

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Hybrid Learning

Menurut Smaldino, dkk., (2007:44) *hybrid learning* adalah kombinasi *e-learning* dengan pembelajaran tatap muka langsung. Peran *hybrid learning* pada dasarnya adalah menggantikan pertemuan konvensional menjadi *distance learning* dan yang dimaksud adalah diskusi dalam bentuk forum *online*. Untuk masuk dan bergabung dalam forum, peserta didik harus memiliki akun dan *password* dengan melakukan register pada web yang dirancang untuk menggunakan *hybrid learning* tersebut. Melalui web tersebut bukan hanya tempat berdiskusi tetapi menjadi sarana bagi pembelajar untuk memberi tugas dan mensubmit tugas bagi peserta didik. Fungsi lainnya adalah peserta didik dapat mengakses nilai melalui web.

2.2 Website

Menurut Hidayat (2010:6) *website* adalah keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sebuah *website* biasanya dibangun atas banyak halaman *web* yang saling berhubungan. Jadi dapat dikatakan bahwa, pengertian *website* adalah kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman. Hubungan antara satu halaman *website* dengan halaman *website* lainnya disebut dengan *hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media penghubung

disebut *hypertext*. Situs *website* di kategorikan menjadi dua yaitu *website* statis dan *website* dinamis, *website* statis adalah *website* yang berisi atau menampilkan informasi – informasi yang sifatnya tetap (statis), sedangkan *website* dinamis adalah *website* yang menampilkan informasi serta dapat berinteraksi dengan *user*.

2.3 Kualitas Website

Menurut Hyejeong dan Niehm (2009:222) mengungkapkan bahwa para peneliti terdahulu membagi dimensi kualitas *website* menjadi lima yaitu:

1. Informasi, meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat, dan relevan.
2. Keamanan, meliputi kepercayaan, privasi, dan jaminan keamanan.
3. Kemudahan, meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah dimengerti, dan kecepatan.
4. Kenyamanan, meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif.
5. Kualitas pelayanan, meliputi kelengkapan secara *online* dan *customer service*.

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.

Perusahaan harus memberikan perhatian khusus pada factor konteks dan konten serta menerapkan “C” lainnya *Constant change* (perubahan konstan) untuk mendorong kunjungan berulang.

2.4 Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2007:177), Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Irawan (2004 : 37), faktor – faktor yang mendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk, pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, untuk pelanggan yang *sensitive*, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. Service quality, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.
4. Emotional Factor, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

2.5 Konsep Webqual

Menurut Barnes dan Vidgen (2003), WebsiteQual 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. Instrumen penelitian pada WebsiteQual dikembangkan dengan metode Quality Function Development (QFD). WebQual telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan kategori dan butir-butir pertanyaannya. Versi terbaru adalah WebQual 4.0 yang menggunakan tiga dimensi untuk mewakili kualitas dari website, yaitu:

1. Kualitas Informasi (*Information Quality*)

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, mampu memberi keyakinan bahwa janji yang disampaikan akan ditepati.

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, memiliki kompetensi yang baik, memberikan pengalaman baru yang menyenangkan.

2.6 Hubungan antara Webqual dengan kepuasan pelanggan

Dari hasil penelitiannya, Park dan Kim (2003) mengemukakan bahwa kualitas informasi suatu situs menentukan puas atau tidaknya pengakses suatu situs. Hal tersebut dapat dijelaskan bahwa dalam konteks *online*, proses pencarian informasi atau proses pembelian, kualitas informasi yang ditampilkan adalah hal yang sangat penting bagi pengakses situs. Park dan Kim (2003) juga mengemukakan bahwa kualitas interaksi pengguna situs berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Dalam konteks *online*, proses pencarian informasi, kualitas interaksi adalah hal yang penting. Sedangkan untuk hubungan Kualitas Kegunaan dengan Kepuasan Pelanggan Liljander et al (2002) mengemukakan bahwa kualitas desain dan penggunaan situs berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Dalam konteks *Online*, desain situs seringkali dianggap sebagai pengganti dari faktor fisik yang merupakan *representative* perusahaan, dimana kemudahan navigasi, tampilan menarik dan kenyamanan mempengaruhi evaluasi kepuasan pengakses.

2.7 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010:211) validitas adalah ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid jika dapat

mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dibuang/diganti karena dianggap tidak relevan.

2.8 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2010:3), “Reliabilitas adalah derajat konsistensi/keajegan data dalam interval waktu tertentu.” Oleh karena itu uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individual, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan yang sudah valid. Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur.

2.9 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2011,160) tujuan dari uji normalitas adalah untuk menguji model regresi apakah variabel pengganggu atau residual mempunyai distribusi secara normal, bila data tidak normal teknik statistik tidak dapat digunakan untuk analisis. Data yang disebut mempunyai distribusi normal jika jumlah data yang diatas dan yang dibawah rata-ratanya sama, demikian juga simpangan bakunya sehingga dapat membentuk suatu kurva 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. Kurva normal umum dapat diubah ke dalam kurva normal standart, dengan menggunakan rumus

$$x = \frac{(x_i - \bar{x})}{s}$$

Dengan: z = Simpangan baku untuk kurva 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.

2.10 Uji Multikolinieritas

Menurut Priyanto (2012:137) multikolinieritas merupakan kondisi dimana pada model regresi ditemukan adanya kolerasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel *independent*. Model regresi yang baik tidak boleh terjadi korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna diantara variabel bebas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas digunakan persamaan

$$F = \frac{R_{x_1x_2x_3...x_k}^2 / (k - 2)}{(1 - R_{x_1x_2x_3...x_k}^2) / (N - k + 1)}$$

Menurut Ghozali (2011:111) 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.

2.11 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Priyanto (2012:167) heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual. Model regresi yang benar adalah yang tidak ada heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini Uji Heteroskedastisitas menggunakan diagram *scatter plots*. *Scatter plots* adalah grafik yang diplot poin atau titik yang menunjukkan hubungan antara dua pasang data.

2.12 Uji Autokorelasi

Menurut Sudarmanto (2013:142-143) autokorelasi merupakan kondisi dimana terdapat korelasi atau hubungan antar pengamatan atau observasi, baik itu dalam bentuk observasi deret waktu (*time series*) atau observasi *crosssection*, yang dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi di antara data pengamatan atau tidak. Berdasarkan konsep tersebut, maka uji autokorelasi sangat penting untuk dilakukan tidak hanya pada data yang bersifat *time series* saja, akan tetapi semua data (*independent variable*) yang diperoleh perlu diuji terlebih dahulu autokorelasinya apabila akan dianalisis dengan regresi linier ganda. Untuk mengetahui adanya autokorelasi atau tidak, dapat dilakukan melalui run test

2.13 Uji Linieritas

Linieritas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya suatu distribusi data penelitian. Menurut Sudjana (2003:331), "Uji linieritas dimaksudkan untuk menguji linier tidaknya data yang di analisis." Hasil yang diperoleh melalui uji linieritas akan menentukan teknik-teknik analisis data yang dipilih dapat digunakan atau tidak.

2.14 Regresi

Menurut Sugiyono (2012:192) analisis regresi digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh perubahan nilai variabel *dependent*, bila nilai variabel *independent* dimanipulasi atau dirubah-rubah atau dinaik-turunkan. Manfaat dari hasil analisis regresi adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan menurunnya variabel *dependent* dapat dilakukan melalui peningkatan variabel *independent* atau tidak.

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

Keterangan:

Y = variabel terikat.

β_0 = koefisien intercept regresi.

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien *slope* regresi.

X_1, X_2, X_3 = variabel bebas.

ε = *error* persamaan regresi.

2.15 Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2012:277) analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependent* (kriterium),

bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel *independent* nya minimal 2. Proses perhitungan secara umum adalah sama dengan regresi linear sederhana hanya perlu pengembangan sesuai dengan kebutuhan regresi linear berganda.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n \dots$$

Keterangan:

Y' = Variabel *dependent* (nilai yang diprediksikan)

X_1 dan X_2 = Variabel *independent*

a = Konstanta (nilai Y' apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

2.16 Uji F

Menurut Ghozali (2011:98) Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

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

1. Merumuskan Hipotesis

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

2. Menentukan tingkat signifikansi

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

3. Menentukan F hitung
4. Menentukan F tabel

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) df numerator = dfn = $df_1 = k - 1$
- 2) df denominator = dfd = $df_2 = n - k$

Keterangan:

df = *degree of freedom* atau derajat kebebasan

n = Jumlah sampel

k = banyaknya koefisien regresi

5. Kriteria pengujian
 - a. H_0 diterima bila F hitung < F tabel
 - b. H_0 ditolak bila F hitung > F tabel
6. Membandingkan F hitung dengan F tabel
7. Kesimpulan

Keputusan bisa menolak H_0 atau menerima 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*.

2.17 Uji T

Menurut Ghozali (2006:84) uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen atau variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel dependen atau variabel terikat.

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

1. Merumuskan hipotesa

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

a. Hipotesa nol = Ho

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

b. Hipotesa nol = Ha

Ha 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 tabel

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

$$df = n - k$$

Keterangan:

df = *Degree of freedom* atau derajat kebebasan

n = Jumlah sampel

k = Banyaknya koefisien regresi + konstanta

5. Kriteria Pengujian

- a. Ho diterima jika $-T \text{ tabel} < T \text{ hitung} < T \text{ tabel}$
- b. Ho ditolak jika $-T \text{ hitung} < -T \text{ tabel}$ atau $T \text{ hitung} > T \text{ tabel}$

6. Membandingkan T hitung dengan T tabel

7. Kesimpulan

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

2.18 Analisis Korelasi Ganda

Korelasi ganda (*multiple colleration*) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua variabel *independen* secara bersama-sama atau lebih dengan satu variabel *dependent* (Sugiyono, 2012). 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 sebagai berikut :

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

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

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 : $R_{y_{x_1x_2}} \neq 0$

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

5. Cari F_{hitung} dengan persamaan:

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

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

$$dk_{\text{pembilang}} = k$$

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

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

2.19 Analisis Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar prosentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. 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, 2000:259). 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.