

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek/Subyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah responden yang pernah bertransaksi secara online melalui *e-commerce*. Karakteristik responden dalam penelitian ini yaitu berdasarkan jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan atau statusnya ketika sedang bertransaksi. Data yang didapat dari penyebaran kuesioner dan hasil pengumpulan data kemudian dianalisis sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Karakteristik Responden

Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya tentang pengumpulan data penelitian yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner melalui situs peneliti dan dengan memberikan secara langsung kepada responden yaitu pengguna *e-commerce* di D.I Yogyakarta. Berikut adalah rincian penerimaan kuesioner:

Tabel 4.1
Jumlah Kuesioner

| | |
|---------------------------------------|-----|
| Kuesioner yang diberikan langsung | 40 |
| Kuesioner yang tidak kembali | (5) |
| Kuesioner yang tidak lengkap | (3) |
| Kuesioner yang melalui situs peneliti | 36 |
| Jumlah kuesioner yang dapat digunakan | 68 |

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

| Gender | Jumlah (Orang) | Prosentase |
|--------|----------------|------------|
| Pria | 44 | 64.7% |
| Wanita | 24 | 35.3% |
| Jumlah | 68 | 100% |

Berdasarkan Tabel diatas terlihat bahwa kebanyakan responden yang diteliti adalah laki-laki sebesar 44 responden atau 64.7% sedang responden perempuan sebesar 24 atau 35.3%.

2. Tingkat Pendidikan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

| Pendidikan | Responden | Prosentase |
|-------------------|------------------|-------------------|
| <SMA/SEDERAJAT | 14 | 20.6% |
| S1 | 48 | 70.6% |
| S2 | 3 | 4.4% |
| S3 | 1 | 1.5% |
| Jumlah | 68 | 100% |

Berdasarkan Tabel 4.3 diatas dapat dilihat bahwa mayoritas responden merupakan responden dengan tingkat pendidikan S1 sebanyak 48 orang (70.6%) dan yang minoritas merupakan responden dengan tingkat pendidikan S3 sebanyak 1 orang (1.5%).

3. Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan

| Jenis Pekerjaan | Responden | Prosentase |
|------------------------|------------------|-------------------|
| Pelajar | 38 | 55.9% |
| Pegawai Negeri | 3 | 4.4% |
| Pegawai Swasta | 20 | 29.4% |
| Wiraswasta | 2 | 2.9% |
| Lain-lain | 5 | 7.4% |
| Jumlah | 68 | 100% |

Pada tabel di atas mayoritas responden pengguna *e-commerce* didominasi oleh pelajar/mahasiswa. Fakta ini realistis karena kemungkinan banyaknya mahasiswa-mahasiswa yang berasal dari luar kota Yogyakarta memanfaatkan

internet dalam memenuhi kebutuhannya. Hal itu berimbas pada perilaku dalam pembelian barang atau jasa sehingga untuk keperluan mereka menggunakan fasilitas internet sebagai sarana untuk bertransaksi.

A. Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis Statistik Deskriptif di dalam penelitian ini menggunakan pengukuran nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean) dan nilai deviasi standar.

Tabel 4.5
Deskriptif

| Variabel | Minimum | Maksimum | Mean | Std. Diviation |
|-------------------|---------|----------|-------|----------------|
| Struktur jaminan | 11 | 24 | 18,66 | 2,729 |
| Persepsi reputasi | 11 | 25 | 19,70 | 2,253 |
| Desain Website | 10 | 25 | 19,33 | 2,600 |
| Kepercayaan | 12 | 25 | 18,32 | 3,316 |

Tabel 4.5 menunjukkan bahwa skor untuk variabel struktur jaminan mean sebesar 18,66 dengan nilai terendah 11 dan nilai tertinggi 24 sedangkan untuk standar deviasinya sebesar 2,7. Skor untuk variabel persepsi reputasi mean sebesar 19,7 dengan nilai terendah 11 dan nilai tertingginya 25 sedangkan untuk standar deviasinya sebesar 2,25.

Skor untuk variabel desain website mean sebesar 19,3 dengan nilai terendah desain website 10 dan nilai tertinggi sebesar 25 sedangkan untuk standar deviasi pada variabel desain website sebesar 2,6. Dan skor untuk variabel kepercayaan, mean sebesar 18,32 dengan nilai terendah 12 dan nilai tertinggi 25 sedangkan untuk standar deviasi pada variabel kepercayaan sebesar 3,3.

2. Uji Kualitas Data

Uji kualitas data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda. Sebelum dilakukan pengujian regresi linier berganda, maka akan dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal atau mendekati normal. Cara mudah untuk melihat normalitas yaitu dengan pengujian uji statistic non-parametrik Kolmogorov–smirnov (K-S), Distribusi data normal apabila nilai probabilitas signifikansinya diatas 0,05. Hasil penelitian dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|--|----------------|-------------------------|
| N | | 68 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 2.44359437 |
| | Absolute | .095 |
| Kolmogorov-Smirnov Z Asymp. Sig. (2-tailed) | Positive | .076 |
| | Negative | -.095 |
| | | .780 |
| | | .577 |

- a. Test distribution is normal.
- b. Calculated from data.

Data distribusi dikatakan normal jika nilai probabilitas signifikan $> 0,05$. Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan nilai 0,780 dengan nilai signifikan 0,577 yang artinya $> 0,05$ Hal tersebut diartikan bahwa residual terdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas. Model regresi yang baik merupakan yang tidak ada korelasi antara variabel bebasnya secara signifikan. Multikolinieritas dapat dilihat dari VIF, Ukuran ini menunjukkan variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Nilai *cut off* yang umum dipakai nilai tolerance 0,10 atau nilai VIF >10 setiap penelitian harus menentukan tingkat kolonieritas yang masih ditolerance 0,10 sama dengan tingkat multikolinieritas. Dari ketiga variabel bebas tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinieritas

| Variabel | Tolerance | VIF |
|----------------------------------|-----------|-------|
| <i>Structural Assurance</i> (X1) | .820 | 1.220 |
| <i>Perceived Reputation</i> (X2) | .731 | 1.369 |
| <i>Website Design</i> (X3) | .696 | 1.436 |

Dilihat dari tabel diatas variabel bebas yang meliputi struktur jaminan (X1), persepsi reputasi (X2), desain website (X3) hasil nilai VIF menunjukkan tidak ada satupun yang memiliki nilai VIF lebih dari 10. Jadi

dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antara variabel bebas dalam model regresi. Sehingga bisa dilanjutkan untuk uji normalitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dengan metode pengujian menggunakan Uji Glesjer. Uji glesjer dilakukan dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya. Jika nilai signifikansi antara variabel independen dengan absolutresidual lebih dari 0.05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.8
Hasil Uji Heteroskedastisitas

| Variabel | Sig |
|-------------------|------|
| Struktur jaminan | .929 |
| Persepsi reputasi | .534 |
| Desain website | .740 |

Dari hasil analisis pada tabel 4.8 diatas, dapat dilihat bahwa masing-masing variabel diatas diperoleh niali signifikansi sebesar 0,929 untuk variabel struktur jaminan, 0,534 untuk variabel persepsi reputasi, dan 0,740 untuk variabel desain web. Nilai signfikansi variabel-variabel tersebut lebih besar dari 0,05 maka diputuskan bahwa asumsi homoskedastisitas terpenuhi (tidak terdapat heteroskedastisitas).

d. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor setiap variabel jawaban responden dengan skor total masing-masing variabel. Dengan jumlah sampel uji coba sebanyak 30 responden maka dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai probabilita statistik *<level of*

significant 5% = 0,05 maka dapat dinyatakan item tersebut valid, Selanjutnya akan digunakan dalam penelitian. Berikut merupakan hasil dari pengujian uji validitas yang ditabulasi sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas pada Item-item Variabel Penelitian

| Item | Probabilita statistik (Sig) | Level of significant | Keterangan |
|------------------|------------------------------------|-----------------------------|-------------------|
| X _{1.1} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{1.2} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{1.3} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{1.4} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{1.5} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{2.1} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{2.2} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{2.3} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{2.4} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{2.5} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{3.1} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{3.2} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{3.3} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{3.4} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{3.5} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{4.1} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{4.2} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{4.3} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{4.4} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| X _{4.5} | 0.000 | 0.05 | Valid |

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa probabilita statistik <0,05, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan struktur jaminan, persepsi reputasi, dan desain website adalah valid.

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas pada Item-item Variabel Kepercayaan

| Item | Probalita statistik | Level of significant | Keterangan |
|------------------|----------------------------|-----------------------------|-------------------|
| Y _{1.1} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| Y _{1.2} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| Y _{1.3} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| Y _{1.4} | 0.000 | 0.05 | Valid |
| Y _{1.5} | 0.000 | 0.05 | Valid |

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa probabilita statistik $<0,05$ sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan kepercayaan adalah valid.

e. Hasil Uji Reliabilitas

Untuk pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha* dengan jumlah sampel uji coba kuesioner sebanyak 30 responden. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{\alpha} > 0,60$. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *SPSS for Windows Release 16.00*. Dari hasil perhitungan semua item diperoleh nilai $r_{\alpha} > 0,60$ maka instrumen penelitian tersebut reliabel. Berikut ini hasil pengujian reliablitas instrumen penelitian :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

| Variabel | <i>Cronbach Alpha</i> | Nilai Kritis | Keterangan |
|-------------------|-----------------------|--------------|------------|
| Struktur jaminan | 0.752 | 0.60 | Reliabel |
| Persepsi reputasi | 0.714 | 0.60 | Reliabel |
| Desain web | 0.796 | 0.60 | Reliabel |
| Kepercayaan | 0.862 | 0.60 | Reliabel |

Dari Tabel diatas dapat diketahui bahwa koefisien *Cronbach's Alpha* $> 0,60$, sehingga seluruh pertanyaan dalam kuesioner pada item-item pertanyaan variabel struktur jaminan, persepsi reputasi, desain web, dan kepercayaan adalah reliabel.

B. Hasil Penelitian

1. Uji F

Tabel 4.12 Hasil Uji F

| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|---------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1. Regression | 336.815 | 3 | 112.272 | 17.960 | .000 ^a |
| Residual | 400.067 | 64 | 6.251 | | |
| Total | 736.882 | 67 | | | |

Berdasarkan pada hasil perhitungan diatas diperoleh F_{hitung} 17.960 dan nilai signifikasinya 0,000 menunjukkan bahwa variabel struktur jaminan, persepsi reputasi, dan desain website secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepercayaan.

2. Uji T

Berdasarkan hasil pengujian yang menggunakan regresi linier berganda diperoleh hasil seperti berikut :

**Tabel 4.13
Rangkuman Hasil Uji Hipotesis**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1. (Constant) | -1.650 | 3.070 | | -.538 | .593 |
| Struktur jaminan | .536 | .124 | .441 | 4.338 | .000 |
| Persepsi reputasi | .106 | .159 | .072 | .666 | .508 |
| Desain website | .408 | .141 | .320 | 2.898 | .005 |

Hasil pengujian terhadap hipotesis-hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

a. Pengujian Hipotesis 1

Hipotesis pertama yang terlihat pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel struktur jaminan memiliki nilai sig 0,000 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,000 < 0,005$ yang artinya H1 diterima maka struktur jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepercayaan pengguna *e-commerce*. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh Dharma (2006), Hakim (2008), Probo (2010), Theresia (2013) yang membuktikan bahwa struktur jaminan berpengaruh positif terhadap kepercayaan.

b. Pengujian Hipotesis 2

Terlihat pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa variabel persepsi reputasi memiliki nilai sig 0,508 lebih besar dari nilai probabilitas 0,05, atau nilai $0,508 > 0,05$ maka analisis hipotesisnya dinyatakan tidak signifikan sehingga H2 ditolak. Hal ini sama dengan penelitian Theresia (2013) yang menemukan bahwa variabel persepsi reputasi tidak berpengaruh terhadap kepercayaan, berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Dharma (2006), Hakim (2008), Probo (2010) yang membuktikan bahwa variabel persepsi reputasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan *e-commerce*.

c. Pengujian Hipotesis 3

Variabel desain website berpengaruh pada kepercayaan pengguna sistem *e-commerce*, Terlihat pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa variabel desain website memiliki nilai sig 0,005 lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Hasil ini

menunjukkan bahwa variabel desain website berpengaruh positif pada kepercayaan pengguna sistem *e-commerce*.

3. Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi-variasi variabel dependen bernilai 0,544. Tetapi untuk model regresi dengan variabel independen lebih dari satu banyak peneliti menggunakan *adjusted R²* karena penambahan variabel independen dapat membuat *adjusted R²* naik atau turun sedangkan bila menggunakan R² penambahan variabel independen akan menaikkan nilai R².

Tabel 4.14
Hasil Uji Determinasi
Model Summary (b)

| Model | R | R. Square | Adjusted R. Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|-----------|--------------------|----------------------------|
| 1 | .676 ^a | .457 | .432 | 2.50021 |

a. Predictors: (Constant), *Website Design*, *Structural Assurance*, *Perceived Reputation*

b. Dependent Variable: *Trust*

Hasil uji determinasi diperoleh R² (Koefisien Determinasi atau R *Square*) sebesar 0,457 yang artinya variabel dependen (Y) dalam model yaitu kepercayaan pengguna internet di sistem *e-commerce* (Y) dijelaskan oleh variabel struktur jaminan (X₁), persepsi reputasi (X₂), dan desain website (X₃) sebesar 45,7% sedang sisanya sebesar 54,3% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

4. Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui besarnya pengaruh struktur jaminan, persepsi reputasi, dan desain website terhadap kepercayaan pengguna sistem *e-commerce* dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Guna memudahkan dalam perhitungan, berikut ini peneliti akan menyajikan olah data dengan menggunakan program SPSS dari variabel yang dianalisis:

Tabel 4.15 Analisa Regresi Linier Berganda

| Variabel | Koefisien regresi | t _{hitung} | Sig. |
|--|-------------------|---|------|
| Struktur jaminan (X ₁) | .536 | 4.338 | .000 |
| Persepsi reputasi (X ₂) | .106 | .666 | .508 |
| Desain web (X ₃) | .408 | 2.898 | .005 |
| Konstanta : -1.650 R :.676 R ^{square} :.457 | | F _{hitung} : 17.960 Sig: .000 | |

Sumber : Lampiran SPSS

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda pada hasil analisis pada tabel 4.15 diatas maka dapat disusun persamaannya sebagai berikut :

$$Y = -1,650 + 0,536X_1 + 0,106X_2 + 0,408X_3$$

Hasil variabel kepercayaan menunjukkan perubahan ketika adanya kenaikan variabel bebas variabel struktur jaminan sebesar 0,536, variabel desain website sebesar 0,408 menunjukkan nilai yang diinginkan pada variabel kepercayaan. Berbeda dengan variabel persepsi reputasi yang hasilnya menandakan tidak adanya perubahan yang artinya variabel persepsi reputasi tidak berpengaruh signifikan karena ditunjukkan dari nilai t_{hitung} sebesar 0,666 dengan tingkat signifikansinya sebesar 0,508.

C. Pembahasan

Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel struktur jaminan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepercayaan pengguna sistem *e-commerce*, Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai $t = 4,338$ $p = 0,000$ yang dibawah level probabilitas signifikan 0,05 hasil itu menunjukkan bahwa variabel struktur jaminan berpengaruh positif pada terjadinya kepercayaan pengguna internet pada sistem *e-commerce*. Hal ini diartikan bahwa struktur jaminan meningkat, dalam artian konsumen percaya pada struktur perlindungan (garansi, *legal recourse*, prosedur, kontrak, regulasi, janji) yang terdapat pada situs. Pengguna internet merasa nyaman dalam bertransaksi karena adanya jaminan pada situs *e-commerce* yang bisa dipercaya dalam melakukan transaksi online. Hubungan hukum menggunakan sarana informatika dilakukan dalam bentuk transaksi elektronik yang diatur dalam Undang-undang No 11 Tahun 2008 tentang informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Sebagaimana disebutkan dalam Pasal 18 ayat (1) UU ITE bahwa “Transaksi elektronik yang dituangkan ke dalam kontrak elektronik mengikat para pihak”, yang berarti bahwa apabila salah satu pihak tidak memenuhi kesepakatan yang terjadi dalam transaksi elektronik maka pihak yang dirugikan berhak mengajukan gugatan ganti kerugian. Beberapa penelitian seperti Dharma (2006), Hakim (2008), Probo (2010), Yoseph Kus Hendrata et al. (2013) yang membuktikan bahwa struktur jaminan berpengaruh positif terhadap kepercayaan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel persepsi reputasi tidak berpengaruh terhadap kepercayaan pengguna sistem *e-commerce*. Hasil uji t

menghasilkan nilai t sebesar = 0,666 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,508 ($\text{sig} > 0,05$). Responden tidak terlalu memikirkan reputasi situs *e-commerce* ketika sedang mempertimbangkan kepercayaan dalam penelitian ini karena dilihat dari jawaban yang diberikan responden pada kuesioner bahwa pernyataan tentang kemudahan melakukan transaksi dinilai kurang. Dilihat dari 51.5% responden menjawab netral (kurang setuju). Rupanya responden masih kurang mengetahui cara atau proses bertransaksi di situs-situs *e-commerce* walaupun sudah memahami tentang jaminan dari situs dan melihat tampilan situs tersebut sehingga menimbulkan rasa percaya untuk bertransaksi netral pada indikator kerahasiaan identitas ketika sedang bertransaksi. Peneliti percaya bahwa responden masih tidak terlalu percaya pada situs *e-commerce* yang meminta identitas pribadi seperti alamat rumah, no telp, rekening bank sehingga memungkinkan mempengaruhi persepsi reputasi. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dharma (2006), Hakim (2008), Probo (2010) yang menyatakan bahwa persepsi reputasi berpengaruh positif terhadap kepercayaan pengguna internet dalam sistem *e-commerce*. Hal tersebut terjadi karena persepsi reputasi dari *e-commerce*, informasi orang lain yang digunakan seseorang untuk menjadi acuan mengunjungi situs *e-commerce*, rating penjual, tanggapan penjual, dan juga forum diskusi yang biasanya menjadi pertimbangan seseorang menggunakan layanan *e-commerce* akan menimbulkan kepercayaan pengguna *e-commerce*.

Hasil analisis variabel desain website menunjukkan bahwa variabel desain website berpengaruh secara signifikan pada variabel kepercayaan pengguna sistem *e-commerce*. Hasil uji t menghasilkan nilai t hitung = 2,898 dengan tingkat signifikansi = 0,005 (sig < 0,05). Artinya desain web berpengaruh pada kepercayaan pengguna internet pada sistem *e-commerce*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Turban et al. (2002) yang berpendapat bahwa desain web yang elegan akan lebih memuaskan para pengunjung. Menurut Than dan Grandons (2002) menemukan bahwa kualitas desain web vital bagi belanja online. Menurut Wijaya (2014) menemukan bahwa faktor yang paling berpengaruh dalam *e-commerce* adalah desain web yang menarik perhatian konsumen.

Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Alam et al. (2006) di Malaysia yang menguji hubungan antara *website design, reliability, customer service, trust* terhadap *online shopping* di daerah Malaysia. Penelitian itu mengatakan bahwa variabel *website design* memiliki pengaruh negatif. Mungkin karena pada saat peneliti melakukan penelitian kemajuan teknologi sangatlah berbeda dengan yang sekarang kita rasakan saat ini dimana teknologi maju dengan pesatnya sehingga perusahaan bersaing dengan menyajikan situs *e-commerce* yang berpenampilan menarik minat konsumen agar berbelanja di situs *e-commerce* mereka.

