

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1.1 Profil Perusahaan

PT. Global Loyalty Indonesia bergerak di bidang multinasional yang didirikan sejak tahun 2014. Perusahaan ini merupakan salah satu anak perusahaan Sumber Alfaria Trijaya PT (Alfamart). Perusahaan ini bergerak pada bidang pengembangan CRM (Customer Relationship Management) hadir di Indonesia dengan suatu Brand bernama “PONTA”. PT. Global Loyalty Indonesia, dulunya dikenal dengan nama PONTA. Ponta merupakan program koalisi membership multipartner yang programnya dapat digunakan untuk dimanfaatkan pada berbagai merek sekaligus, dengan cara mengumpulkan sebuah poin dan mendapatkan diskon di berbagai merek yang bekerja sama dengan PONTA adalah perusahaan berasal dari Jepang. Pada tahun 2019, PT Global Loyalty Indonesia tidak lagi menjalin kerjasama dengan perusahaan PONTA, sehingga mengganti produk yang ditawarkan kepada masyarakat dengan nama AlfaGift.

AlfaGift adalah suatu aplikasi yang berfungsi sebagai membership kepada konsumen alfamart. Sistem dari membership tersebut adalah pengumpulan poin dari setiap pembelian atau transaksi yang dilakukan. Selain itu aplikasi alfagift memudahkan konsumen untuk berbelanja, karena barang yang telah dibayarkan dapat diantarkan konsumen dapat membelanjakan poin yang telah terkumpul di alfamart. Konsumen yang menggunakan aplikasi

alfagift tidak perlu lagi menggunakan kartu fisik di dalam aplikasi alfagift sudah berikutan dengan kartu digital. Hanya perlu datang ke toko dan buka aplikasi AlfaGift dan memberikan kartu digital yang berada di aplikasi tersebut. PT.Global Loyalty Indonesia memiliki konsep yang memperlihatkan semangat perusahaan dengan pengetahuan berskala global dan menunjukkan sebuah proses bekerja yang berkelanjutan. Hal tersebut dapat dilihat dalam analisis data dalam memperoleh solusi yang tepat. PT.Global Loyalty Indonesia selalu bekerja dengan profesional, cerdas, dan menjaga kepercayaan konsumen. Selain itu suasana yang bersemangat dan dinamis juga sangat penting dan hal tersebut mewakili hasil kerja yang maksimal dan paling update. PT. Global Loyalty Indonesia memiliki berbagai divisi, diantaranya Business Intelligence, Data Scientist, Commercial Relation Marketing, Digital Marketing, Strategic Partnership, Merchant Development, IT, Tax Accounting Finance, Human Resource, dan Procurement. Penulis ditempatkan pada divisi Commercial Relation Marketing.

PT Global Loyalty Indonesia adalah sebuah perusahaan dari group Alfamart. Perusahaan yang memiliki fokus kepada komunikasi dengan pelanggannya. Salah satu bentuk perwujudan yang dilakukan untuk menjalin komunikasi dengan pelanggan adalah diluncurkannya produk AlfaGift, dengan pelanggan adalah diluncurkannya produk alfagift, perusahaan menjadi lebih memahami produk barang yang dibutuhkan konsumen secara general. Tidak hanya itu, PT Global Loyalty Indonesia melakukan pengembangan secara lebih

lanjut dengan membuat aplikasi member AlfaGift sehingga memudahkan masyarakat untuk berbelanja.

4.1.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Platform AlfaGift

Platform AlfaGift memiliki visi dan misi yaitu diantaranya sebagai berikut:

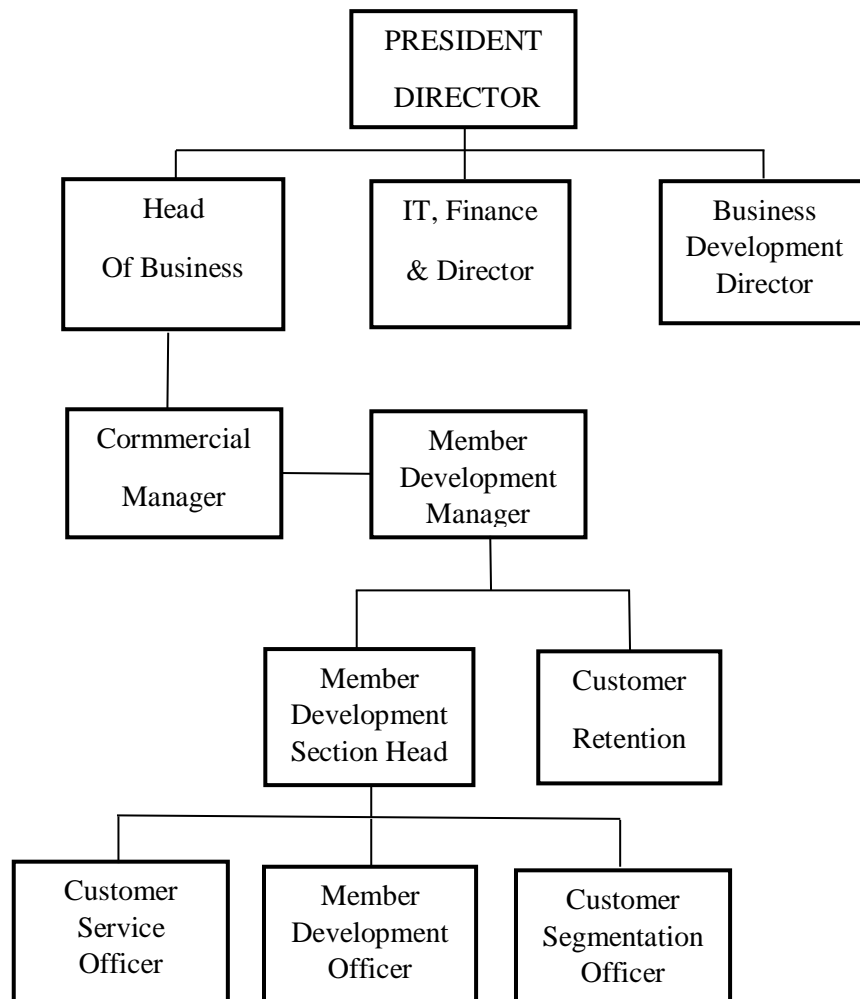
1. Visi

Visi perusahaan: “Menjadi jaringan distribusi ritel terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global.”

2. Misi

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan / konsumen dengan berfokus pada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
2. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tinggi.
3. Ikut berpartisipasi dalam membangun negara dengan menumbuhkan kembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha
4. Membangun organisasi global yang terpercaya, sehat, dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat pada umumnya.

4.1.1.3 Struktur Organisasi Platform AlfaGift



Gambar 4.1
Struktur Organisasi

4.1.1.4 Job Deskripsi

4.1.2 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini adalah pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis Jumlah responden yang digunakan ialah sebanyak 96 responden. Karakteristik responden yang penulis dapatkan ialah meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan dan pendapatan. Dari beberapa karakteristik responden tersebut diharapkan akan memberikan gambaran mengenai tanggapan

pengguna tentang pengaruh trust dan e-service quality terhadap loyalitas pelanggan.

Berikut peneliti sajikan kriteria-kriteria responden sebagai berikut :

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada penduduk di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis yang menggunakan Platform Alfagift adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1	Laki-Laki	24	24,24%
2	Perempuan	72	72,72%
	Jumlah	96	100,00

Sumber : Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui mengenai jenis kelamin penduduk yang menggunakan Platform Alfagift diambil yang sebagai responden dan menunjukkan bahwa responden laki-laki sebanyak 24 dengan persentase 24,24% sedangkan responden perempuan 72 dengan presentase 72,72 dari responden total.

Pengguna Platform Alfagift di kelurahan Kertasari Ciamis lebih didominasi oleh wanita, dengan persentase 72,72%. Hal ini karena wanita cenderung lebih tertarik berbelanja di platform Alfagift dibandingkan pria. Produk seperti peralatan rumah tangga, kebutuhan rumah tangga sering kali menjadi pilihan utama wanita untuk kebutuhan sehari-hari.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dari penyebaran angket maka diperoleh data tentang usia responden yang dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	%
1	17-25 Tahun	68	68,68%
2	26-30 Tahun	8	8,08%
3	31-35 Tahun	4	4,04%
4	36-45 Tahun	14	14,14%
5	45> Tahun	2	2,02%
	Jumlah	96	100,00

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa sebagian besar responden berusia antara 17-25 tahun yaitu sebanyak 68 responden dengan persentase sebesar 68,68%. Sedangkan, responden yang berusia 36-45 sebanyak 14 responden dengan persentase sebesar 14,14%. Selanjutnya responden yang berusia 26-30 tahun sebanyak 8 responden dengan persentase 8,08% . responden yang berusia 31-35 sebesar 4 responden dengan persentase 4,04%. Dan responden yang berusia 45> tahun sebesar 2 responden dengan persentase 2,02% Dilihat dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengguna pada Platform Alfagift didominasi oleh pengguna yang berusia 17-25 tahun dengan persentase sebesar 68,68% dari responden total.

Hal ini karena kelompok usia 17-25 tahun tertarik berbelanja online dibandingkan offline. Mereka sering mencari makanan atau minuman yang mereka butuhkan, seperti cemilan atau bahan makanan yang tersedia di platform alfagift. Platform Alfagift yang memiliki desain menarik dan unik cenderung lebih menarik bagi mereka untuk berbelanja melalui platform Alfagift, karena mereka ingin berbagi pengalaman berbelanja online.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan data penelitian yang dilakukan dari penyebaran angket maka diperoleh data tentang pendidikan responden yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Frekuensi	%
1	SMA	43	43,43%
2	D1	1	1,01%
3	D2	0	0%
4	D3	4	4,04
5	S1	46	46,46%
6	S2	1	1,01%
7	S3	1	1,01%
	Jumlah	96	100,00

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang memiliki pendidikan S1 yaitu sebanyak 46 responden, pendidikan SMA sebanyak 43 responden, pendidikan D3 sebanyak 4 responden, pendidikan D1, S2 dan S3 sebanyak 1 responden, sedangkan pendidikan D2 tidak ada memiliki responden. Dilihat dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengguna yang menggunakan Platform Alfacift didominasi oleh pengguna yang memiliki pendidikan S1 yaitu sebanyak 46 responden dengan persentase sebesar 46,46% dari responden total.

Kelompok pengguna Platform Alfacift yang di dominasi oleh Pendidikan S1 lebih sering menggunakan Platform Alfacift karena aktivitas sosial, mereka lebih sering berbelanja online dibandingkan offline karena keterbatasan waktu. Selain itu, lebih *up to date* terhadap kemajuan teknologi yang mudah untuk dijangkau atau digunakan.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	%
1	Wiraswasta	12	12,12%
2	Aparatur Negara Sipil	9	9,09%
3	Wirausaha	20	20,20%
4	Mahasiswa	41	41,41%
5	Buruh	4	4,04%
6	Ibu Rumah Tangga	8	8,08%
7	Guru	1	1,01%
8	Admin Online	1	1,01%
	Jumlah	96	100,00

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.4 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang memiliki pekerjaan Mahasiswa yaitu sebanyak 41 responden, pekerjaan Wirausaha sebanyak 20 responden, pendidikan Wiraswasta sebanyak 12 responden, pekerjaan Aparatur Negara Sipil sebanyak 9 responden, pekerjaan Ibu Rumah Tangga sebanyak 8 responden. pekerjaan Buruh sebanyak 4 responden, pekerjaan Guru sebanyak 1 responden dan Admin Online sebanyak 1 responden, Dilihat dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengguna yang menggunakan Platform Alfagift didominasi oleh pengguna yang bekerja Mahasiswa yaitu sebanyak 41 responden dengan persentase 41,41%. Dari responden total.

Kelompok pengguna Platform Alfagift yang di dominasi oleh mahasiswa lebih sering membeli produk-produk alfamart menggunakan platform alfagift, mereka lebih sering berbelanja kebutuhan atau keinginan seperti contohnya membeli cemilan. Selain itu, mahasiswa lebih *up to date* terhadap produk-produk yang sedang tren dan memiliki desain menarik, sehingga mereka lebih tertarik pada produk dari platform alfagift.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Frekuensi	%
1	<Rp.500.000/bulan	29	29,29%
2	Rp.500.000-Rp.1.000.000/bulan	19	19,19%
3	Rp.1.500.000-Rp.2.000.000/bulan	22	23,23%
4	Rp.2.500.000-Rp.3.000.000/bulan	10	10,10%
5	Rp.3.500.000-Rp.5.000.000/bulan	7	7,07
6.	>Rp.5.000.000/bulan	9	9,09%
	Jumlah	96	100,00

Sumber: Data diolah, 2024

Tabel 4.5 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang memiliki pendapatan <Rp.500.000/bulan yaitu sebanyak 29 responden, pendapatan Rp.1.500.000-Rp.2.000.000/bulan sebanyak 22 responden, pendapatan Rp.500.000-Rp.1.000.000/bulan sebanyak 19 responden, pendapatan Rp.2.500.000-Rp.3.000.000/bulan sebanyak 10 responden, pendapatan >Rp.5.000.000/bulan sebanyak 9 responden. pendapatan Rp.3.500.000-Rp.5.000.000/bulan sebanyak 7 responden. Dilihat dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa pengguna yang menggunakan Platform Alfacraft didominasi oleh pengguna yang berpendapatan <Rp.500.000/bulan yaitu sebanyak 29 responden dengan persentase 29,29%. Dari responden total.

Pengguna Platform Alfacraft di Kelurahan Kertasari Ciamis didominasi oleh pelanggan yang berpenghasilan < RP 500.000 hal ini terkait dengan dominasi pengguna dari rentang usia dan kelompok mahasiswa, yang umumnya memiliki anggaran terbatas. Rentang usia 17-25 dan mahasiswa sering kali memiliki penghasilan yang lebih rendah, sehingga mereka lebih cenderung mencari produk yang terjangkau namun tetap berkualitas. Produk platform alfacraft, seperti cemilan

atau minuman dan lain-lain menawarkan harga yang sesuai dengan anggaran mereka, menjadikannya pilihan yang populer di kalangan kelompok ini.

4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti

Pada bagian ini akan disajikan deskripsi penelitian berupa data persepsi responden tentang tanggapan mereka terhadap pernyataan-pernyataan yang diajukan, telah disusun dalam bentuk tabulasi tunggal. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai makna hasil perhitungan statistik deskriptif. Selanjutnya dibandingkan dengan tabel kriteria penafsiran kondisi variabel penelitian pada masing-masing variabel yang diteliti. Model yang dipakai mengadaptasi model pengontrolan kualitas (J. Supranto, 2013) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6
Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel Penelitian

Interval	Penafsiran/Interpretasi
4,2 – 5,0	Sangat Baik/Sangat Setuju/Sangat Tinggi
3,4 – 4,1	Baik/Setuju/Tinggi
2,6 – 3,3	Cukup Baik/Kurang Setuju/Sedang
1,8 – 2,5	Tidak Baik/Tidak Setuju/Rendah
1,0 – 1,7	Sangat Tidak Baik/Sangat Tidak Setuju/Sangat Rendah

Sumber: Model Pengontrolan Kualitas (J. Suprianto, 2013)

Jadi dapat di simpulkan bahwa pada deskriptif variabel ini akan diajukan pernyataan-pernyataan untuk memudahkan dan memberikan gambaran dalam penelitian tersebut. Berikut ini adalah data mengenai jawaban responden mengenai beberapa pernyataan variabel *Trust* (kepercayaan) (9 item), *e-service quality* (12 item), dan loyalitas Pelanggan (8 item).

4.1.3.1 Deskripsi Variabel Trust pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis

1. Ketulusan

- a. Platform Alfagift selalu berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen sehingga bisa memberikan solusi yang terbaik bagi mereka.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfagift selalu berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen sehingga bisa memberikan solusi yang terbaik bagi mereka.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
1	Sangat Setuju	5	30	150	31.25
	Setuju	4	56	224	58.33
	Ragu-Ragu	3	3	9	3.13
	Tidak Setuju	2	2	4	2.08
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	392	100.00
	Rata-Rata Interpretasi			3,92	Tinggi

Berdasarkan tabel 4.7 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift selalu berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen sehingga bisa memberikan solusi yang terbaik bagi mereka . Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 30 orang (30), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 56 orang (56), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 3 orang (3), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 2 orang (2), dan sangat tidak setuju

sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 392 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Platform Alfagift selalu berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen sehingga bisa memberikan solusi yang terbaik bagi mereka .

b. Platform Alfagift berusaha untuk selalu bersikap jujur dan transparan tentang produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfagift berusaha untuk selalu bersikap jujur dan transparan tentang produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
2	Sangat Setuju	5	23	115	23.96
	Setuju	4	61	244	63.54
	Ragu-Ragu	3	6	18	6.25
	Tidak Setuju	2	1	2	1.04
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	384	100.00
	Rata-Rata			3,84	
	Interpretasi			Tinggi	

Berdasarkan tabel 4.8 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift berusaha untuk selalu bersikap jujur dan transparan tentang produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 23 orang (23), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 61 orang (61), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 6 orang (6), yang

memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 1 orang (1), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 384 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Platform Alfagift berusaha untuk selalu bersikap jujur dan transparan tentang produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

c. Saat ada masalah, platform Alfagift dengan jujur mengakui dan memberikan solusi yang memuaskan

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Saat ada masalah, platform Alfagift dengan jujur mengakui dan memberikan solusi yang memuaskan

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
3	Sangat Setuju	5	26	130	27.08
	Setuju	4	49	196	51.04
	Ragu-Ragu	3	15	45	15.63
	Tidak Setuju	2	1	2	1.04
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	378	100.00
	Rata-Rata			3,78	
	Interpretasi			Tinggi	

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Saat ada masalah, Platform Alfagift dengan jujur mengakui dan memberikan solusi yang memuaskan. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 26 orang (26), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 49 orang (49), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 15 orang (15), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 1 orang (1), dan sangat tidak setuju sebanyak 5

orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 378 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Saat ada masalah, platform Alfagift dengan jujur mengakui dan memberikan solusi yang memuaskan.

2. Kemampuan

a. Platform Alfagift memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk/jasa yang saya tawarkan kepada konsumen.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfagift memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk/jasa yang saya tawarkan kepada konsumen.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
4	Sangat Setuju	5	23	115	23.96
	Setuju	4	53	212	55.21
	Ragu-Ragu	3	12	36	12.50
	Tidak Setuju	2	3	6	3.13
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	374	100.00
	Rata-Rata Interpretasi			3,74	Tinggi

Berdasarkan tabel 4.10 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk/jasa yang saya tawarkan kepada konsumen. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 23 orang (23), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 53 orang (53), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 12 orang (12), yang memberikan

tanggapan tidak setuju sebanyak 3 orang (3), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 374 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Platform Alfagift memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk/jasa yang saya tawarkan kepada konsumen.

b. Platform Alfagift terus-menerus mengupdate kebijakan dan prosedur untuk memastikan bahwa layanannya tetap relevan dan aman bagi konsumen.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfagift terus-menerus mengupdate kebijakan dan prosedur untuk memastikan bahwa layanannya tetap relevan dan aman bagi konsumen.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
5	Sangat Setuju	5	24	120	25.00
	Setuju	4	56	224	58.33
	Ragu-Ragu	3	9	27	9.38
	Tidak Setuju	2	2	4	2.08
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	380	100.00
	Rata-Rata		3,80		
Interpretasi		Tinggi			

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift terus-menerus mengupdate kebijakan dan prosedur untuk memastikan bahwa layanannya tetap relevan dan aman bagi konsumen. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 24 orang (24), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 56 orang (56), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 9 orang

(9), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 2 orang (2), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 380 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Platform Alfagift terus-menerus mengupdate kebijakan dan prosedur untuk memastikan bahwa layanannya tetap relevan dan aman bagi konsumen.

c. Platform Alfagift mudah digunakan dan membantu pengguna menemukan produk yang saya cari dengan cepat

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfagift mudah digunakan dan membantu pengguna menemukan produk yang saya cari dengan cepat.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
6	Sangat Setuju	5	29	145	30.21
	Setuju	4	60	240	62.50
	Ragu-Ragu	3	1	3	1.04
	Tidak Setuju	2	1	2	1.04
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	395	100.00
	Rata-Rata Interpretasi			3,95	Tinggi

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift mudah digunakan dan membantu pengguna menemukan produk yang saya cari dengan cepat. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 29 orang (29), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 60 orang (60), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 1 orang (1), yang memberikan

tanggapan tidak setuju sebanyak 1 orang (1), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 395 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Platform Alfagift mudah digunakan dan membantu pengguna menemukan produk yang saya cari dengan cepat.

3. Integritas

a. Platform Alfagift selalu menyediakan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang saya jual.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13
Tanggapan responden atas pernyataan Platform Alfagift selalu menyediakan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang saya jual.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
7	Sangat Setuju	5	23	115	23.96
	Setuju	4	55	220	57.29
	Ragu-Ragu	3	8	24	8.33
	Tidak Setuju	2	5	10	5.21
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	374	100.00
	Rata-Rata Interpretasi			3,74	Tinggi

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift selalu menyediakan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang saya jual. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 23 orang (23), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 55 orang (55), selanjutnya yang

memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 8 orang (8), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 5 orang (5), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 374 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Platform Alfagift selalu menyediakan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang saya jual

b. Platform Alfagift berusaha keras untuk memastikan bahwa setiap deskripsi produk mencerminkan kondisi sebenarnya dari produk tersebut.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Table 4.14
Tanggapan atas pernyataan Platform Alfagift berusaha keras untuk memastikan bahwa setiap deskripsi produk mencerminkan kondisi sebenarnya dari produk tersebut.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%	
8	Sangat Setuju	5	26	130	27.08	
	Setuju	4	59	236	61.46	
	Ragu-Ragu	3	4	12	4.17	
	Tidak Setuju	2	2	4	2.08	
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21	
	Jumlah			96	387	100.00
	Rata-Rata			3,87		
	Interpretasi			Tinggi		

Berdasarkan tabel 4.14 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift berusaha keras untuk memastikan bahwa setiap deskripsi produk mencerminkan kondisi sebenarnya dari produk tersebut. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 26 orang (26), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 59 orang (59), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 4 orang

(4), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 2 orang (2), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 387 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Platform Alfagift berusaha keras untuk memastikan bahwa setiap deskripsi produk mencerminkan kondisi sebenarnya dari produk tersebut

c. Konsumen merasa platform Alfagift konsisten dalam memberikan layanan dan produk sesuai dengan standar yang dijanjikan.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Table 4.15
Tanggapan atas pernyataan Konsumen merasa platform Alfagift konsisten dalam memberikan layanan dan produk sesuai dengan standar yang dijanjikan.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
9	Sangat Setuju	5	23	115	23.96
	Setuju	4	59	236	61.46
	Ragu-Ragu	3	7	21	7.29
	Tidak Setuju	2	2	4	2.08
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	381	100.00
	Rata-Rata Interpretasi			3,81	Tinggi

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Konsumen merasa platform Alfagift konsisten dalam memberikan layanan dan produk sesuai dengan standar yang dijanjikan. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 23 orang (23), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 59 orang (59), selanjutnya

yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 7 orang (7), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 2 orang (2), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 381 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Konsumen merasa platform Alfagift konsisten dalam memberikan layanan dan produk sesuai dengan standar yang dijanjikan.

Untuk mengetahui gambaran *Trust* pada pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis yang berjumlah 96 orang, maka dari hasil olah data kuisioner dapat peneliti sajikan dalam tabel rekapitulasi sebagai berikut:

Tabel 4.16
Rekapitulasi *Trust* pada pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis.

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
Ketulusan						
1	Platform Alfagift selalu berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen sehingga bisa memberikan solusi yang terbaik bagi mereka.	$96 \times 5 = 480$	392	384	$\frac{384}{480} \times 100\% = 80\%$	Tinggi
2	Platform Alfagift berusaha untuk selalu bersikap jujur dan transparan tentang produk atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen	$96 \times 5 = 480$	384			

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
3	Saat ada masalah, platform Alfagift dengan jujur mengakui dan memberikan solusi yang memuaskan.	96x5=480	378			
Jumlah			1.154			
Kemampuan						
4	Platform Alfagift memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk/jasa yang saya tawarkan kepada konsumen.	96x5=480	374			Tinggi
5	Platform Alfagift terus-menerus mengupdate kebijakan dan prosedur untuk memastikan bahwa layanannya tetap relevan dan aman bagi konsumen.	96x5=480	380	383	$\frac{383}{480} \times 100\% = 79,7\%$	
6	Platform Alfagift mudah digunakan dan membantu pengguna menemukan produk yang saya cari dengan cepat.	96x5=480	395			
Jumlah			1.149			
Integritas						

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
7	Platform Alfagift selalu menyediakan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang saya jual.	$96 \times 5 = 480$	374	380	$\frac{380}{480} \times 100\% = 79,1\%$	Tinggi
8.	Platform Alfagift berusaha keras untuk memastikan bahwa setiap deskripsi produk mencerminkan kondisi sebenarnya dari produk tersebut.	$96 \times 5 = 480$	387			
9	Konsumen merasa platform Alfagift konsisten dalam memberikan layanan dan produk sesuai dengan standar yang dijanjikan.	$96 \times 5 = 480$	381			
Jumlah			1.142			
Jumlah Keseluruhan Total Skor			3.445			Tinggi
Rata-Rata Keseluruhan Total Skor (%)			79,7%			

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.16 diketahui bahwa hasil jawaban responden mengenai variabel *Trust* diperoleh skor sebesar 4.445 atau jika dirata-ratakan sebesar 79,7%. Berdasarkan rekapitulasi hasil kuisioner dapat diketahui rata-rata skor tertinggi adalah pada indikator Ketulusan yaitu memperoleh pencapaian skor rata-rata

sebesar 80% dengan kriteria baik, sedangkan rata-rata skor terendah adalah pada indikator integritas dengan rata-rata skor 79,1% dengan kriteria Tinggi.

Adapun untuk memberikan interpretasi maka digunakan interval sebagai berikut :

$$\text{Skor Aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan :

- a. Skor aktual adalah skor jawaban yang diperoleh dari seluruh responden atas observasi yang telah diajukan
- b. Skor ideal adalah skor maksimum atau skor tertinggi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih skor tertinggi.

Berdasarkan perhitungan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 4.19 sebagai berikut :

Tabel 4.17
Penentuan Interval Untuk Interpretasi Hasil

No	Interval	Kriteria
1	20,00% - 36,00%	Sangat Rendah
2	36,01% - 52,00%	Rendah
3	52,01% - 68,00%	Sedang
4	68,01% - 84,00%	Tinggi
5	84,01% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Narimawati, (2010:84)

Berdasarkan tabel 4.17 di atas maka *Trust* Pada Pengguna Platform AlfaGift Di Kelurahan Kertasari Ciamis. tercapai sebesar 75,3% berada pada kategori berbeda atau berada pada interval **68,01 – 84,00%**. Artinya *Trust* Pada Pengguna Platform AlfaGift Di Kelurahan Kertasari Ciamis. berada pada kategori tinggi.

4.1.3.2 Deskripsi *E-Service Quality* pada Pengguna Platform AlfaGift Di

Kelurahan Kertasari Ciamis.

1. Reliability(keandalan)

- a. Platform Alfagift ini selalu memberikan layanan sesuai dengan deskripsi yang diberikan di situs web mereka

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.18
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfagift ini selalu memberikan layanan sesuai dengan deskripsi yang diberikan di situs web mereka.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
1	Sangat Setuju	5	19	95	19.79
	Setuju	4	61	244	63.54
	Ragu-Ragu	3	7	21	7.29
	Tidak Setuju	2	4	8	4.17
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	373	100.00
	Rata-Rata			3,73	
	Interpretasi			Tinggi	

Berdasarkan tabel 4.18 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift ini selalu memberikan layanan sesuai dengan deskripsi yang diberikan di situs web mereka form Alfagift selalu menyediakan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang saya jual. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 19 orang (19), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 61 orang (61), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 7 orang (7), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 4 orang (4), dan sangat tidak setuju

sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 373 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Platform Alfagift ini selalu memberikan layanan sesuai dengan deskripsi yang diberikan di situs web mereka

b. Konsumen merasa platform Alfagift dapat diandalkan dalam mengirimkan pesanan tepat waktu

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.19
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen merasa platform Alfagift dapat diandalkan dalam mengirimkan pesanan tepat waktu.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
2	Sangat Setuju	5	19	95	19.79
	Setuju	4	61	244	63.54
	Ragu-Ragu	3	9	27	9.38
	Tidak Setuju	2	3	6	3.13
	Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4.17
	Jumlah		96	376	100.00
	Rata-Rata			3,76	
	Interpretasi			Tinggi	

Berdasarkan tabel 4.19 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Konsumen merasa platform Alfagift dapat diandalkan dalam mengirimkan pesanan tepat waktu. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 19 orang (61), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 61 orang (61), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 9 orang (9), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 3 orang (3), dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 376 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Konsumen

merasa platform Alfagift dapat diandalkan dalam mengirimkan pesan tepat waktu.

2. Responsiveness (daya tanggap)

a. Platform Alfagift ini cepat merespon pertanyaan atau masalah yang konsumen ajukan melalui layanan pelanggan mereka

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.20
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfagift ini cepat merespon pertanyaan atau masalah yang konsumen ajukan melalui layanan pelanggan mereka.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
3	Sangat Setuju	5	24	120	25.00
	Setuju	4	58	232	60.42
	Ragu-Ragu	3	6	18	6.25
	Tidak Setuju	2	3	6	3.13
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	381	100.00
	Rata-Rata Interpretasi			3,81 Tinggi	

Berdasarkan tabel 4.20 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift ini cepat merespon pertanyaan atau masalah yang konsumen ajukan melalui layanan pelanggan mereka. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 24 orang (24), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 58 orang (58), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 6 orang (6), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 3 orang (3), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 381 yang artinya tinggi. Hal ini

menunjukkan bahwa Platform Alfagift ini cepat merespon pertanyaan atau masalah yang konsumen ajukan melalui layanan pelanggan mereka.

b. Layanan pelanggan platform Alfagift selalu siap membantu konsumen kapan pun jika membutuhkan bantuan.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.21
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Layanan pelanggan platform Alfagift selalu siap membantu konsumen kapan pun jika membutuhkan bantuan.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
4	Sangat Setuju	5	24	120	25.00
	Setuju	4	61	244	63.54
	Ragu-Ragu	3	5	15	5.21
	Tidak Setuju	2	1	2	1.04
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	386	100.00
	Rata-Rata			3,86	
	Interpretasi			Tinggi	

Berdasarkan tabel 4.21 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Layanan pelanggan platform Alfagift selalu siap membantu konsumen kapan pun jika membutuhkan bantuan. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 24 orang (24), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 61 orang (61), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 5 orang (5), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 1 orang (1), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 386 yang artinya tinggi. Hal ini

menunjukkan bahwa Layanan pelanggan platform Alfacift selalu siap membantu konsumen kapan pun jika membutuhkan bantuan.

3. Privacy/security (privasi/kemampuan)

a. Platform Alfacift ini menjelaskan dengan jelas bagaimana informasi pribadi saya digunakan dan dilindungi.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.22
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfacift ini menjelaskan dengan jelas bagaimana informasi pribadi saya digunakan dan dilindungi.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%	
5	Sangat Setuju	5	22	110	22.92	
	Setuju	4	57	228	59.38	
	Ragu-Ragu	3	8	24	8.33	
	Tidak Setuju	2	4	8	4.17	
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21	
	Jumlah			96	375	100.00
	Rata-Rata			3,75		
	Interpretasi		Tinggi			

Berdasarkan tabel 4.22 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfacift ini menjelaskan dengan jelas bagaimana informasi pribadi saya digunakan dan dilindungi. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 22 orang (22), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 57 orang (57), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 8 orang (8), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 4 orang (4), dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang (5). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 376 yang artinya tinggi. Hal ini

menunjukkan bahwa Platform Alfagift ini menjelaskan dengan jelas bagaimana informasi pribadi saya digunakan dan dilindungi

b. Konsumen merasa aman menggunakan platform Alfagift karena platform ini memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.23
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen merasa aman menggunakan platform Alfagift karena platform ini memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
6	Sangat Setuju	5	17	85	17.71
	Setuju	4	65	260	67.71
	Ragu-Ragu	3	8	24	8.33
	Tidak Setuju	2	2	4	2.08
	Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4.17
	Jumlah		96	377	100.00
	Rata-Rata Interpretasi			3,77 Tinggi	

Berdasarkan tabel 4.23 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Konsumen merasa aman menggunakan platform Alfagift karena platform ini memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 17 orang (17), kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 65 orang (65), selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 8 orang (8), yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 2 orang (2), dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4). Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 377 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa Konsumen merasa aman menggunakan

platform Alfagift karena platform ini memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan.

4. Informasi quality/benefit (manfaat/kualitas informasi).

a. Platform Alfagift ini menyediakan informasi yang relevan dan terkini tentang produk yang mereka jual.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.24
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfagift ini menyediakan informasi yang relevan dan terkini tentang produk yang mereka jual.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
7	Sangat Setuju	5	21	105	21.88
	Setuju	4	61	244	63.54
	Ragu-Ragu	3	7	21	7.29
	Tidak Setuju	2	1	2	1.04
	Sangat Tidak Setuju	1	6	6	6.25
	Jumlah		96	378	100.00
	Rata-Rata			3,78	
Interpretasi			Tinggi		

Berdasarkan tabel 4.24 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift ini menyediakan informasi yang relevan dan terkini tentang produk yang mereka jual. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 21 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 61 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 7 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 1 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 378 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Platform

Alfagift ini menyediakan informasi yang relevan dan terkini tentang produk yang mereka jual.

b. Platform Alfagift menyediakan ulasan konsumen yang relevan dan bermanfaat dalam memilih produk.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.25
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfagift menyediakan ulasan konsumen yang relevan dan bermanfaat dalam memilih produk.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
8	Sangat Setuju	5	23	115	23.96
	Setuju	4	61	244	63.54
	Ragu-Ragu	3	6	18	6.25
	Tidak Setuju	2	1	2	1.04
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	384	100.00
	Rata-Rata			3,84	
Interpretasi			Tinggi		

Berdasarkan tabel 4.25 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Platform Alfagift menyediakan ulasan konsumen yang relevan dan bermanfaat dalam memilih produk. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 23 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 61 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 6 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 1 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 384 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Platform

Alfagift menyediakan ulasan konsumen yang relevan dan bermanfaat dalam memilih produk.

5. Ease of use/usability (kemudahan penggunaan kegunaan).

- a. Konsumen dapat merasa bahwa situs web Platform Alfagift ini dirancang dengan baik sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan dalam menemukan informasi yang konsumen perlukan.**

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.26
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen dapat merasa bahwa situs web Platform Alfagift ini dirancang dengan baik sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan dalam menemukan informasi yang konsumen perlukan.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
9	Sangat Setuju	5	28	140	29.17
	Setuju	4	56	224	58.33
	Ragu-Ragu	3	6	18	6.25
	Tidak Setuju	2	1	2	1.04
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	389	100.00
	Rata-Rata Interpretasi			3,89	Tinggi

Berdasarkan tabel 4.26 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Konsumen dapat merasa bahwa situs web Platform Alfagift ini dirancang dengan baik sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan dalam menemukan informasi yang konsumen perlukan..Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 28 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 56 orang, selanjutnya yang memberikan

tanggapan ragu-ragu sebanyak 6 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 1 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 389 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Konsumen dapat merasa bahwa situs web Platform Alfagift ini dirancang dengan baik sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan dalam menemukan informasi yang konsumen perlukan.

b. Proses pembelian di platform Alfagift sangat sederhana dan tidak membingungkan konsumen.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.27
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Proses pembelian di platform Alfagift sangat sederhana dan tidak membingungkan konsumen.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
10	Sangat Setuju	5	28	140	29.17
	Setuju	4	56	224	58.33
	Ragu-Ragu	3	5	15	5.21
	Tidak Setuju	2	2	4	2.08
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	388	100.00
	Rata-Rata			3,88	
	Interpretasi			Tinggi	

Berdasarkan tabel 4.27 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Proses pembelian di platform Alfagift sangat sederhana dan tidak membingungkan konsumen. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 28 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 56 orang, selanjutnya yang memberikan

tanggapan ragu-ragu sebanyak 5 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 2 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 388 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Proses pembelian di platform Alfagift sangat sederhana dan tidak membingungkan konsumen.

6. Web Design(desain situs).

a. Platform Alfagift ini menyediakan gambar produk yang berkualitas tinggi dan mendapatkan gambaran yang jelas tentang produk tersebut.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.28
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Platform Alfagift ini menyediakan gambar produk yang berkualitas tinggi dan mendapatkan gambaran yang jelas tentang produk tersebut.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
11	Sangat Setuju	5	29	145	30.21
	Setuju	4	58	232	60.42
	Ragu-Ragu	3	3	9	3.13
	Tidak Setuju	2	2	4	2.08
	Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4.17
	Jumlah		96	394	100.00
	Rata-Rata			3,94	
	Interpretasi			Tinggi	

Berdasarkan tabel 4.28 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan platform Alfagift ini menyediakan gambar produk yang berkualitas tinggi dan mendapatkan gambaran yang jelas tentang produk tersebut.. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 29 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 58 orang,

selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 3 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 2 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 394 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan platform Alfacift ini menyediakan gambar produk yang berkualitas tinggi dan mendapatkan gambaran yang jelas tentang produk tersebut.

b. Penggunaan warna dan tata letak di situs Alfacift memudahkan saya dalam menjelajahi platform.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.29
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Penggunaan warna dan tata letak di situs Alfacift memudahkan saya dalam menjelajahi platform.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
12	Sangat Setuju	5	24	120	25.00
	Setuju	4	62	248	64.58
	Ragu-Ragu	3	3	9	3.13
	Tidak Setuju	2	2	4	2.08
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	386	100.00
	Rata-Rata			3,86	
Interpretasi			Tinggi		

Berdasarkan tabel 4.29 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Penggunaan warna dan tata letak di situs Alfacift memudahkan saya dalam menjelajahi platform. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 24 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 62 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu

sebanyak 3 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 2 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 386 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Penggunaan warna dan tata letak di situs Alfagift memudahkan saya dalam menjelajahi platform.

Untuk mengetahui gambaran Inovasi Produk Pada Pengguna Platform AlfaGift Di Kelurahan Kertasari Ciamis. yang berjumlah 96 orang, maka dari hasil olah data kuisisioner dapat peneliti sajikan dalam tabel rekapitulasi sebagai berikut:

Tabel 4.30
Rekapitulasi E-Service Quality pada Pada Pengguna Platform AlfaGift Di Kelurahan Kertasari Ciamis.

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
Reliability (Keandalan)						
1	Platform Alfagift ini selalu memberikan layanan sesuai dengan deskripsi yang diberikan di situs web mereka	$96 \times 5 = 480$	373	374	$\frac{374}{480} \times 100\% = 77,9\%$	Tinggi
2	Konsumen merasa platform Alfagift dapat diandalkan dalam mengirimkan pesanan tepat waktu	$96 \times 5 = 480$	376			
Jumlah			749			
Responsiveness (daya tanggap)						
3	Platform Alfagift ini cepat merespon pertanyaan atau masalah yang	$96 \times 5 = 480$	381		$\frac{383}{480} \times 100\% = 79,7\%$	Tinggi

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
	konsumen ajukan melalui layanan pelanggan mereka			383		
4	Layanan pelanggan platform Alfagift selalu siap membantu konsumen kapan pun jika membutuhkan bantuan.	96x5=480	386			
Jumlah			767			
Privacy/security (privasi/kemampuan)						
5.	Platform Alfagift ini menjelaskan dengan jelas bagaimana informasi pribadi saya digunakan dan dilindungi	96x5=480	375			
6.	Konsumen merasa aman menggunakan platform Alfagift karena platform ini memiliki kebijakan privasi yang jelas dan transparan	96x5=480	377	376	$\frac{376}{480} \times 100\% = 78,3\%$	Tinggi
Jumlah			752			
Informasi quality/benefit (manfaat/kualitas informasi).						
7	Platform Alfagift ini menyediakan informasi yang relevan dan terkini tentang	96x5=480	378		$\frac{381}{480} \times 100\% = 79,3\%$	Tinggi

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
	produk yang mereka jual.			381		
8	Platform Alfagift menyediakan ulasan konsumen yang relevan dan bermanfaat dalam memilih produk.	96x5=480	384			
Jumlah			762			
Ease of use/usability (kemudahan penggunaan kegunaan).						
9	Konsumen dapat merasa bahwa situs web Platform Alfagift ini dirancang dengan baik sehingga konsumen tidak mengalami kesulitan dalam menemukan informasi yang konsumen perlukan.	96x5=480	389	388	$\frac{388}{480} \times 100\% = 80,8\%$	Tinggi
10	Proses pembelian di platform Alfagift sangat sederhana dan tidak membingungkan konsumen.	96x5=480	388			
Jumlah			777			
Web Design(desain situs)						
11.	Platform Alfagift ini menyediakan gambar produk yang berkualitas	96x5=480	394	390	$\frac{390}{480} \times 100\% = 76,8\%$	Tinggi

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
	tinggi dan mendapatkan gambaran yang jelas tentang produk tersebut.					
12.	Penggunaan warna dan tata letak di situs Alfagift memudahkan saya dalam menjelajahi platform.	96x5=480	386			
Jumlah			780			
Jumlah Keseluruhan Total Skor			4.587			
Rata-Rata Keseluruhan Total Skor (%)			79,6%			Tinggi

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.30 diketahui bahwa hasil jawaban responden mengenai variabel E-Service Quality diperoleh skor sebesar 4.587 atau jika dirata-ratakan dalam persentase sebesar 79,6%. Berdasarkan rekapitulasi hasil kuisioner dapat diketahui rata-rata skor tertinggi adalah pada indikator Ease of use/usability (kemudahan penggunaan kegunaan) yaitu memperoleh pencapaian skor rata-rata sebesar 80,8% dengan kriteria tinggi, sedangkan rata-rata skor terendah adalah pada indikator Web Design(desain situs) dengan rata-rata skor 76,8% dengan kriteria baik.

Adapun untuk memberikan interpretasi maka digunakan interval sebagai berikut :

$$\text{Skor Aktual} = \frac{\text{Skor Aktual}}{\text{Skor Ideal}} \times 100\%$$

Keterangan :

- Skor aktual adalah skor jawaban yang diperoleh dari seluruh responden atas observasi yang telah diajukan.
- Skor ideal adalah skor maksimum atau skor tertinggi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih skor tertinggi.

Berdasarkan perhitungan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 4.33 sebagai berikut :

Tabel 4.31
Penentuan Interval Untuk Interpretasi Hasil

No	Interval	Kriteria
1	20,00% - 36,00%	Sangat Rendah
2	36,01% - 52,00%	Rendah
3	52,01% - 68,00%	Sedang
4	68,01% - 84,00%	Tinggi
5	84,01% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Narimawati, (2010:84)

Berdasarkan tabel 4.31 di atas maka mengetahui Inovasi Produk pada Pada Pengguna Platform AlfaGift Di Kelurahan Kertasari Ciamis. sebesar 76,8% berada pada kategori Inovatif atau berada pada interval **68,01 – 84,00%**. Artinya, E-Service Quality terhadap Pada Pengguna Platform AlfaGift Di Kelurahan Kertasari Ciamis berada pada kategori Tinggi.

4.1.3.3 Deskripsi Variabel Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Platform AlfaGift Di Kelurahan Kertasari Ciamis

1. Melakukan pembelian secara teratur

- Konsumen cenderung memilih untuk membeli produk/jasa dari Platform Alfagift ini secara teratur karena saya puas dengan kualitasnya.**

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.32
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen cenderung memilih untuk membeli produk/jasa dari Platform Alfacift ini secara teratur karena saya puas dengan kualitasnya

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%	
1	Sangat Setuju	5	22	110	22.92	
	Setuju	4	58	232	60.42	
	Ragu-Ragu	3	9	27	9.38	
	Tidak Setuju	2	2	4	2.08	
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21	
	Jumlah			96	378	100.00
	Rata-Rata			3,78		
Interpretasi			Tinggi			

Berdasarkan tabel 4.32 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai pernyataan Konsumen cenderung memilih untuk membeli produk/jasa dari Platform Alfacift ini secara teratur karena saya puas dengan kualitasnya. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 22 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 58 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 9 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 2 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 378 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Konsumen cenderung memilih untuk membeli produk/jasa dari Platform Alfacift ini secara teratur karena saya puas dengan kualitasnya.

b. Kemudahan dan kenyamanan berbelanja di platform Alfagift membuat konsumen kembali untuk melakukan pembelian lebih sering

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.33
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Kemudahan dan kenyamanan berbelanja di platform Alfagift membuat konsumen kembali untuk melakukan pembelian lebih sering

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
2	Sangat Setuju	5	24	120	25.00
	Setuju	4	59	236	61.46
	Ragu-Ragu	3	7	21	7.29
	Tidak Setuju	2	2	4	2.08
	Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4.17
	Jumlah		96	385	100.00
	Rata-Rata Interpretasi			3,85	Tinggi

Berdasarkan tabel 4.33 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai Kemudahan dan kenyamanan berbelanja di platform Alfagift membuat konsumen kembali untuk melakukan pembelian lebih sering. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 24 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 59 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 7 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 2 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 385 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Kemudahan dan kenyamanan berbelanja di platform Alfagift membuat konsumen kembali untuk melakukan pembelian lebih sering.

2. Membeli di luar lini produk atau jasa

- a. **Konsumen memiliki keinginan untuk mengeksplorasi lebih banyak produk atau jasa dari Platform Alfagift ini karena konsumen yakin mereka akan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik**

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.34

Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen memiliki keinginan untuk mengeksplorasi lebih banyak produk atau jasa dari Platform Alfagift ini karena konsumen yakin mereka akan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%	
3	Sangat Setuju	5	21	105	21.88	
	Setuju	4	58	232	60.42	
	Ragu-Ragu	3	8	24	8.33	
	Tidak Setuju	2	5	10	5.21	
	Sangat Tidak Setuju	1	4	4	4.17	
	Jumlah			96	375	100.00
	Rata-Rata			3,75		
Interpretasi			Tinggi			

Berdasarkan tabel 4.34 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai Konsumen memiliki keinginan untuk mengeksplorasi lebih banyak produk atau jasa dari Platform Alfagift ini karena konsumen yakin mereka akan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 21 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 58 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 8 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 5 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 375 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Konsumen

memiliki keinginan untuk mengeksplorasi lebih banyak produk atau jasa dari Platform Alfagift ini karena konsumen yakin mereka akan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik.

b. konsumen sering membeli produk atau jasa yang berbeda dari kategori yang biasanya konsumen beli di platform Alfagift

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.35
Tanggapan Responden Atas Pernyataan konsumen sering membeli produk atau jasa yang berbeda dari kategori yang biasanya konsumen beli di platform Alfagift

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%	
4	Sangat Setuju	5	21	105	21.88	
	Setuju	4	53	212	55.21	
	Ragu-Ragu	3	12	36	12.50	
	Tidak Setuju	2	5	10	5.21	
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21	
	Jumlah			96	368	100.00
	Rata-Rata			3,68		
	Interpretasi		Tinggi			

Berdasarkan tabel 4.35 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai konsumen sering membeli produk atau jasa yang berbeda dari kategori yang biasanya konsumen beli di platform Alfagift Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 21 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 53 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 12 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 5 orang , dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang . Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 368 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan konsumen sering membeli produk atau jasa yang berbeda dari kategori yang biasanya konsumen beli di platform Alfagift

3. Merekomendasikan kepada orang lain

- a. Konsumen melihat merekomendasikan produk atau jasa dari Platform Alfagift ini sebagai cara untuk memberikan manfaat kepada orang lain karena konsumen yakin mereka mendapatkan pengalaman yang sama memuaskan seperti konsumen lain.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.36
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen melihat merekomendasikan produk atau jasa dari Platform Alfagift ini sebagai cara untuk memberikan manfaat kepada orang lain karena konsumen yakin mereka mendapatkan pengalaman yang sama memuaskan seperti konsumen lain.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%	
5	Sangat Setuju	5	22	110	22.92	
	Setuju	4	60	240	62.50	
	Ragu-Ragu	3	7	21	7.29	
	Tidak Setuju	2	1	2	1.04	
	Sangat Tidak Setuju	1	6	6	6.25	
	Jumlah			96	379	100.00
	Rata-Rata		3,79			
Interpretasi		Tinggi				

Berdasarkan tabel 4.36 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai konsumen melihat merekomendasikan produk atau jasa dari Platform Alfagift ini sebagai cara untuk memberikan manfaat kepada orang lain karena konsumen yakin mereka mendapatkan pengalaman yang sama memuaskan seperti konsumen lain. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 22 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 60 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 7 orang,

yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 1 orang , dan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang . Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 379 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan konsumen melihat merekomendasikan produk atau jasa dari Platform Alfagift ini sebagai cara untuk memberikan manfaat kepada orang lain karena konsumen yakin mereka mendapatkan pengalaman yang sama memuaskan seperti konsumen lain.

b. Layanan pelanggan yang baik di platform Alfagift meningkatkan kemungkinan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.37
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Layanan pelanggan yang baik di platform Alfagift meningkatkan kemungkinan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
6	Sangat Setuju	5	21	105	21.88
	Setuju	4	62	248	64.58
	Ragu-Ragu	3	5	15	5.21
	Tidak Setuju	2	3	6	3.13
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	379	100.00
	Rata-Rata			3,79	
	Interpretasi		Tinggi		

Berdasarkan tabel 4.37 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai Layanan pelanggan yang baik di platform Alfagift meningkatkan kemungkinan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 21

orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 62 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 5 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 3 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 379 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Layanan pelanggan yang baik di platform Alfagift meningkatkan kemungkinan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.

4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing

- a. **Konsumen tetap setia menggunakan produk dari platform ini meskipun ada produk sejenis dari pesaing karena konsumen puas dengan kualitasnya.**

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.38
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen tetap setia menggunakan produk dari platform ini meskipun ada produk sejenis dari pesaing karena konsumen puas dengan kualitasnya.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%
7	Sangat Setuju	5	19	95	19.79
	Setuju	4	59	236	61.46
	Ragu-Ragu	3	10	30	10.42
	Tidak Setuju	2	3	6	3.13
	Sangat Tidak Setuju	1	5	5	5.21
	Jumlah		96	372	100.00
	Rata-Rata			3,72	
Interpretasi			Tinggi		

Berdasarkan tabel 4.38 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai Konsumen tetap setia menggunakan produk

dari platform ini meskipun ada produk sejenis dari pesaing karena konsumen puas dengan kualitasnya. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 19 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 59 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 10 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 3 orang, dan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang. Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 372 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Konsumen tetap setia menggunakan produk dari platform ini meskipun ada produk sejenis dari pesaing karena konsumen puas dengan kualitasnya

- a. Konsumen merasa bahwa produk yang di beli di platform Alfagift lebih unggul dibandingkan produk sejenis dari pesaing, meskipun terdapat penawaran menarik dari pesaing.**

Adapun tanggapan responden mengenai pernyataan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.39
Tanggapan Responden Atas Pernyataan Konsumen merasa bahwa produk yang di beli di platform Alfagift lebih unggul dibandingkan produk sejenis dari pesaing, meskipun terdapat penawaran menarik dari pesaing.

No	Tanggapan	Bobot	F	Skor	%	
8	Sangat Setuju	5	16	80	16.67	
	Setuju	4	58	232	60.42	
	Ragu-Ragu	3	11	33	11.46	
	Tidak Setuju	2	3	6	3.13	
	Sangat Tidak Setuju	1	8	8	8.33	
	Jumlah			96	359	100.00
	Rata-Rata Interpretasi			3,59 Tinggi		

Berdasarkan tabel 4.39 dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang memberikan tanggapan mengenai Konsumen merasa bahwa produk yang di beli di platform Alfagift lebih unggul dibandingkan produk sejenis dari pesaing, meskipun terdapat penawaran menarik dari pesaing. Hasil menunjukkan tanggapan sangat setuju sebanyak 16 orang, kemudian yang memberikan tanggapan setuju sebanyak 58 orang, selanjutnya yang memberikan tanggapan ragu-ragu sebanyak 11 orang, yang memberikan tanggapan tidak setuju sebanyak 3 orang , dan sangat tidak setuju sebanyak 8 orang . Hasil penelitian tersebut diperoleh skor 359 yang artinya tinggi. Hal ini menunjukkan Konsumen merasa bahwa produk yang di beli di platform Alfagift lebih unggul dibandingkan produk sejenis dari pesaing, meskipun terdapat penawaran menarik dari pesaing.

Untuk mengetahui gambaran Loyalitas Pelanggan pada pada pengguna Platfrom Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis yang berjumlah 96 orang, maka dari hasil olah data kuisisioner dapat peneliti sajikan dalam tabel rekapitulasi sebagai beirkut:

Tabel 4.40
Rekapitulasi Loyalitas Pelanggan pada pada pengguna Platfrom Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
Melakukan pembelian secara teratur						
1	Konsumen cenderung memilih untuk membeli produk/jasa dari Platform Alfagift ini secara teratur karena saya puas	$96 \times 5 = 480$	378	381	$\frac{381}{480} \times 100\% = 79,3\%$	Tinggi

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
	dengan kualitasnya.					
2	Kemudahan dan kenyamanan berbelanja di platform Alfagift membuat konsumen kembali untuk melakukan pembelian lebih sering	$96 \times 5 = 480$	385			
Jumlah			763			
Membeli di luar lini produk atau jasa						
3	Konsumen memiliki keinginan untuk mengeksplorasi lebih banyak produk atau jasa dari Platform Alfagift ini karena konsumen yakin mereka akan memenuhi kebutuhan konsumen dengan baik	$96 \times 5 = 480$	375	371	$\frac{371}{480} \times 100\%$ $= 77,2\%$	Tinggi
4	konsumen sering membeli produk atau jasa yang berbeda dari kategori yang biasanya konsumen beli di platform Alfagift	$96 \times 5 = 480$	368			
Jumlah			743			
Merekomendasikan kepada orang lain						

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
5	Konsumen melihat merekomendasikan produk atau jasa dari Platform Alfagift ini sebagai cara untuk memberikan manfaat kepada orang lain karena konsumen yakin mereka mendapatkan pengalaman yang sama memuaskan seperti konsumen lain.	$96 \times 5 = 480$	379	379		Tinggi
6.	Layanan pelanggan yang baik di platform Alfagift meningkatkan kemungkinan konsumen untuk merekomendasikan produk kepada orang lain.	$96 \times 5 = 480$	379			
Jumlah			758			
Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing						
7.	Konsumen tetap setia menggunakan produk dari platform ini meskipun ada produk sejenis	$96 \times 5 = 480$	372	365	$\frac{381}{480} \times 100\% = 76,0\%$	Tinggi

No	Pernyataan	Skor Target	Total Skor	Rata-Rata Skor Keseluruhan	Persentase	Kriteria
	dari pesaing karena konsumen puas dengan kualitasnya.					
8.	Konsumen merasa bahwa produk yang di beli di platform Alfagift lebih unggul dibandingkan produk sejenis dari pesaing, meskipun terdapat penawaran menarik dari pesaing.	96x5=4 80	359			
Jumlah			731			
Jumlah Keseluruhan Total Skor			2.995			Tinggi
Rata-Rata Keseluruhan Total Skor (%)			77,9%			

Sumber: data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.40 diketahui bahwa hasil jawaban responden mengenai variabel Loyalitas Pelanggan diperoleh skor sebesar 2.995 atau jika dirata-ratakan sebesar 77,9%. Berdasarkan rekapitulasi hasil kuisioner dapat diketahui rata-rata skor tertinggi adalah pada indikator Melakukan pembelian secara teratur yaitu memperoleh pencapaian skor rata-rata sebesar 79,3% dengan kriteria baik, sedangkan rata-rata skor terendah adalah pada indikator Menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing dengan rata-rata skor 76,0% dengan kriteria tinggi.

Adapun untuk memberikan interpretasi maka digunakan interval sebagai berikut :

$$Skor\ Aktual = \frac{Skor\ Aktual}{Skor\ Ideal} \times 100\%$$

Keterangan :

- a. Skor aktual adalah skor jawaban yang diperoleh dari seluruh responden atas observasi yang telah diajukan.
- b. Skor ideal adalah skor maksimum atau skor tertinggi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih skor tertinggi.

Berdasarkan perhitungan antara skor aktual dengan skor ideal dikontribusikan dengan tabel 4.47 sebagai berikut :

Tabel 4.41
Penentuan Interval Untuk Interpretasi Hasil

No	Interval	Kriteria
1	20,00% - 36,00%	Sangat Rendah
2	36,01% - 52,00%	Rendah
3	52,01% - 68,00%	Sedang
4	68,01% - 84,00%	Tinggi
5	84,01% - 100%	Sangat Tinggi

Sumber: Narimawati, (2010:84)

Berdasarkan tabel 4.41 di atas maka Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platfrom Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis berada pada kategori tinggi tercapai sebesar 76,5% berada pada kategori tinggi atau berada pada interval **68,01 – 84,00%**. Artinya, Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platfrom Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis berada pada kategori tinggi.

4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis

4.1.4.1 Pengaruh *Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Untuk mengetahui pengaruh *Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan maka dilakukan analisis data yang meliputi analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, dan uji t. Adapun tabel vFariabel *Trust* Terhadap Loyalitas Pelanggan diisajikan pada tabel 4.43 di bawah ini :

Tabel 4.42
Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi

No	X_1	Y	X_1^2	Y^2	X_1Y
1	36	32	1296	1024	1152
2	39	35	1521	1225	1365
3	36	32	1296	1024	1152
4	42	35	1764	1225	1470
5	35	33	1225	1089	1155
6	36	32	1296	1024	1152
7	36	32	1296	1024	1152
8	38	32	1444	1024	1216
9	37	32	1369	1024	1184
10	34	28	1156	784	952
11	37	32	1369	1024	1184
12	35	31	1225	961	1085
13	36	26	1296	676	936
14	36	31	1296	961	1116
15	43	31	1849	961	1333
16	45	40	2025	1600	1800
17	38	32	1444	1024	1216
18	40	32	1600	1024	1280
19	36	30	1296	900	1080

No	X_1	Y	X_1^2	Y^2	X_1Y
20	34	31	1156	961	1054
21	34	25	1156	625	850
22	36	32	1296	1024	1152
23	41	39	1681	1521	1599
24	37	32	1369	1024	1184
25	38	34	1444	1156	1292
26	36	33	1296	1089	1188
27	18	16	324	256	288
28	35	32	1225	1024	1120
29	36	32	1296	1024	1152
30	39	32	1521	1024	1248
31	33	31	1089	961	1023
32	36	32	1296	1024	1152
33	45	36	2025	1296	1620
34	36	31	1296	961	1116
35	33	29	1089	841	957
36	35	32	1225	1024	1120
37	32	30	1024	900	960
38	36	32	1296	1024	1152
39	36	32	1296	1024	1152
40	45	40	2025	1600	1800
41	33	34	1089	1156	1122
42	43	40	1849	1600	1720
43	39	31	1521	961	1209
44	38	32	1444	1024	1216
45	34	32	1156	1024	1088
46	36	32	1296	1024	1152
47	41	37	1681	1369	1517

No	X_1	Y	X_1^2	Y^2	X_1Y
48	32	28	1024	784	896
49	36	32	1296	1024	1152
50	38	35	1444	1225	1330
51	34	40	1156	1600	1360
52	37	32	1369	1024	1184
53	36	23	1296	529	828
54	43	32	1849	1024	1376
55	30	21	900	441	630
56	34	29	1156	841	986
57	39	33	1521	1089	1287
58	36	34	1296	1156	1224
59	40	32	1600	1024	1280
60	45	40	2025	1600	1800
61	38	29	1444	841	1102
62	35	34	1225	1156	1190
63	37	30	1369	900	1110
64	45	40	2025	1600	1800
65	45	40	2025	1600	1800
66	36	32	1296	1024	1152
67	41	35	1681	1225	1435
68	45	32	2025	1024	1440
69	41	39	1681	1521	1599
70	36	32	1296	1024	1152
71	36	31	1296	961	1116
72	40	34	1600	1156	1360
73	36	28	1296	784	1008
74	36	32	1296	1024	1152
75	38	40	1444	1600	1520

No	X_1	Y	X_1^2	Y^2	X_1Y
76	39	33	1521	1089	1287
77	39	27	1521	729	1053
78	36	30	1296	900	1080
79	35	27	1225	729	945
80	38	31	1444	961	1178
81	27	28	729	784	756
82	34	28	1156	784	952
83	45	40	2025	1600	1800
84	40	38	1600	1444	1520
85	34	32	1156	1024	1088
86	42	37	1764	1369	1554
87	35	30	1225	900	1050
88	35	34	1225	1156	1190
89	36	34	1296	1156	1224
90	45	40	2025	1600	1800
91	45	36	2025	1296	1620
92	9	10	81	100	90
93	9	8	81	64	72
94	9	8	81	64	72
95	9	8	81	64	72
96	9	8	81	64	72
Σ	3445	2995	129093	97817	111927

Sumber: data diolah, 2024

Untuk mengetahui pengaruh *Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis dilakukan analisis sebagai berikut:

a. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan digunakan analisis korelasi menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{X_1Y} = \frac{n \sum X_1Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{X_1Y} = \frac{96.111927 - (3445)(2995)}{\sqrt{\{96.129093 - (3445)^2\} \{96.97817 - (2995)^2\}}}$$

$$r_{X_1Y} = \frac{10744992 - 10317775}{\sqrt{\{12392928 - 11868025\} \{9390432 - 8970025\}}}$$

$$r_{X_1Y} = \frac{427217}{\sqrt{\{524903\} \{420407\}}}$$

$$r_{X_1Y} = \frac{427217}{\sqrt{220672895521}}$$

$$r_{X_1Y} = \frac{427217}{469758}$$

$$r_{X_1Y} = 0,909$$

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi *product moment* tersebut maka diperoleh tingkat hubungan sebesar 0,909. Nilai tersebut jika dihubungkan dengan pendapat Sugiyono dalam Nuryani (2014:185) pada Tabel 3.3 berada pada kategori sangat kuat yang artinya *Trust* memiliki hubungan yang sangat kuat dengan Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platform Alfabeta di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis. Nilai *r* juga positif, artinya semakin beragam *Trust* pada perusahaan maka semakin meningkat pula Loyalitas Pelanggannya.

b. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui persentase hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas dan juga mengetahui faktor pengaruh lain dari variabel bebas maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,909)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,8262 \times 100\%$$

$$KD = \mathbf{82,62\%}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh *Trust* terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar **82,62%**, sedangkan sisanya 17,38% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan tetapi tidak diteliti yaitu orientasi kepuasan konsumen, modal, kondisi dan kemampuan penjual, serta kondisi pasar (Suryawan, 2019:55).

c. Uji T

Selanjutnya digunakan untuk mencari t hitung maka menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

$$t = \frac{0,909\sqrt{96-2}}{\sqrt{1-(0,909)^2}}$$

$$t = \frac{0,909 (94)}{\sqrt{1-(0,8262)}}$$

$$t = \frac{0,909 (9,695)}{\sqrt{1 - (0,1738)}}$$

$$t = \frac{8,812}{\sqrt{0,1738}}$$

$$t = \frac{8,812}{0,416}$$

$$t = \mathbf{21,182}$$

Untuk mencari t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95% dengan $\alpha = 0,05$ dan untuk $n = 100$ maka penulis menggunakan rumus interpolasi. Untuk mencari interpolasi maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{\text{tabel}} = (a/2 ; n-k-) = t (0,05/2 ; 96-2) = 0,025 ; 94$$

Dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah responden. Dengan melihat pada distribusi t_{tabel} ditemukan 1.66123 yang memperoleh nilai t_{tabel} untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pada variabel bebas terhadap variabel terikat. Korelasi dapat dikatakan signifikan apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ hasil perhitungan di atas diperoleh bobot t_{hitung} **21,182** sedangkan bobot t_{tabel} yaitu 1,66123.

Dari hasil perhitungan maka *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis. Artinya hipotesis yang diajukan yaitu *Trust* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dapat diterima.

4.1.4.2 Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Untuk mengetahui pengaruh variabel *E-Service Quality* terhadap variabel Loyalitas Pelanggan maka dilakukan analisis data yang meliputi analisis koefisien korelasi sederhana, analisis koefisien determinasi, dan uji t. Adapun tabel variabel

E-Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan disajikan pada tabel 4.44 di bawah ini

Tabel 4.43
Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi

No	X ₂	Y	X ₂ ²	Y ²	X ₂ Y
1	48	32	2304	1024	1152
2	51	35	2601	1225	1365
3	48	32	2304	1024	1152
4	54	35	2916	1225	1470
5	49	33	2401	1089	1155
6	48	32	2304	1024	1152
7	48	32	2304	1024	1152
8	49	32	2401	1024	1216
9	48	32	2304	1024	1184
10	45	28	2025	784	952
11	48	32	2304	1024	1184
12	47	31	2209	961	1085
13	48	26	2304	676	936
14	48	31	2304	961	1116
15	47	31	2209	961	1333
16	60	40	3600	1600	1800
17	50	32	2500	1024	1216
18	54	32	2916	1024	1280
19	48	30	2304	900	1080
20	48	31	2304	961	1054
21	46	25	2116	625	850
22	48	32	2304	1024	1152
23	53	39	2809	1521	1599
24	48	32	2304	1024	1184

No	X ₂	Y	X ₂ ²	Y ²	X ₂ Y
25	53	34	2809	1156	1292
26	49	33	2401	1089	1188
27	24	16	576	256	288
28	48	32	2304	1024	1120
29	46	32	2116	1024	1152
30	48	32	2304	1024	1248
31	45	31	2025	961	1023
32	48	32	2304	1024	1152
33	60	36	3600	1296	1620
34	48	31	2304	961	1116
35	48	29	2304	841	957
36	48	32	2304	1024	1120
37	45	30	2025	900	960
38	48	32	2304	1024	1152
39	48	32	2304	1024	1152
40	60	40	3600	1600	1800
41	47	34	2209	1156	1122
42	60	40	3600	1600	1720
43	48	31	2304	961	1209
44	49	32	2401	1024	1216
45	49	32	2401	1024	1088
46	48	32	2304	1024	1152
47	54	37	2916	1369	1517
48	41	28	1681	784	896
49	48	32	2304	1024	1152
50	52	35	2704	1225	1330
51	59	40	3481	1600	1360
52	48	32	2304	1024	1184

No	X ₂	Y	X ₂ ²	Y ²	X ₂ Y
53	38	23	1444	529	828
54	53	32	2809	1024	1376
55	41	21	1681	441	630
56	45	29	2025	841	986
57	56	33	3136	1089	1287
58	47	34	2209	1156	1224
59	53	32	2809	1024	1280
60	60	40	3600	1600	1800
61	49	29	2401	841	1102
62	49	34	2401	1156	1190
63	49	30	2401	900	1110
64	60	40	3600	1600	1800
65	60	40	3600	1600	1800
66	48	32	2304	1024	1152
67	57	35	3249	1225	1435
68	48	32	2304	1024	1440
69	56	39	3136	1521	1599
70	48	32	2304	1024	1152
71	48	31	2304	961	1116
72	50	34	2500	1156	1360
73	48	28	2304	784	1008
74	48	32	2304	1024	1152
75	56	40	3136	1600	1520
76	49	33	2401	1089	1287
77	46	27	2116	729	1053
78	48	30	2304	900	1080
79	49	27	2401	729	945
80	48	31	2304	961	1178

No	X ₂	Y	X ₂ ²	Y ²	X ₂ Y
81	41	28	1681	784	756
82	47	28	2209	784	952
83	60	40	3600	1600	1800
84	54	38	2916	1444	1520
85	50	32	2500	1024	1088
86	55	37	3025	1369	1554
87	47	30	2209	900	1050
88	47	34	2209	1156	1190
89	46	34	2116	1156	1224
90	60	40	3600	1600	1800
91	60	36	3600	1296	1620
92	15	10	225	100	90
93	12	8	144	64	72
94	12	8	144	64	72
95	12	8	144	64	72
96	12	8	144	64	72
Σ	4587	2995	228497	97817	111927

Sumber: data diolah, 2024

Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis dilakukan analisis sebagai berikut:

a. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana

Untuk mengetahui Tingkat hubungan antara variabel *E-Service Quality* dengan Loyalitas Pelanggan digunakan analisis korelasi menggunakan rumus sebagai berikut :

$$r_{X_2Y} = \frac{n \sum X_2Y - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2\} \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

$$r_{X_2Y} = \frac{96.149220 - (4587)(2995)}{\sqrt{\{96.228497 - (4587)^2\} \{96.97817 - (2995)^2\}}}$$

$$r_{X_2Y} = \frac{14325120 - 13738065}{\sqrt{\{21935712 - 21040569\} \{9390432 - 8970023\}}}$$

$$r_{X_2Y} = \frac{587055}{\sqrt{\{895143\} \{420407\}}}$$

$$r_{X_2Y} = \frac{587055}{\sqrt{376324383201}}$$

$$r_{X_2Y} = \frac{587055}{613452}$$

$$r_{X_2Y} = 0,956$$

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi product moment tersebut maka diperoleh tingkat hubungan sebesar 0,956. Nilai tersebut jika dihubungkan dengan pendapat Sugiyono dalam Nuryani (2014:185) pada Tabel 3.3 berada pada kategori sangat kuat yang artinya *E-Service Quality* memiliki hubungan yang sangat kuat dengan Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platfrom Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis. Nilai r juga positif, yang artinya semakin inovatif *E-Service Quality* pada perusahaan maka semakin meningkat pula Loyalitas Pelanggannya.

b. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui persentase hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas dan juga mengetahui faktor pengaruh lain dari variabel bebas maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0,956)^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,9139 \times 100\%$$

$$KD = \mathbf{91,39\%}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar **91,39%**, sedangkan sisanya 8,61% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan tetapi tidak diteliti yaitu orientasi kepuasan konsumen, modal, kondisi dan kemampuan penjual, serta kondisi pasar (Suryawan, 2019:55).

c. Uji T

Selanjutnya digunakan untuk mencari t hitung maka menggunakan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r)^2}}$$

$$t = \frac{0,956\sqrt{96-2}}{\sqrt{1-(0,956)^2}}$$

$$t = \frac{0,956 \sqrt{94}}{\sqrt{1-(0,9139)}}$$

$$t = \frac{0,956 (9,695)}{\sqrt{1-(0,0861)}}$$

$$t = \frac{9,268}{\sqrt{0,0861}}$$

$$t = \frac{9,268}{0,293}$$

$$t = \mathbf{31,631}$$

Untuk mencari t_{tabel} dengan tingkat keyakinan 95% dengan $\alpha = 0,05$ dan untuk $n = 96$ maka penulis menggunakan rumus interpolasi. Untuk mencari interpolasi maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$t_{\text{tabel}} = (a/2 ; n-k) = t (0,05/2 ; 96-2) = 0,025 ; 94$$

Dimana k adalah jumlah variabel bebas dan n adalah jumlah responden. Dengan melihat pada distribusi t_{tabel} ditemukan **1.66123** yang memperoleh nilai t_{tabel} untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh pada variabel bebas terhadap variabel terikat. Korelasi dapat dikatakan signifikan apabila $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ hasil perhitungan di atas diperoleh bobot t_{hitung} **31,631** sedangkan bobot t_{tabel} yaitu **1.66123**.

Dari hasil perhitungan maka *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis. Artinya hipotesis yang diajukan yaitu pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan dapat diterima.

4.1.4.3 Pengaruh *Trust* dan *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis. Analisis ini meliputi analisis regresi linier berganda, analisis koefisien korelasi berganda, koefisien determinasi, dan uji f .

Berikut data-data terkait variabel *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai berikut :

Tabel 4.44
Nilai-Nilai Untuk Perhitungan Regresi dan Korelasi

No	X_1	X_2	Y	X_1^2	X_2^2	Y^2	X_1Y	X_2Y	X_1X_2
1	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
2	39	51	35	1521	2601	1225	1365	1785	1989
3	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
4	42	54	35	1764	2916	1225	1470	1890	2268
5	35	49	33	1225	2401	1089	1155	1617	1715
6	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
7	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
8	38	49	32	1444	2401	1024	1216	1568	1862
9	37	48	32	1369	2304	1024	1184	1536	1776
10	34	45	28	1156	2025	784	952	1260	1530
11	37	48	32	1369	2304	1024	1184	1536	1776
12	35	47	31	1225	2209	961	1085	1457	1645
13	36	48	26	1296	2304	676	936	1248	1728
14	36	48	31	1296	2304	961	1116	1488	1728
15	43	47	31	1849	2209	961	1333	1457	2021
16	45	60	40	2025	3600	1600	1800	2400	2700
17	38	50	32	1444	2500	1024	1216	1600	1900
18	40	54	32	1600	2916	1024	1280	1728	2160
19	36	48	30	1296	2304	900	1080	1440	1728
20	34	48	31	1156	2304	961	1054	1488	1632
21	34	46	25	1156	2116	625	850	1150	1564
22	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
23	41	53	39	1681	2809	1521	1599	2067	2173
24	37	48	32	1369	2304	1024	1184	1536	1776
25	38	53	34	1444	2809	1156	1292	1802	2014
26	36	49	33	1296	2401	1089	1188	1617	1764

No	X_1	X_2	Y	X_1^2	X_2^2	Y^2	X_1Y	X_2Y	X_1X_2
27	18	24	16	324	576	256	288	384	432
28	35	48	32	1225	2304	1024	1120	1536	1680
29	36	46	32	1296	2116	1024	1152	1472	1656
30	39	48	32	1521	2304	1024	1248	1536	1872
31	33	45	31	1089	2025	961	1023	1395	1485
32	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
33	45	60	36	2025	3600	1296	1620	2160	2700
34	36	48	31	1296	2304	961	1116	1488	1728
35	33	48	29	1089	2304	841	957	1392	1584
36	35	48	32	1225	2304	1024	1120	1536	1680
37	32	45	30	1024	2025	900	960	1350	1440
38	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
39	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
40	45	60	40	2025	3600	1600	1800	2400	2700
41	33	47	34	1089	2209	1156	1122	1598	1551
42	43	60	40	1849	3600	1600	1720	2400	2580
43	39	48	31	1521	2304	961	1209	1488	1872
44	38	49	32	1444	2401	1024	1216	1568	1862
45	34	49	32	1156	2401	1024	1088	1568	1666
46	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
47	41	54	37	1681	2916	1369	1517	1998	2214
48	32	41	28	1024	1681	784	896	1148	1312
49	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
50	38	52	35	1444	2704	1225	1330	1820	1976
51	34	59	40	1156	3481	1600	1360	2360	2006
52	37	48	32	1369	2304	1024	1184	1536	1776
53	36	38	23	1296	1444	529	828	874	1368
54	43	53	32	1849	2809	1024	1376	1696	2279

No	X_1	X_2	Y	X_1^2	X_2^2	Y^2	X_1Y	X_2Y	X_1X_2
55	30	41	21	900	1681	441	630	861	1230
56	34	45	29	1156	2025	841	986	1305	1530
57	39	56	33	1521	3136	1089	1287	1848	2184
58	36	47	34	1296	2209	1156	1224	1598	1692
59	40	53	32	1600	2809	1024	1280	1696	2120
60	45	60	40	2025	3600	1600	1800	2400	2700
61	38	49	29	1444	2401	841	1102	1421	1862
62	35	49	34	1225	2401	1156	1190	1666	1715
63	37	49	30	1369	2401	900	1110	1470	1813
64	45	60	40	2025	3600	1600	1800	2400	2700
65	45	60	40	2025	3600	1600	1800	2400	2700
66	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
67	41	57	35	1681	3249	1225	1435	1995	2337
68	45	48	32	2025	2304	1024	1440	1536	2160
69	41	56	39	1681	3136	1521	1599	2184	2296
70	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
71	36	48	31	1296	2304	961	1116	1488	1728
72	40	50	34	1600	2500	1156	1360	1700	2000
73	36	48	28	1296	2304	784	1008	1344	1728
74	36	48	32	1296	2304	1024	1152	1536	1728
75	38	56	40	1444	3136	1600	1520	2240	2128
76	39	49	33	1521	2401	1089	1287	1617	1911
77	39	46	27	1521	2116	729	1053	1242	1794
78	36	48	30	1296	2304	900	1080	1440	1728
79	35	49	27	1225	2401	729	945	1323	1715
80	38	48	31	1444	2304	961	1178	1488	1824
81	27	41	28	729	1681	784	756	1148	1107
82	34	47	28	1156	2209	784	952	1316	1598

No	X ₁	X ₂	Y	X ₁ ²	X ₂ ²	Y ²	X ₁ Y	X ₂ Y	X ₁ X ₂
83	45	60	40	2025	3600	1600	1800	2400	2700
84	40	54	38	1600	2916	1444	1520	2052	2160
85	34	50	32	1156	2500	1024	1088	1600	1700
86	42	55	37	1764	3025	1369	1554	2035	2310
87	35	47	30	1225	2209	900	1050	1410	1645
88	35	47	34	1225	2209	1156	1190	1598	1645
89	36	46	34	1296	2116	1156	1224	1564	1656
90	45	60	40	2025	3600	1600	1800	2400	2700
91	45	60	36	2025	3600	1296	1620	2160	2700
92	9	15	10	81	225	100	90	150	135
93	9	12	8	81	144	64	72	96	108
94	9	12	8	81	144	64	72	96	108
95	9	12	8	81	144	64	72	96	108
96	9	12	8	81	144	64	72	96	108
Σ	3445	4587	2995	129093	228497	97817	111927	149220	171415

Sumber: data diolah, 2024

Untuk mengetahui pengaruh *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis dilakukan analisis sebagai berikut:

3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut :

$$y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Nilai a, b1 dan b2 dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$a = \frac{\sum Y - b_1 \sum X_1 - b_2 \sum X_2}{n}$$

$$b_1 = \frac{\sum(X_2^2) - (\sum X_1 y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_2 y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{\sum(X_1^2) - (\sum X_2 y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_1 y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

Dimana :

Y = Loyalitas Pelanggan

X_1 = Diferensiasi Produk

X_2 = *E-Service Quality*

a = Koefisien konstanta

b_1 = koefisien regresi dari *Trust*

b_2 = koefisien regresi dari *E-Service Quality*

Dari tabel 4.45 dapat diketahui data sebagai berikut :

$$\sum n = 96$$

$$\sum X_1 = 3.445$$

$$\sum X_2 = 4.587$$

$$\sum Y = 2.995$$

$$\sum X_1^2 = 129.093$$

$$\sum X_2^2 = 228.497$$

$$\sum Y^2 = 978.17$$

$$\sum X_1 Y = 111.927$$

$$\sum X_2 Y = 149.220$$

$$\sum X_1 X_2 = 171.415$$

Masukan hasil dari nilai-nilai statistik ke dalam rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{a. } \sum X_1^2 &= \sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n} = 129.093 - \frac{(3445)^2}{96} = 5.467,73 \\
 \text{b. } \sum X_2^2 &= \sum X_2^2 - \frac{(\sum X_2)^2}{n} = 228.497 - \frac{(4587)^2}{96} = 9.324,40 \\
 \text{c. } \sum Y^2 &= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n} = 978.17 - \frac{(2995)^2}{96} = 4.379,23 \\
 \text{d. } \sum X_1Y &= \sum X_1Y - \frac{(\sum X_1)(Y)}{n} = 111.927 - \frac{(3445)(2995)}{96} = 4.450,17 \\
 \text{e. } \sum X_2Y &= \sum X_2Y - \frac{(\sum X_2)(Y)}{n} = 149.220 - \frac{(4587)(2995)}{96} = 6.115,15 \\
 \text{f. } \sum X_1X_2 &= \sum X_1X_2 - \frac{(\sum X_1)(\sum X_2)}{n} = 171.415 - \frac{(3445)(4587)}{96} = 6.808,59
 \end{aligned}$$

Kemudian masukan hasil dari jumlah kuadrat ke persamaan b_1 , b_2 dan a :

$$\begin{aligned}
 b_1 &= \frac{\sum(X_2^2)(\sum X_1y) - (\sum X_1X_2)(\sum X_2y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1X_2)^2} \\
 b_1 &= \frac{(9324,40)(4450,17) - (6808,59)(6115,15)}{(5467,73)(9324,40) - (6808,59)^2} \\
 b_1 &= \frac{(4149516,51) - (4163554,91)}{(5097957,18) - (4635689,77)} \\
 b_1 &= \frac{-1403840}{46226741} \\
 b_1 &= -0,030 \\
 b_2 &= \frac{\sum(X_1^2)(\sum X_2y) - (\sum X_1X_2)(\sum X_1y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1X_2)^2} \\
 b_2 &= \frac{(5467,73)(6115,15) - (6808,59)(4450,17)}{(5467,73)(9324,40) - (6808,59)^2} \\
 b_2 &= \frac{(3343598,91) - (3029938,29)}{(5097957,18) - (4635689,77)} \\
 b_2 &= \frac{31366062}{46226741}
 \end{aligned}$$

$$b_2 = 0,678$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b_1 \left(\frac{\sum X_1}{n} \right) - b_2 \left(\frac{\sum X_2}{n} \right)$$

$$a = \frac{2995}{96} - (-0,030) \left(\frac{3445}{96} \right) - 0,678 \left(\frac{4587}{96} \right)$$

$$a = 31197 - (-1,089) - 32395$$

$$a = -1,09$$

jadi persamaan regresi bergandanya adalah :

$$Y = -1,09 - 0,030 X_1 + 0,678 X_2$$

Dari perhitungan analisis regresi berganda dapat diketahui persamaan regresinya yaitu $y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$ atau $Y = -1,09 - 0,030 X_1 + 0,678 X_2$ artinya bahwa jika X_1 (*Trust*) sebesar 0 dan X_2 (*E-Service Quality*) tetap sebesar 0 maka Y (Loyalitas Pelanggan) sebesar -1,09 nilai negatif ini bisa diartikan bahwa pada kondisi di mana tidak ada *Trust* dan *E-Service Quality*, tingkat loyalitas pelanggan sangat rendah. Jika X_1 (*Trust*) nilainya bertambah satu dan nilai X_2 (*E-Service Quality*) tetap maka nilai Y (Loyalitas Pelanggan) akan mengalami penurunan sebesar 0,030 dan apabila nilai X_2 (*E-Service Quality*) bertambah satu dan nilai X_1 (*Trust*) tidak berubah maka nilai Y (Loyalitas Pelanggan) akan mengalami kenaikan sebesar 0,678 Sebaliknya. Jika X_1 (*Trust*) nilainya turun satu dan nilai X_2 (*E-Service Quality*) tetap, maka nilai Y (Loyalitas Pelanggan) akan mengalami penurunan sebesar 0,030 dan apabila nilai X_2 (*E-Service Quality*) nilainya turun satu dan nilai X_1 (*Trust*) tidak berubah maka nilai Y (Loyalitas Pelanggan) akan mengalami penurunan sebesar 0,678.

4. Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Selanjutnya untuk mengetahui hubungan variabel *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis maka digunakan rumus sebagai berikut :

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{\frac{r^2yx_1 + r^2yx_2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - r^2x_1x_2}}$$

keterangan :

$R_{yX_1X_2}$ = Korelasi antara variabel X_1 dengan X_2 secara bersama-sama dengan variabel Y

ryx_1 = Korelasi Product Moment antara X_1 dengan Y

ryx_2 = Korelasi Product Moment antara X_2 dengan Y

rx_1x_2 = Korelasi Product Moment antara X_1 dengan X_2

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah *Trust* (x_1) dan *E-Service Quality* (x_2), sedangkan variabel terikatnya adalah Loyalitas Pelanggan (Y). Diketahui nilai r_{X_1Y} adalah 0,909 dan $r_{X_2Y} = 0,956$ sedangkan untuk nilai $r_{X_1X_2}$ belum diketahui.

Untuk mencari nilai $r_{X_1X_2}$ menggunakan rumus sebagai berikut :

$$rx_1x_2 = \frac{n(\sum X_1X_2) - (\sum X_1)(\sum X_2)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\}\{n \cdot \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2\}}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{96(171415) - (3445)(4587)}{\sqrt{\{96(129093) - (3445)^2\}\{96(228497 - (4587)^2\}}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{16455840 - 15802215}{\sqrt{(12392928 - (11868025)(21935712 - 21040569))}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{653625}{\sqrt{(524903)(895143)}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{653625}{\sqrt{469863246129}}$$

$$rx_1x_2 = \frac{653625}{685456}$$

$$rx_1x_2 = 0,953$$

Dari hasil analisis tersebut sebesar 0.953 Berdasarkan penafsiran tingkat pengaruh seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.3 ,r = 0,953 berada pada interval 0,80-0,1,00 atau termasuk kategori sangat kuat dan mempunyai arah yang positif. Dengan demikian tingkat korelasi (hubungan) antara *Trust* (X_1) dengan *E-Service Quality*(X_2) dinyatakan memiliki hubungan yang positif dan signifikan.

Dan selanjutnya didistribusikan kedalam rumus korelasi berganda seperti berikut ini :

$$Ryx_1x_2 = \sqrt{\frac{r^2yx_1 + r^2yx_2 - 2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1 - r^2x_1x_2}}$$

$$Ryx_1x_2 = \sqrt{\frac{0,909^2 + 0,957^2 - 2(0,909)(0,957)(0,953)}{1 - (0,953)^2}}$$

$$Ryx_1x_2 = \sqrt{\frac{0,826 + 0,915 - 2(0,829)}{1 - (0,908)}}$$

$$Ryx_1x_2 = \sqrt{\frac{1,741 - 1,658}{0,092}}$$

$$Ryx_1x_2 = \sqrt{\frac{0,089}{0,092}}$$

$$R_{yx_1x_2} = \sqrt{0,90217391}$$

$$R_{yx_1x_2} = \mathbf{0,957}$$

Dari perhitungan analisis koefisien korelasi berganda tersebut dapat diketahui koefisien korelasi antara *Trust* dan *E-Service Quality* dengan Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0,957 Berdasarkan penafsiran tingkat pengaruh seperti yang dapat dilihat pada tabel 3.3, $r = \mathbf{0,957}$ berada pada interval 0,80 – 0,100 atau termasuk kategori sangat kuat dan mempunyai arah yang positif. Dengan demikian terdapat korelasi positif antara variabel *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan . Nilai r juga positif, artinya jika *Trust* dan *E-Service Quality* semakin baik maka Loyalitas Pelanggan akan semakin meningkat.

5. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh variabel terikat serta untuk mengetahui pengaruh dari faktor lain di luar variabel bebas digunakan rumus sebagai berikut :

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

$$Kd = (0,957)^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,9158 \times 100\%$$

$$Kd = \mathbf{91,58\%}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan pada pengguna Platform Alfagift di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis adalah sebesar **91,58%**, sementara 8,42% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Faktor lain yang mempengaruhi Loyalitas Pelanggan tetapi tidak diteliti yaitu orientasi

kepuasan konsumen, modal, kondisi dan kemampuan penjual, serta kondisi pasar (Suryawan, 2019:55).

6. Uji f

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel x_1 *Trust* dan x_2 *E-Service Quality* secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y *Loyalitas Pelanggan*, digunakan rumus uji f sebagai berikut :

$$F = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

$$F = \frac{0,957^2/2}{(1 - 0,957^2)/(96 - 2 - 1)}$$

$$F = \frac{0,9158/2}{(1 - 0,9158)/(93)}$$

$$F = \frac{0,4579}{(0,0842)/(93)}$$

$$F = \frac{0,4579}{0,00090538}$$

$$F = \mathbf{506,366}$$

Dari hasil perhitungan uji f, maka diperoleh nilai sebesar **506,366**. Untuk mengetahui diterima atau ditolaknya hipotesis yang diajukan maka perlu membandingkan dengan nilai f_{tabel} .

Dengan jumlah sampel 96 responden maka diperoleh nilai f_{tabel} sebesar 3,94. Jika dibandingkan dengan f_{hitung} lebih besar dari f_{tabel} yaitu **506,366** > 3,94. Karena $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka hipotesis yang diajukan “*Trust* dan *E-Service Quality* secara bersama berpengaruh terhadap *Loyalitas Pelanggan*”.

Untuk lebih jelasnya maka dapat dilihat tabel rekapitulasi analisis verifikatif sebagai berikut :

Tabel 4.45
Tabel Rekapitulasi Analisis Verifikatif

Keterkaitan	R	KD	Thitung	Ttabel	Fhitung	Ftabel	Hasil
X1 → Y	0,909	82,62%	21,182	1.66123	-	-	Berpengaruh
X2 → Y	0,956	91,39%	31,631	1.66123	-	-	Berpengaruh
X1X2 → Y	0,953	91,58%	-	-	506,366	3,94	Berpengaruh

Berdasarkan tabel 4.45 diketahui bahwa bahwa uji korelasi antara variabel *Trust* dengan Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0,909 yang memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat dengan tingkat pengaruh sebesar 82,62%.Selanjutnya berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa thitung = 21,182 sedangkan bobot ttabel = 1.66123 yang artinya hipotesis diterima. Kemudian hasil uji korelasi antara variabel *E-Service Quality* dengan Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0,956 yang memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat, dengan tingkat pengaruh sebesar 91,39% selanjutnya berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa thitung = 31,631 sedangkan bobot ttabel =1,66123 yang artinya hipotesis diterima. Sedangkan hasil uji korelasi antara *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0,953 yang memiliki tingkat hubungan sangat kuat, dengan tingkat pengaruh sebesar 91,58% selanjutnya, berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa Fhitung = 506,366 sedangkan bobot Ftabel 3,94 yang artinya hipotesis diterima.

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Trust terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Platform ALFAGIFT Di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis

Kepercayaan bisa terakumulasi melalui rekomendasi dari pelanggan lain yang dapat memberikan kesan pada pelayanan dan membantu mengembangkan persepsi keandalan diantara pelanggan, seperti kecepatan daya tanggap dan rasa tanggung jawab mereka dapat menciptakan kepercayaan di benak pelanggan dan meningkatkan kepuasan dan niat baik pelanggan secara keseluruhan dengan perusahaan Uzir Hossain, *et al* (2021)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Trust Pada Pengguna Platform ALFAGIFT Di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis memperoleh total skor 3.445 atau jika dirata-ratakan sebesar 79,7%. Rata-rata skor tertinggi yaitu pada pernyataan indikator ketulusan 80%% dengan kriteria tinggi, dan untuk rata-rata skor terendah pada pernyataan indikator integritas dengan jumlah 79,1% dengan kriteria tinggi. Selanjutnya untuk skor pernyataan tertinggi yaitu pada pernyataan Platform Alfagift selalu berusaha untuk memahami kebutuhan konsumen sehingga biasa memberikan solusi yang terbaik bagi mereka dengan total skor 392, sementara skor pernyataan terendah yaitu pada platform alfagift selalu menyediakan informasi yang akurat dan lengkap tentang produk yang dijual dengan total skor 374.

Berdasarkan hasil penelitian uji korelasi adalah sebesar 0,909 yang memiliki tingkat hubungan sangat kuat, dengan tingkat pengaruh sebesar 82,62% yang mana ini berarti bahwa Trust berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 82,62%. Hasil uji hipotesis diketahui bahwa korelasi dapat dikatakan signifikan apabila t_{hitung}

$> t_{\text{tabel}}$ perhitungan diatas α (*alpa*) untuk uji dua pihak dan $t_{\text{tabel}} = (a/2 ; n-k-) = t(0,05/2 ; 100-2) = 0,025 ; 94$ diperoleh bobot $t_{\text{hitung}} = 21,182$ sedangkan bobot $t_{\text{tabel}} = 1,66055$. Dari hasil perhitungan maka Trust berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pengguna Platform ALFAGIFT Di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis. Artinya hipotesis yang diajukan yaitu Trust berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan dapat diterima atau diuji kebenarannya. Dengan demikian, perusahaan yang berhasil menjaga kepercayaan pelanggan dengan baik akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang percaya akan bertahan dengan produk atau layanan yang diberikan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan Laila & Triyonowati, dalam Amalia (2023:23) menunjukkan kepercayaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen, maka akan semakin meningkatkan loyalitas konsumen.

4.2.2 Pengaruh *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Platform ALFAGIFT Di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Tjiptono (2017:113) *E-service* berarti memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan cepat dan sesuai dengan harapan pelanggan. Kualitas pelayanan elektronik (*e-service quality*) adalah inovasi dalam hal kualitas pelayanan yang bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan melalui sistem elektronik atau internet. Diharapkan bahwa kualitas ini akan membuat pelanggan lebih mudah mengakses semua transaksi, seperti pemesanan, pengecekan, dan pembayaran. Kualitas pelayanan elektronik juga

sangat efektif dan efisien dalam meningkatkan kepuasan pelanggan karena membuat mereka dapat mengaksesnya kapan pun mereka mau.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa *e-service quality* pada Pengguna Platform ALFAGIFT Di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis memperoleh total skor 4.587 atau jika dirata-ratakan sebesar 79,6%. Rata-rata skor tertinggi yaitu pada pernyataan indikator *ease of use/usability* (kemudahan pengguna kegunaan) 80,8% dengan kriteria tinggi, dan untuk rata-rata skor terendah pada pernyataan indikator web design dengan rata rata 76,8% dengan kriteria tinggi. Selanjutnya untuk skor pernyataan tertinggi yaitu platform alfagift ini menyediakan gambar produk yang berkualitas tinggi dan mendapatkan gambaran yang jelas tentang produk tersebut dengan total skor 394, sementara skor pernyataan terendah yaitu pada platform alfagift ini selalu memberikan layanan sesuai dengan deskripsi yang diberikan di situs web mereka dengan total skor 373.

Berdasarkan hasil penelitian uji korelasi adalah sebesar 0,956 yang memiliki tingkat hubungan sangat kuat, dengan tingkat pengaruh sebesar 91,39% yang mana ini berarti bahwa *E-service quality* berpengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 91,39%. Hasil uji hipotesis diketahui bahwa korelasi dapat dikatakan signifikan apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ perhitungan diatas α (*alpa*) untuk uji dua pihak dan $t_{tabel} = (a/2 ; n-k-1) = t(0,05/2 ; 100-2) = 0,025 ; 98$ diperoleh bobot $t_{hitung} = 31,631$ sedangkan bobot $t_{tabel} = 1,66055$. Dari hasil perhitungan maka *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan *quality* pada Pengguna Platform ALFAGIFT Di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis. Artinya hipotesis yang diajukan yaitu *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas

pelanggan dapat diterima atau teruji kebenarannya. Dengan demikian, perusahaan yang mampu menciptakan kualitas pelayanan elektronik yang tidak hanya memberikan nilai tinggi pada pelanggan tetapi juga memberikan pengalaman yang memusakan akan memiliki pelanggan yang lebih setia.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Richard. C, Godrey dalam Vicramaditya (2021:329) menunjukkan bahwa kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, selain itu penelitian dari Perwira *et al* dalam Vicramaditya (2021:329) juga mendukung dan menguatkan hasil penelitian dari Richard. C, Godrey dalam Vicramaditya (2021-329) yang membuktikan bahwa layanan elektronik (*e-service quality*) berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (*customer loyalty*).

4.2.3 Pengaruh *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Platform ALFAGIFT Di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis

Menurut Kotler dan Keller (2016: 153) bahwa loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli atau berlangganan produk dan layanan yang disukai di masa depan terlepas dari pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan perilaku beralih. Beberapa perusahaan membuat program loyalitas untuk menciptakan keterikatan antara pelanggan dan perusahaan. Program loyalitas merupakan suatu cara untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui kepercayaan, pelayanan yang baik, pemberian diskon, hadiah, kupon, atau penawaran khusus lainnya. Loyalitas pelanggan merupakan hal

yang sangat penting bagi setiap perusahaan, konsumen yang loyal akan selalu membeli dan menggunakan produk dari sebuah perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Platform ALFAGIFT Di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis memperoleh total skor 2.995 atau jika dirata-ratakan sebesar 77,9%. Rata-rata skor tertinggi yaitu pada pernyataan indikator melakukan pembelian secara teratur 79,3% dengan kriteria tinggi, dan untuk rata-rata skor terendah pada pernyataan indikator menunjukkan kekebalan daya tarik produk sejenis dari pesaing dengan rata rata 76% dengan kriteria tinggi. Selanjutnya untuk skor pernyataan tertinggi kemudahan kenyamanan berbelanja di platform Alfacift membuat konsumen kembali untuk melakukan pembelian lebih sering dengan total skor 385, sementara skor pernyataan terendah yaitu pada konsumen merasa bahwa produk yang dibeli di platform Alfacift lebih unggul dibandingkan produk sejenis dari pesaing ,meskipun terdapat penawaran menarik dari pesaing dengan total skor 359.

Selanjutnya, berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui bahwa *Trust* dan *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan hasil korelasi sebesar 0,957 yang memiliki tingkat hubungan sangat kuat, dengan tingkat pengaruh sebesar 91,58%% yang artinya bahwa *Trust* dan *E-Service Quality* memberikan pengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 91,58%. Hal tersebut sejalan dengan uji hipotesis diketahui bahwa F_{hitung} adalah 506,336 dan F_{tabel} dengan $\alpha = 0,05$ untuk $dk = 96-2-1 = 93$ hasilnya adalah $F_{tabel} = 3,09$. Dengan perhitungan tersebut diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $506,336 > 3,09$. Dengan demikian maka terdapat pengaruh positif dan signifikan *Trust* dan *E-*

Service Quality terhadap Loyalitas Pelanggan pada Pengguna Platform ALFAGIFT Di Daerah Kelurahan Kertasari Ciamis. Artinya hipotesis yang diajukan yaitu pengaruh *Trust* dan *E-Service Quality* terhadap Loyalitas Pelanggan dapat diterima atau teruji kebenarannya. Ini berarti bahwa meskipun *trust* adalah faktor penting, masih ada banyak faktor lain yang turut berperan dalam menentukan kinerja pemasaran, seperti nilai, citra, kenyamanan dan kemudahan untuk mendapatkan produk, kepuasan dan pelayanan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, baik *trust* maupun *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada platform Alfagift.

Hasil penelitian ini sesuai dengan pernyataan Suryani dan Lestari (2020) terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Trust dan E-Service Quality secara simultan berpengaruh terhadap Loyalitas Konsumen. Hal tersebut berarti setiap peningkatan Trust E-Service Quality secara bersama-sama akan meningkatkan pula Loyalitas Konsumen. Dilihat dari nilai signifikan 0,000 kurang dari 0,05 sehingga hipotesis diterima.