

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Sebelumnya

Dua penelitian sebelumnya yang dilakukan tentang analisa *website* menggunakan metode WebQual, dengan judul “Pengukuran Kualitas *Website* CDC Universitas Telkom Menggunakan Metode WebQual 4.0 oleh Yoga Pratama“ dimana pengukuran yang dilakukan mengukur kepuasan pelanggan. Dan dengan judul “Evaluasi Kualitas *Website* Pemerintah Daerah Dengan Menggunakan WebQual (Studi Kasus Pada Kabupaten Ogan Ilir) oleh Candra Irawan” dimana pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas berdasarkan nilai *Cronbach’s Alpha* lebih besar dari 0,6 dengan sampel 30 dan metode pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dan *Proporsional Sampling*. Penelitian yang penulis lakukan mengukur kualitas *website* dan metode pengambilan sampel menggunakan metode *stratified random sampling proportional*.

2.2 Kualitas

American Heritage Dictionary mendefinisikan kata kualitas sebagai “sebuah karakteristik atau atribut dari sesuatu”. Dimana sebagai atribut, kualitas harus dapat diukur dengan membandingkan dengan standar yang sudah diketahui. Menurut Pressman, ada dua jenis kualitas yaitu kualitas desain dan kualitas informasi.

- a. Kualitas Desain mengacu pada karakteristik yang ditentukan oleh desainer terhadap suatu item tertentu. Nilai material, toleransi dan spesifikasi kinerja memberikan kontribusi terhadap kualitas desain. Kualitas desain bertambah

jika produk yang dihasilkan sesuai dengan spesifikasi yang ditentukan. Dalam pengembangan perangkat lunak, kualitas desain mencakup syarat, spesifikasi dan desain *system*.

- b. Kualitas informasi adalah tingkat di mana spesifikasi desain terus diikuti selama pembuatan. Semakin tinggi tingkat informasi, semakin tinggi kualitas informasi. Kualitas informasi difokuskan pada implementasi. Dalam pengembangan perangkat lunak (PL), jika implementasi mengikuti desain dan *system* yang dihasilkan memenuhi persyaratan serta tujuan kinerja maka kualitas informasi menjadi tinggi.

Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2005) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan atau pengunjung. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

2.3 Website

Menurut Hidayat (2010) *website* merupakan kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis ataupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Hubungan antara satu halaman *website* dengan halaman *website* yang lainnya disebut *hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung disebut *hypertext*.

Halaman-halaman dari *website* akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut *Homepage*. URL (*Uniform Resource Locator*) ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun *hyperlink-hyperlink* yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan. Beberapa *website* membutuhkan data masukan agar para pengguna bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi *website* tersebut. Contohnya, ada beberapa situs-situs bisnis, situs-situs *e-mail* gratisan, yang membutuhkan data masukan agar kita bisa mengakses situs tersebut.

A. Jenis Website

Web atau *website* dapat dikelompokkan ke dalam beberapa kelompok bisa berdasarkan tujuannya, besar kecilnya hingga karakteristik *website* itu sendiri. Menurut Turban (2006), terdapat klasifikasi situs *web* yang terdiri dari:

1. *Informational Website*

Website menyediakan informasi tentang bisnisnya dan produk dan jasa bisnis itu sendiri.

2. *Interactive Website*

Website menyediakan peluang kepada konsumen dan bisnisnya itu sendiri untuk berkomunikasi dan berbagi informasi.

3. *Attractors Website*

Website yang dapat menarik dan berinteraksi dengan pengunjung

4. *Transactional Website*

Website yang menjual produk dan jasa

5. *Collaborative Website*

Website yang dimana mengizinkan pasangan bisnis untuk bekerjasama.

Untag-sby.ac.id merupakan *informational website*. Sehingga di dalam mengukur kualitas *website* menggunakan metode WebQual 4.0 yang menggunakan tiga dimensi untuk mewakili kualitas dari *website*, yaitu dimensi *Usability Quality*, dimensi *Information Quality*, dan dimensi *Interaction Quality*.

Menurut Nilasari (2014) selain menurut sifatnya, *website* juga dibedakan berdasarkan dari fungsi utamanya. Jenis *website* berdasarkan fungsinya sebagai berikut:

1. *Personal website*

Personal website merupakan *website* yang berisi informasi pribadi seseorang.

2. *Commercial website*

Commercial website merupakan *website* yang ditujukan untuk bisnis dan dimiliki oleh sebuah perusahaan.

3. *Government website*

Government website merupakan *website* yang dimiliki oleh pemerintah.

4. Non-profit organizational website

Non-profit website merupakan *website* yang dimiliki organisasi dan tidak ditujukan untuk bisnis.

2.4 Kualitas Website

Menurut Hyejeong dan Niehm (2009) mengungkapkan bahwa para peneliti terdahulu membagi dimensi kualitas *website* menjadi lima yaitu:

- a. Informasi, meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat, dan relevan.
- b. Keamanan, meliputi kepercayaan, privasi, dan jaminan keamanan.

- c. Kemudahan, meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah dimengerti, dan kecepatan.
- d. Kenyamanan, meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif.
- e. Kualitas pelayanan, meliputi kelengkapan secara *online* dan *customer service*.

Rayport dan Jaworski dalam Kotler dan Keller (2009:249-250) mengatakan bahwa *website* yang efektif menampilkan tujuh elemen desain yang disebut 7C, yaitu:

1. *Context* (konteks), tata letak dan desain.
2. *Content* (konten), teks, gambar, suara, dan video yang ada di dalam *website*.
3. *Community* (komunitas), bagaimana situs memungkinkan adanya komunikasi antar pengguna.
4. *Customization* (penyesuaian), kemampuan situs untuk menghantarkan dirinya pada berbagai pengguna atau memungkinkan pengguna mempersonalisasikan situs.
5. *Communication* (komunikasi), bagaimana situs memungkinkan komunikasi situs dengan pengguna, pengguna dengan situs, atau komunikasi dua arah.
6. *Connection* (koneksi), tingkat hubungan situs itu dengan situs lain.
7. *Commerce* (perdagangan), kemampuan situs untuk memungkinkan transaksi komersial.

2.5 Konsep WebQual

WebQual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari SERVQUAL yang banyak digunakan sebelumnya pada

pengukuran kualitas jasa. WebQual dikembangkan oleh Stuart Barnes & Richard Vidgen. WebQual berdasar pada konsep Quality Function Deployment (QFD) yaitu suatu proses yang berdasar pada “*voice of customer*” dalam pengembangan dan implementasi suatu produk atau jasa. Dari konsep QFD tersebut, WebQual disusun berdasar pada persepsi pengguna akhir (*end user*) terhadap suatu *website*.

WebQual sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa literasi dalam penyusunan dimensi dan butir – butir pertanyaannya. WebQual disusun berdasarkan penelitian pada tiga area yaitu:

- a. Kualitas informasi dari penelitian sistem informasi,
- b. Interaksi dan kualitas layanan dari penelitian kualitas sistem informasi, *e-commerce*, dan pemasaran, serta
- c. *Usability* dari *human computer interaction*.

A. Dimensi Webqual

Dimensi – dimensi pada WebQual terdiri dari tiga yaitu:

1. Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Menurut Barnes (2003), Kualitas Informasi meliputi hal-hal seperti informasi yang akurat, informasi yang bisa dipercaya, informasi yang *up to date* terbaru, informasi yang sesuai dengan topik bahasan, informasi yang mudah di mengerti, informasi yang sangat detail, dan informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai.

2. Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*)

Meliputi kemampuan memberi rasa aman saat transaksi, memiliki reputasi yang bagus, memudahkan komunikasi, menciptakan perasaan emosional yang lebih personal, memiliki kepercayaan dalam menyimpan informasi pribadi

pengguna, mampu menciptakan komunitas yang lebih spesifik, merasa yakin dengan layanan.

3. Kualitas Penggunaan (*Usability Quality*)

Meliputi kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk dimengerti, kemudahan untuk ditelusuri, kemudahan untuk digunakan, sangat menarik, menampilkan bentuk *visual* yang menyenangkan, menunjukkan kemampuan, memberikan pengalaman baru yang menyenangkan.

Persepsi pengguna tersebut terdiri dari dua bagian, yaitu persepsi tentang mutu layanan yang dirasakan (aktual) dengan tingkat harapan (ideal). Barnes dan Vidgen (2003) melakukan penelitian dengan menggunakan WebQual untuk mengukur kualitas *website* yang dikelola oleh OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*). *Website* yang bermutu dari perspektif pengguna dapat dilihat dari tingkat persepsi layanan aktual yang tinggi dan kesenjangan persepsi aktual dengan ideal (gap) yang rendah.

Perkembangan pengukuran perangkat lunak model kualitas *website* atau WebQual tersebut pertama kali digunakan pada portal sekolah bisnis berdasarkan faktor-faktor kemudahan penggunaan, pengalaman, informasi dan komunikasi, serta integrasi (Barnes dan Vidgen, 2001).

Berikut adalah indikator dari masing-masing dimensi pada WebQual 4.0

Tabel 2.1 *Usability Quality*

No	Indikator
1	Kemudahan untuk dipelajari
2	Kemudahan untuk dimengerti
3	Kemudahan untuk ditelusuri
4	Kemudahan untuk digunakan
5	Sangat menarik
6	Menampilkan bentuk <i>visual</i> yang menyenangkan
7	Menunjukkan kemampuan
8	Memberikan pengalaman baru yang menyenangkan

Tabel 2.2 *Information Quality*

No	Indikator
1	Informasi yang akurat
2	Informasi yang bisa dipercaya
3	Informasi yang <i>up to date</i> terbaru
4	Informasi yang sesuai dengan topik bahasan
5	Informasi yang mudah di mengerti
6	Informasi yang sangat detail
7	Informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai

Tabel 2.3 *Interaction Quality*

No	Indikator
1	Memiliki reputasi yang bagus
2	Kemampuan memberi rasa aman saat transaksi
3	Memiliki kepercayaan dalam menyimpan informasi pribadi pengguna
4	Menciptakan perasaan emosional yang lebih personal
5	Mampu menciptakan komunitas yang lebih spesifik
6	Memudahkan komunikasi
7	Merasa yakin dengan layanan

2.6 *Stratified random sampling proportional*

Stratified random sampling adalah cara mengambil sampel dengan memperhatikan strata atau pengelompokan di dalam populasi. Teknik *stratified random sampling proportional* digunakan bila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proporsional (Sugiyono, 2008). Rumus yang digunakan dalam metode ini menggunakan rumus slovin.

$$n = N / (1 + Ne^2) \dots \dots \dots (2.1)$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = tingkat kesalahan

2.7 Skala Likert

Skala Likert digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, maupun persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Variabel yang diukur . indikator yang terukur dapat menjadi tolak ukur untuk membuat pernyataan yang dapat dijawab oleh responden (Iskandar, 2009). Skala Likert dalam penelitian ini menggunakan nilai 1-4 dimana nilai 1 adalah sangat tidak setuju, nilai 2 adalah tidak setuju, nilai 3 adalah setuju, nilai 4 adalah sangat setuju (Likert, 1967).

2.8 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukkan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2007). Dengan demikian, instrumen yang valid merupakan instrumen yang benar–benar tepat untuk mengukur apa yang hendak di ukur.

Penggaris dinyatakan valid jika digunakan untuk mengukur panjang, namun tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat. Artinya, penggaris memang tepat digunakan untuk mengukur panjang, namun menjadi tidak valid jika penggaris digunakan untuk mengukur berat.

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan. Teknik untuk mengukur validitas kuesioner dengan mengkorelasikan antara skor tiap item dengan skor total dan melakukan koreksi terhadap nilai koefisien korelasi yang overestimasi. Hal ini agar tidak terjadi koefisien item total yang overestimasi (estimasi nilai yang lebih tinggi dari yang sebenarnya).

Metode pengambilan keputusan pada uji validitas ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi. Jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dikatakan valid, sedangkan jika nilai r hitung lebih kecil dari r tabel maka dikatakan tidak valid.

2.9 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel maka tidak dapat konsisten untuk pengukuran sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji reliabilitas yang banyak digunakan pada penelitian yaitu menggunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas ini diuji dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai r tabel maka dikatakan data reliabel, sedangkan jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih kecil daripada r tabel maka dikatakan data tidak reliabel (Sugiyono, 2012). Menurut Sugiyono (2007) menjelaskan perbedaan antara penelitian yang valid dan reliabel dengan instrumen yang valid dan reliabel sebagai berikut:

Penelitian yang valid artinya bila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Artinya, jika objek berwarna merah, sedangkan data yang terkumpul berwarna putih maka hasil penelitian tidak valid. Sedangkan penelitian yang reliabel bila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Kalau dalam objek kemarin berwarna merah, maka sekarang dan besok tetap berwarna merah.

2.10 Uji Asumsi

Di dalam uji statistika regresi dilakukan pula uji asumsi klasik sebagai syarat terlaksananya analisis regresi linear berganda, yaitu:

a. Normalisasi Data

Menurut Sugiyono (2007) penggunaan statistik parametris, bekerja dengan asumsi bahwa data setiap variabel yang akan di analisis membentuk distribusi normal. Bila data tidak normal maka teknik statistik parametrik tidak dapat digunakan untuk alat analisis. Suatu data yang membentuk distribusi normal bila jumlah data di atas dan di bawah rata-rata adalah sama, demikian juga simpangan bakunya sehingga dapat membentuk suatu kurve normal. Selain kurve normal umum, juga terdapat kurve normal standar. Dikatakan standar, karena nilai rata – ratanya adalah 0 dan simpangan bakunya adalah 1,2,3,4, dst. Nilai simpangan baku selanjutnya dinyatakan dalam simbol z. Kurve normal umum dapat diubah ke dalam kurve normal *standart*, dengan menggunakan rumus 2.2.

$$x = ((x_{(i-x)})/s) \dots \dots \dots (2.2)$$

dengan: z = Simpangan baku untuk kurve normal

x_i = Data ke i dari suatu kelompok data

\bar{x} = Rata – rata kelompok

S = Simpangan baku

Pengujian dilakukan dengan menggunakan metode *Normal Probabilitas Plots*. *Normal Probabilitas Plots* berbentuk grafik yang digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, nilai regresi residual terdistribusi dengan normal atau tidak. Model regresi yang baik seharusnya distribusi regresi residual normal atau mendekati normal.

b. Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2005) multikolinearitas pada dasarnya merupakan fenomena (regresi) sampel. Ketika mengendalikan fungsi regresi populasi atau teoritis, semua model mempunyai pengaruh terpisah atau *independent* atas variabel terikat Y . Tetapi mungkin terjadi dalam suatu sampel tertentu yang manapun yang digunakan untuk menguji beberapa atau semua variabel X sangat kolinier sehingga tidak bisa mengisolasi pengaruhnya terhadap variabel Y . Secara ringkas sampel yang digunakan tidak cukup kaya untuk mengakomodasikan semua variabel X dalam analisis. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas digunakan persamaan 2.3.

$$F = \frac{R_{x_i x_1 x_2 x_3 \dots x_k}^2 / (k-2)}{(1 - R_{x_i x_1 x_2 x_3 \dots x_k}^2) / (N - k + 1)} \dots \dots \dots (2.3)$$

Menurut Ghozali (2012) Dasar pengambilan keputusan pada uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan dua cara yakni:

1. Melihat nilai *Tolerance*

a) Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 maka artinya tidak terjadi *Multikolinieritas* terhadap data yang di uji. Sebaliknya,

b) Jika nilai *Tolerance* lebih kecil dari 0,10 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.

2. Melihat nilai VIF (*Variance Inflation Factor*)

a) Jika nilai VIF lebih kecil dari 10,00 maka artinya tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji. Sebaliknya,

b) Jika nilai VIF lebih besar dari 10,00 maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang di uji.

c. *Heteroskedastisitas*

Menurut Priyatno (2010) Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana terjadinya ketidaksamaan varian dari residual pada model regresi. Model regresi yang baik mensyaratkan tidak adanya masalah Heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya Heteroskedastisitas ada beberapa metode, antara lain dengan cara uji Spearman's rho, uji Park, uji Glejser, dan dengan melihat pola titik – titik pada scatterplots regresi. Pada tugas akhir ini akan dibahas metode uji Glejser.

Menurut Ghozali (2011) dasar pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas yakni:

a) Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya,

b) Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas.

d. Autokorelasi

Menurut Sugiyono (2008) istilah Autokorelasi didefinisikan sebagai korelasi antar anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu atau ruang. Untuk mengetahui adanya Autokorelasi atau tidak dapat dilakukan melalui percobaan d dari Durbin-Watson persamaan 2.4.

$$d = \frac{\sum_{t=2}^{t=N} (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=2}^{t=N} e_t^2} \dots\dots\dots(2.4)$$

e. Linearitas

Menurut (Priyatno, 2010) istilah Linearitas didefinisikan sebagai bentuk hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah linear. Uji Linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel tersebut menunjukkan hubungan yang linear atau tidak.

2.11 Regresi

Menurut Tjiptono (2005) metode regresi (dan korelasi) merupakan metode paling populer dan banyak digunakan dalam praktik peramalan bisnis. Analisis regresi merupakan metode statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi karakteristik dan kekuatan asosiasi atau hubungan Antara dua atau lebih variabel, yaitu satu atau lebih variabel bebas (*independent variables*) dan satu variabel terikat/tergantung (*dependent variables*).

Regresi memiliki bentuk bermacam-macam. Regresi linear sederhana maupun regresi linear berganda digunakan untuk mencari model hubungan linear antara variable-variabel bebas dengan variabel terikat sepanjang tipe datanya adalah *interval* atau *rasio*. Pada persamaan 2.5 regresi *dummy* memfasilitasi apabila ada salah satu atau lebih variabel bebas yang bertipe nominal atau ordinal.

Regresi data panel memberikan keleluasaan kepada peneliti apabila data yang diregresikan merupakan *cross-section* maupun data runtun waktu. Sedangkan regresi logistik membantu peneliti untuk meregresikan variabel terikat yang bertipe nominal (biner) maupun nominal atau ordinal non biner.

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon \dots \dots \dots (2.5)$$

dengan:

Y adalah variabel terikat.

β_0 adalah koefisien intercept regresi.

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ adalah koefisien slope regresi.

X_1, X_2, X_3 adalah variabel bebas.

ε adalah error persamaan regresi.

2.12 Regresi Linear Berganda

Menurut Tjiptono (2005) regresi ini lebih sesuai dengan kenyataan di lapangan bahwa suatu variabel terikat tidak hanya dapat dijelaskan oleh satu variabel bebas saja tetapi perlu dijelaskan oleh beberapa variabel terikat. Proses perhitungan secara umum adalah sama dengan regresi linear sederhana hanya perlu pengembangan sesuai dengan kebutuhan regresi linear berganda.

2.13 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama (Uji F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y). Atau untuk mengetahui apakah model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel *dependent* atau tidak. Signifikan berarti hubungan yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan),

Langkah-langkah atau urutan menguji hipotesa dengan distribusi f adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

1. $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$, berarti secara bersama-sama tidak ada pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. H_a : apabila minimal terdapat satu $\beta \neq 0$ maka terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

c. Menentukan F hitung

d. Menentukan F table

Setelah menentukan taraf nyata atau derajat keyakinan yang digunakan, maka bisa menentukan nilai t tabel. Dengan derajat bebas (df) dalam distribusi F ada dua, yaitu:

$$1) \text{ df numerator} = \text{dfn} = \text{df}_1 = k - 1$$

$$2) \text{ df denominator} = \text{dfd} = \text{df}_2 = n - k$$

Keterangan:

$\text{df} = \text{degree of freedom}$ atau derajat kebebasan

n = Jumlah sampel

k = banyaknya koefisien regresi

e. Kriteria pengujian

1. H_0 diterima bila $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$.
2. H_0 ditolak bila $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$.

f. Membandingkan F hitung dengan F tabel.

g. Kesimpulan

Keputusan bisa menolak H_0 atau menolak H_0 menerima H_a . Nilai F tabel yang diperoleh dibanding dengan nilai F hitung apabila F hitung lebih besar dari F tabel, maka ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel *independent* dengan variabel *dependent*.

2.14 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel *independent* (X_1, X_2, \dots, X_n) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent* (Y). Tujuan dari uji t adalah untuk menguji koefisien regresi secara individual. Langkah-langkah atau urutan menguji hipotesa dengan distribusi t adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesa

$H_0: \beta_i = 0$, artinya variabel bebas bukan merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat. $H_a: \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas merupakan penjelas yang signifikan terhadap variabel terikat.

a. Hipotesa nol = H_0

H_0 adalah suatu pernyataan mengenai nilai parameter populasi. H_0 merupakan hipotesis statistik yang akan diuji hipotesis nihil.

b. Hipotesa nol = H_a

H_a adalah suatu pernyataan yang diterima jika data sampel memberikan cukup bukti bahwa hipotesa nol adalah salah.

2. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi menggunakan $\alpha = 5\%$ (signifikansi 5% atau 0,05 adalah ukuran standar yang sering digunakan dalam penelitian).

3. Menentukan T hitung

4. Menentukan T table

Setelah menentukan taraf nyata atau derajat keyakinan yang digunakan sebesar $\alpha = 1\%$ atau 5% atau 10% , maka bisa menentukan nilai t tabel pada persamaan 2.5.

Dengan:

$$df = n - k \dots\dots\dots (2.6)$$

Keterangan:

$df = Degree\ of\ freedom$ atau derajat kebebasan

$n =$ Jumlah sampel

$k =$ Banyaknya koefisien regresi + konstanta

5. Kriteria Pengujian

a. H_0 diterima jika $-T\ tabel < T\ hitung < T\ tabel$

b. H_0 ditolak jika $-T\ hitung < -T\ tabel$ atau $T\ hitung > T\ tabel$

6. Membandingkan T hitung dengan T tabel

7. Kesimpulan

Keputusan bisa menolak H_0 atau menerima H_0 menerima H_a . Nilai t tabel yang diperoleh dibandingkan nilai t hitung, bila t hitung lebih besar dari t tabel, maka H_0 ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa *independent* variabel berpengaruh pada *dependent* variabel. Apabila t hitung lebih kecil dari t tabel,

maka H_0 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa *independent* variabel tidak berpengaruh terhadap *dependent* variabel.

2.15 Analisis Korelasi Ganda

Digunakan untuk mencari hubungan antara dua variabel bebas atau lebih yang secara bersama-sama dihubungkan dengan variabel terikatnya. Sehingga dapat diketahui besarnya sumbangan seluruh variabel bebas yang menjadi obyek penelitian terhadap variabel terikatnya. Langkah-langkah menghitung koefisien ganda adalah sebagai berikut:

1. Jika harga r belum diketahui, maka hitunglah harga r . Biayanya sudah ada karena kelanjutan dari korelasi tunggal
2. Hitunglah r hitung untuk dua variabel bebas persamaan 2.7 dengan rumus sebagai berikut:

$$R_{y_{x_1x_2}} = \sqrt{\frac{r_{yx_1}^2 + r_{yx_2}^2 - 2r_{yx_1} r_{yx_2} r_{x_1x_2}}{1 - r_{x_1x_2}^2}} \dots\dots\dots(2.7)$$

Dimana $R_{y_{x_1x_2}}$ = koefisien korelasi ganda antara variabel x_1 dan x_2

r_{yx_1} = koefisien korelasi x_1 terhadap Y

r_{yx_2} = koefisien korelasi x_2 terhadap Y

$r_{x_1x_2}$ = koefisien korelasi x_1 terhadap X_2

3. Tetapkan taraf signifikansi (α), sebaiknya disamakan dengan α terdahulu
4. Tentukan kriteria pengujian R , yaitu:

H_a : tidak signifikan

H_0 : signifikan

H_a : $R_{y_{x_1x_2}} = 0$

$$H_0: R_{yx1x2} \neq 0$$

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ maka H_0 diterima

5. Cari F hitung dengan persamaan 2.8:

$$F = \frac{\frac{R^2}{k}}{\frac{(1-R^2)}{n-k-1}} \dots\dots\dots(2.8)$$

6. Cari F tabel = $F(1-\alpha)$, kemudian dengan

$$dk_{pembilang} = k$$

$$dk_{penyebut} = n-k-1$$

dimana k = banyaknya variabel bebas

n = banyaknya anggota sampel

dengan melihat tabel f didapat nilai F_{tabel}

7. Bandingkan F_{hitung} dan F_{tabel}

8. Kesimpulan

Jika:

$F_{hitung} > F_{tabel}$ maka (H_0 ditolak) ada pengaruh signifikan.

$F_{hitung} < F_{tabel}$ maka (H_0 diterima) tidak ada pengaruh signifikan.

2.16 Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel *independent* secara serentak terhadap variabel *dependent*. Dalam analisis regresi berganda, koefisien determinasi mengukur proporsi atau presentase sumbangan variabel penjelas yang masuk ke dalam model terhadap variasi naik turunnya variabel Y secara bersamaan (Siagian

dan Sugiarto, 2000). Determinasi adalah diantara nol dan satu ($0 < R^2 < 1$) dan selalu bernilai positif, sebab merupakan rasio dari dua jumlah kuadrat yang nilainya juga selalu positif. Menurut Sugiyono (2007) dasar untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut:

0,00 – 0,199 = sangat rendah

0,20 - -,399 = rendah

0,40 – 0,599 = sedang

0,60 – 0,799 = kuat

0,80 – 1,000 = sangat kuat

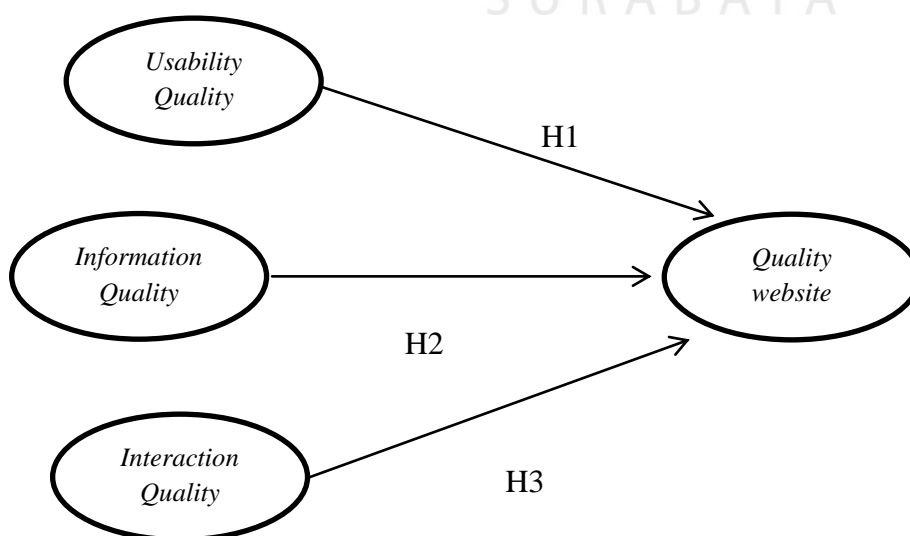
2.17 Model Konseptual

Berdasarkan model konseptual, penelitian ini memiliki hipotesis:

H1: Kualitas penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kualitas *website*.

H2: kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kualitas *website*.

H3: Kualitas interaksi berpengaruh signifikan terhadap kualitas *website*.



Gambar 2.1 Model Konseptual