775	0.000	0.05	Tolak H <sub>0</sub>	Penerapan E-Commerce berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pangsa pasar.
	Transaksi	t		0.059	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Transaksi tidak berpengaruh terhadap peningkatan pangsa pasar.
	Strategi Bisnis	t		0.080	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap peningkatan pangsa pasar.
	Teknologi	t		0.146	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Teknologi tidak berpengaruh terhadap peningkatan pangsa pasar.
	Web Usability	t		0.001	0.05	Tolak H <sub>0</sub>	Web Usability berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pangsa pasar.
Keuntungan Kompetitif	Penerapan E-Commerce	F	0.780	0.000	0.05	Tolak H <sub>0</sub>	Penerapan E-Commerce berpengaruh signifikan terhadap keuntungan kompetitif perusahaan.

	Transaksi	t		0.284	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Transaksi tidak berpengaruh terhadap keuntungan kompetitif perusahaan.
	Strategi Bisnis	t		0.010	0.05	Tolak H <sub>0</sub>	Strategi Bisnis berpengaruh signifikan terhadap keuntungan kompetitif perusahaan.
	Teknologi	t		0.085	0.05	Terima H <sub>0</sub>	Teknologi tidak berpengaruh terhadap keuntungan kompetitif perusahaan.
	Web Usability	t		0.004	0.05	Tolak H <sub>0</sub>	Web Usability berpengaruh signifikan terhadap keuntungan kompetitif perusahaan.