


**ANALISIS PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN WEBSITE
SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PADA CV. KLIKK
DIGITAL PRINTING YOGYAKARTA DI MASA PANDEMI COVID-19**

Mohammad Hanafi

Abstrak

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana Persepsi Kemudahan Penggunaan *Website* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada CV. Klick Digital Printing Yogyakarta Dimasa Pandemi Covid-19. Metode pengambilan sampel pada penelitian dengan menggunakan metode *purposive sampling* berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditetapkan. Dengan menggunakan rumus *slovin*, jumlah sampel yang ditetapkan dalam penelitian ini sebanyak 85 responden yang merupakan konsumen CV. Klick Digital yang pernah melakukan pembelian melalui *website* perusahaan. Pengumpulan data primer ini dilakukan dengan metode kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan alat bantu spss. Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan variabel persepsi kemudahan penggunaan *website valid* karena memiliki nilai *Pearson Correlation* yang lebih besar dari pada r tabel 0, 213 dan memiliki nilai *sig-2 tailed* kurang dari *alpha* 0,05. Dari Uji reliabilitas yang telah dilakukan diketahui bahwa hasil *cronbach's alpha* yang disyaratkan minimal 0,7 dan pada uji reliabilitas variabel persepsi kemudahan penggunaan *website* memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,7 yaitu 0,882 maka variabel penelitian dapat dikatakan reliabel. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel persepsi kemudahan penggunaan *website* beserta dengan indikatornya memiliki nilai rata-rata keseluruhan 3,63 atau dalam kategori sangat setuju. Mayoritas sampel pada penelitian ini setuju bahwa dengan adanya *website* perusahaan memudahkan mereka dalam melakukan transaksi dimasa pandemi Covid-19 ini. Persepsi kemudahan penggunaan *website* ini tentunya dapat dijadikan sebagai alat komunikasi pemasaran bagi CV. Klick Digital Printing Yogyakarta.

Kata Kunci: *Persepsi Kemudahan Penggunaan Website, Alat Komunikasi Pemasaran*

 25/6 21

**PERCEPTION ANALYSIS OF EASY USE OF THE WEBSITE AS A
MARKETING COMMUNICATION STRATEGY IN CV. CLICK DIGITAL
PRINTING YOGYAKARTA DURING THE COVID-19 PANDEMIC**

Mohammad Hanafi

Abstract

This research was conducted with the aim of knowing how the perception of the ease of use of the website as a marketing communication strategy in CV. Klick Digital Printing Yogyakarta During the Covid-19 Pandemic. The sampling method in this study is a purposive sampling method based on predetermined criteria. By using the slovin formula, the number of samples set in this study were 85 respondents who were consumers of CV. Klick Digital who has made a purchase through the company's website. This primary data collection was carried out using a questionnaire method that had been tested for validity and reliability using SPSS software. Based on the validity test that has been carried out, it can be concluded that all statement items on the perceived ease of use of the website are valid because they have a Pearson Correlation value greater than r table 0.213 and have a sig-2 tailed value of less than alpha 0.05. From the reliability test that has been carried out, it is known that the required Cronbach's alpha result is at least 0.7 and the reliability test of the perceived ease of use of the website has a Cronbach's alpha value of more than 0.7, which is 0.882, therefore the research variable can be said to be reliable. The results of this study indicate that the variable perception of the ease of use of the website along with its indicators has an overall average value of 3.63 or in the category of strongly agree. The majority of the samples in this research agree that the company's website makes it easier for them to make transactions during this Covid-19 pandemic. The perception of the ease of use of this website can certainly be used as a marketing communication tool for CV. Click Digital Printing Yogyakarta.

Keywords: *Perception of Website Ease of Use, Marketing Communication Tool*