



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA
BERDASARKAN METODE WEBQUAL 4.0 PADA
WEBSITE WWW.WINGSCORP.COM**

TUGAS AKHIR

Program Studi

S1 Sistem Informasi

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

Oleh:

Ahmad Aditiya

13.41010.0148

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2017**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA BERDASARKAN METODE WEBQUAL 4.0 PADA
WEBSITE WWW.WINGSCORP.COM**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana**



**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA**

2017

TUGAS AKHIR
ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA BERDASARKAN METODE WEBQUAL 4.0 PADA
WEBSITE WWW.WINGSCORP.COM

dipersiapkan dan disusun oleh

Ahmad Aditiya

NIM : 13.41010.0148

Telah diperiksa, diuji dan disetujui oleh Dewan Penguji
Pada : Agustus 2017

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing

I. Dr. M.J. Dewiyani Sunarto
NIDN: 0725076301

II. Rudi Santoso, S.Sos., M.M.
NIDN: 0717107501

Pembahas

I. Slamet, M.T., CCNA
NIDN: 0701127503

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

untuk memperoleh gelar Sarjana



Dr. Jusak 22/8/17

Dekan Fakultas Teknologi dan Informatika

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

PERNYATAAN

Persetujuan Publikasi dan Keaslian Karya Ilmiah

Sebagai mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya :

Nama : Ahmad Aditiya
NIM : 13410100148
Program Studi : S1 Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Tugas Akhir
Judul Karya : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA BERDASARKAN METODE WEBQUAL 4.0 PADA WEBSITE WWW.WINGSCORP.COM**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, Agustus 2017

Yang menyatakan



Ahmad Aditiya

Nim : 13410100148



“..Allah yang memberi, kita yang berusaha dan berdo'a..”

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA



Ku persembahkan kepada :

*Ayah dan Ibu Kandungku serta Adikku Tercinta, Keluarga dan teman-
teman yang kusayang dan menyayangiku*

INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA

stikom
SURABAYA

ABSTRAK

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling penting untuk menjadi tolok ukur bagi perusahaan. PT. Wings Surya ingin meningkatkan kualitas *website* yang ada sehingga pelanggan semakin puas dan banyak yang melakukan aktifitas pencarian informasi perusahaan melalui *website* www.wingscorp.com, namun sejauh ini PT. Wings Surya belum tahu kekurangan dari *website* www.wingscorp.com, sehingga membutuhkan evaluasi untuk mengetahui kualitas *website* dan tingkat kepuasan pengguna.

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi hubungan kepuasan pengguna dengan dimensi Webqual 4.0. Penelitian ini dilakukan pada situs profil perusahaan PT.Wings Surya. Populasi dan sampel diambil dari pengguna situs profil perusahaan PT.Wings Surya, khususnya pada karyawan dan distributor PT.Wings Surya. Kriteria yang diambil didasarkan pada jenis kelamin, usia di bawah 25 tahun sampai usia di atas 30 tahun, dan penggunaan internet rata-rata tiap hari kurang dari 1 jam sampai lebih dari 5 jam.

Kualitas *website* www.wingscorp.com secara keseluruhan berdasarkan nilai R^2 (*Adjusted R Square*) memberikan sumbangan 75,5% terhadap kepuasan pengguna. Kualitas kegunaan dan kualitas informasi memberikan sumbangan yang signifikan terhadap kepuasan pengguna sebesar 0,440 dan 0,935 berdasarkan tabel *output regression coefficients*. Kualitas interaksi layanan memberikan pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna sebesar 0,029 berdasarkan tabel *output regression coefficients*, hal tersebut dapat terjadi karena pengguna memiliki asumsi bahwa interaksi pelayanan dalam situs tidak dianggap penting atau jarang dimanfaatkan oleh pengguna.

Kata kunci : *Kepuasan Pengguna, WEBQUAL, Website, Profil Perusahaan*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya-lah, penulis dapat menyelesaikan laporan proyek sistem informasi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas *Website* Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode Webqual 4.0 Pada *Website* www.wingscorp.com” ini dengan lancar. Penyelesaian laporan ini merupakan bagian dari tugas akhir strata satu sistem informatika yang merupakan syarat untuk menempuh kelulusan.

Tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak maka laporan proyek sistem informasi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankanlah penulis menyampaikan rasa penghargaan dan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ayah dan Ibu yang selalu memberikan dukungan dan motivasi.
2. Ibu Dr. M.J. Dewiyani Sunarto sebagai Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu kepada penulis dan banyak memberikan masukan dan saran terhadap analisis dan laporan yang dibuat pada tugas akhir ini sekaligus sebagai Ketua Prodi Sistem Informasi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
3. Bapak Rudi Santoso, S.Sos., M.M. sebagai Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu kepada penulis dan banyak memberikan masukan dan saran terhadap analisis dan laporan yang dibuat pada tugas akhir ini.
4. Sahabat yang sudah seperti keluarga sendiri yang sudah memberikan dukungan arahan, hiburan, logistik, serta bantuan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari materi maupun teknik penyajiannya. Untuk itu segala kritik dan saran sangat penulis harapkan. Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan.



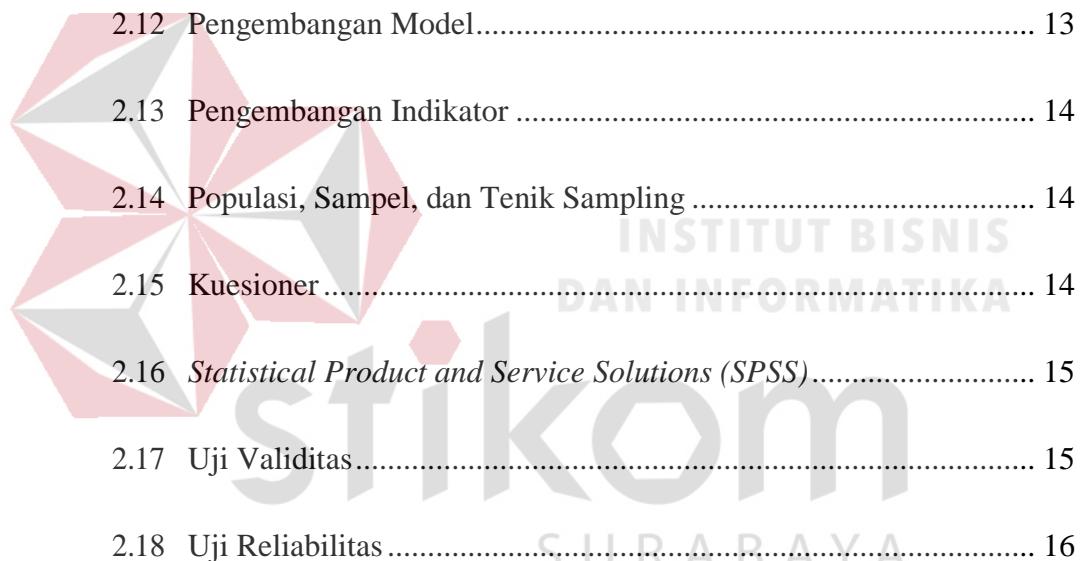
Surabaya, Agustus 2017

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 <i>Website</i>	7
2.2 <i>Company Profile</i>	8
2.3 Kajian Pustaka	8
2.4 Penelitian Terdahulu	8



2.5	<i>Webqual 4.0</i>	9
2.6	Kualitas Kegunaan	11
2.7	Kualitas Informasi.....	12
2.8	Kualitas Interaksi Layanan	12
2.9	Kepuasan Pengguna	12
2.10	Hipotesis	12
2.11	Definisi Operasional Variabel	13
2.12	Pengembangan Model.....	13
2.13	Pengembangan Indikator	14
2.14	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	14
2.15	Kuesioner	14
2.16	<i>Statistical Product and Service Solutions (SPSS)</i>	15
2.17	Uji Validitas.....	15
2.18	Uji Reliabilitas	16
2.19	Uji Asumsi	17
2.19.1	Uji Normalitas.....	18
2.19.2	Uji Multikolinearitas.....	18
2.19.3	Uji Heteroskedastisitas	18
2.19.4	Uji Autokorelasi.....	19
2.19.5	Uji Linearitas	20
2.20	Analisis Regresi Linear Berganda	20

2.20.1	Analisis Koefisien Determinasi	21
2.20.2	Uji F.....	21
2.20.3	Uji T.....	21
	BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1	Tahapan Penelitian.....	22
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.3	Perancangan Kuesioner.....	33
3.4	Jenis Data, Metode, dan Instrumen Pengumpulan Data	36
3.5	Populasi dan Sampel	37
3.5.1	Populasi Penelitian.....	37
3.5.2	Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel	38
3.6	Penyebaran Kuesioner	39
	BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Gambaran Umum Website.....	45
4.2	Gambaran Umum Responden.....	46
4.3	Kualitas Kegunaan	49
4.4	Kualitas Informasi.....	50
4.5	Kualitas Interaksi Layanan	50
4.6	Kepuasan Pengguna	51
4.7	Uji Validitas	51
4.8	Uji Reliabilitas	56

4.9 Uji Asumsi	59
4.9.1 Uji Normalitas.....	60
4.9.2 Uji Multikolinearitas.....	60
4.9.3 Uji Heteroskedastisitas	61
4.9.4 Uji Linearitas	62
4.10 Analisis Regresi Linier Berganda	64
4.10.1 Uji F.....	66
4.10.2 Uji T	67
4.11 Pengaruh Kualitas Kegunaan terhadap Kepuasan Pengguna.....	69
4.12 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna	69
4.13 Pengaruh Kualitas Interaksi Layanan terhadap Kepuasan Pengguna ..	69
4.14 Pembahasan	70
BAB V PENUTUP.....	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Metode Webqual 4.0	10
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3.2 Penjabaran Indikator	32
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert.....	33
Tabel 3.4 Rancangan Kuesioner	34
Tabel 3.5 Daftar Jumlah Populasi	37
Tabel 3.6 Daftar Jumlah Sampel	39
Tabel 3.7 Daftar Jumlah Responden	39
Tabel 4.1 Data Kuesioner.....	46
Tabel 4.2 Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3 Usia	47
Tabel 4.4 Rata-rata penggunaan internet tiap hari	48
Tabel 4.5 Sampel yang diperlukan.....	48
Tabel 4.6 Kualitas Kegunaan	49
Tabel 4.7 Kualitas Informasi.....	50
Tabel 4.8 Kualitas Interaksi Layanan.....	50
Tabel 4.9 Kepuasan Pengguna	51
Tabel 4.10 Validitas Kualitas Kegunaan (X1)	52
Tabel 4.11 Validitas Kualitas Informasi (X2).....	53
Tabel 4.12 Validitas Kualitas Interaksi Layanan (X3).....	54
Tabel 4.13 Validitas Kepuasan Pengguna (Y)	54

Tabel 4.14 <i>Case Processing Summary</i> (X1)	56
Tabel 4.15 <i>Reliability Statistics</i> (X1).....	56
Tabel 4.16 <i>Case Processing Summary</i> (X2)	57
Tabel 4.17 <i>Reliability Statistics</i> (X2)	57
Tabel 4.18 <i>Case Processing Summary</i> (X3)	58
Tabel 4.19 <i>Reliability Statistics</i> (X3).....	58
Tabel 4.20 <i>Case Processing Summary</i> (Y)	59
Tabel 4.21 <i>Reliability Statistics</i> (Y).....	59
Tabel 4.22 Koefisien Multikolinearitas	61
Tabel 4.23 Uji Linearitas Kualitas Kegunaan terhadap Kepuasan Pengguna.....	63
Tabel 4.24 Uji Linearitas Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna	63
Tabel 4.25 Uji Linearitas Kualitas Interaksi Layanan terhadap Kepuasan Pengguna	63
Tabel 4.26 <i>Output Variabel Regresi Entered/Removed</i>	64
Tabel 4.27 <i>Output Regression Model Summary</i>	64
Tabel 4.28 <i>Output Regression ANOVA</i>	64
Tabel 4.29 <i>Output Regression Coefficients</i>	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	23
Gambar 3.2 Model Konseptual	25
Gambar 3.3 Konstruk Kuesioner.....	36
Gambar 3.4 Biodata Responden.....	40
Gambar 3.5 Kuesioner Kualitas Kegunaan	41
Gambar 3.6 Kuesioner Kualitas Informasi.....	42
Gambar 3.7 Kuesioner Kualitas Interaksi Layanan	43
Gambar 3.8 Kuesioner Kepuasan Pengguna	44
Gambar 4.1 Halaman Utama.....	45
Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot.....	60
Gambar 4.3 Heteroskedastisitas <i>Residual</i>	62

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Biodata Penulis	79
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	80



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai pelaku dalam berbagai industri bisnis, sangat penting bagi PT. Wings Surya untuk terus berupaya dalam memberikan pelayanan yang maksimal bagi para pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan hal yang paling penting untuk menjadi tolok ukur bagi perusahaan. PT. Wings Surya memiliki *website company profile* yaitu www.wingscorp.com sebagai sarana untuk mempromosikan produk dan membagikan informasi yang berguna dalam menunjang kebutuhan pelanggan.

Website company profile adalah suatu media yang berfungsi sebagai sarana komunikasi/penyampaian informasi tertentu tentang perusahaan pada pihak-pihak yang membutuhkan, baik di dalam maupun di luar perusahaan. Menurut Kriyantono (2008), *Company Profile* adalah produk tulisan praktisi yang berisi gambaran umum perusahaan.

Company profile memiliki peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan yang melakukan *business to business* karena dapat mempresentasikan visi dan misi perusahaan atau apa yang ingin ditawarkan kepada konsumen. Selain itu manfaat lain dari *company profile* sebagai sarana presentasi adalah dapat mempersingkat pertemuan sehingga klien tidak perlu bertanya secara detail tentang profil, visi, dan misi perusahaan secara langsung.

Oleh karena itu PT. Wings Surya ingin meningkatkan kualitas *website* yang ada sehingga pengunjung semakin puas dan banyak yang melakukan aktifitas pencarian informasi perusahaan melalui *website* www.wingscorp.com, namun

sejauh ini PT. Wings Surya belum tahu kekurangan dari website www.wingscorp.com, sehingga membutuhkan evaluasi untuk mengetahui kualitas dan kepuasan pengguna agar dapat meningkatkan jumlah akses pengunjung situs website www.wingscorp.com.

Webqual 4.0 merupakan metode untuk mengetahui kualitas website berdasarkan persepsi masyarakat atau pengguna (Barnes dan Vidgen, 2003). Metode Webqual 4.0 terdiri atas tiga kategori yaitu kegunaan, kualitas informasi, dan interaksi pelayanan. Kegunaan adalah mutu yang berhubungan dengan rancangan situs; kualitas informasi adalah mutu dari isi yang terdapat pada situs; dan interaksi pelayanan adalah mutu dari interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika pengguna menyelidiki situs lebih dalam. Ketiga kategori tersebut dijadikan acuan dalam pembuatan kuesioner untuk menganalisis kualitas website *company profile* PT.Wings Surya. Hasil analisis diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi perusahaan dalam mengembangkan website yang berkualitas sehingga perkembangan website *company profile* PT.Wings Surya dapat meningkat menuju tingkat pematangan, pemantapan dan pada akhirnya mencapai tingkat pemanfaatan.

Penelitian ini menggunakan sampel sebanyak 96 orang sesuai hasil perhitungan berdasarkan jumlah populasi yang telah dihitung menggunakan rumus *Slovin*. Cara yang dipilih untuk teknik pengumpulan data kuesioner adalah menggunakan media *google form* yang akan dibagikan kepada pengunjung website www.wingscorp.com. Kuesioner disebarluaskan kepada pengguna website www.wingscorp.com yang terdiri dari karyawan, dan distributor dari PT.Wings

Surya. Serta jumlah pengakses terbanyak situs *website* www.wingscorp.com adalah berasal dari wilayah Gresik, Jawa Timur.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan, maka dirumuskan permasalahan tersebut, yaitu:

Bagaimana pengaruh kualitas *website* terhadap kepuasan pengguna berdasarkan metode Webqual 4.0 pada *website* www.wingscorp.com?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam menganalisa pengaruh kualitas *website* ini adalah sebagai berikut:

1. Jumlah responden untuk menganalisis kualitas *website* dari persepsi pengguna yaitu sebanyak 96 orang sesuai hasil perhitungan berdasarkan jumlah populasi yang telah dihitung menggunakan rumus *Slovin*.
2. Responden untuk menganalisis kualitas *website* diambil berdasarkan pengguna yang terlibat atau pernah mengakses *website* www.wingscorp.com, yaitu karyawan, dan distributor dari PT.Wings Surya yang memiliki hubungan erat dengan *website* www.wingscorp.com.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan dari proposal ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh kualitas *website* terhadap kepuasan pengguna berdasarkan metode Webqual 4.0 pada *website* www.wingscorp.com.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari analisa ini adalah sebagai rekomendasi bagi PT. Wings Surya dalam mengembangkan *website company profile* dengan memperhatikan kualitas *website* berdasarkan persepsi responden atau pengguna.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan penelitian ini ditulis dengan sistematika penulisan yang terdiri dari pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, hasil dan pembahasan, dan penutup.

Bab I : Pendahuluan

Pada bab ini membahas tentang latar belakang masalah yang ada pada *website* www.wingscorp.com, penjelasan permasalahan secara umum dan alasan dilakukannya penelitian, rumusan masalah sesuai dengan metode Webqual 4.0 serta batasan masalah yang dibuat untuk penelitian ini, tujuan dari pembuatan penelitian sesuai dengan metode Webqual 4.0 dan sistematika penulisan buku ini.

Bab II : Landasan Teori

Pada bab ini membahas mengenai *website*, *company profile*, kajian pustaka dalam penelitian, penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan, teori tentang Webqual 4.0, kualitas kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, kepuasan pengguna *website*, hipotesis, definisi operasional variabel, pengembangan model dalam penelitian, pengembangan indikator, populasi, sampel, dan teknik *sampling*, kuesioner, aplikasi yang digunakan untuk menghitung data statistik yaitu

statistical product and service solutions (SPSS), uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi, dan analisis regresi linear berganda.

Bab III : Metode Penelitian

Pada bab ini berisi penjelasan tentang tahap - tahap yang dikerjakan dalam mengumpulkan data yang akan dianalisa dalam penelitian yang terdiri dari tahapan penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel penelitian, perancangan kuesioner, jenis data, metode, instrumen pengumpulan data, populasi penelitian, sampel penelitian, teknik pengambilan sampel, dan penyebaran kuesioner.

Bab IV : Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini menjelaskan tahapan hasil dan pembahasan yang di dapat dari penelitian yang dijabarkan kedalam gambaran umum *website*, gambaran umum responden, hasil data kualitas kegunaan, hasil data kualitas informasi, hasil data kualitas interaksi layanan, hasil data kepuasan pengguna, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi, analisis regresi linear berganda, pengaruh kualitas kegunaan terhadap kepuasan pengguna, pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna, pengaruh kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan pengguna, dan pembahasan.

Bab V : Penutup

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang dimaksud adalah kesimpulan dari hasil penelitian ini, sehingga dapat diketahui dimensi dari metode Webqual 4.0 yang paling berpengaruh signifikan dan juga dimensi yang kurang berpengaruh signifikan pada *website*

www.wingscorp.com. Saran yang dimaksud adalah saran terhadap kekurangan dari sistem *website* www.wingscorp.com yang ada kepada pihak yang ingin melanjutkan topik penelitian ini. Tujuannya adalah agar pihak lain dapat memperbaiki *website* www.wingscorp.com sehingga bisa menjadi lebih baik.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Website

Menurut Kadir (2003), *Website* adalah sebutan untuk sekelompok halaman *web* (*web page*), yang pada umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain atau sub domain di *World Wide Web* di Internet. WWW terdiri dari seluruh situs *web* diakses dari sebuah URL yang menjadi akar (*root*), disebut dengan *homepage* (halaman induk atau halaman muka) dan umumnya disimpan pada *server* yang sama. Sebuah *website* biasanya dibuat oleh individual, bisnis atau organisasi berdasarkan topik dan tujuan tertentu. Setiap *website* dapat juga berisi *hyperlink* ke *website* lainnya, jadi antara satu *website* dengan *website* lainnya dapat saling berhubungan.

Website ditulis atau diubah secara dinamis menjadi HTML (*Hyper Text Markup Language*) dan diakses dengan menggunakan *software* yang disebut *Internet Browser* yang dikenal juga dengan sebutan HTTP *client*. *Web page* dapat diakses dan dilihat dari berbagai macam alat, diantaranya *desktop computer*, *laptop computer*, PDA ataupun *cell phone* yang semuanya mempunyai koneksi internet. Sebuah *website* ditampung dalam sebuah sistem komputer yang disebut *web-server*, dikenal juga dengan sebutan HTTP *server*. *Server* ini menggunakan *software* yang berfungsi dan mengirim respon *web page* terhadap perintah yang dilakukan oleh pengakses *website*.

2.2 *Company Profile*

Menurut Kriyantono (2008), *Company Profile* adalah produk tulisan praktisi yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan ada perusahaan yang memilih membuat *company profile* berdasarkan kepentingan publik sasaran. Ada *company profile* yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publik yang berbeda-beda.

2.3 *Kajian Pustaka*

Kajian pustaka menurut Ratna (2012), memiliki pengertian yaitu seluruh bahan bacaan yang mungkin pernah dibaca dan dianalisis, baik yang sudah dipublikasikan maupun sebagai koleksi pribadi. Kajian pustaka sering dikaitkan dengan kerangka teori atau landasan teori, yaitu teori-teori yang digunakan untuk menganalisis objek penelitian. Oleh sebab itu, sebagian peneliti menggabungkan kajian pustaka dengan kerangka teori. Kajian pustaka adalah bahan-bahan bacaan yang secara khusus berkaitan dengan objek penelitian yang sedang dikaji.

2.4 *Penelitian Terdahulu*

Barnes dan Vidgen (2003) melakukan penelitian untuk mengukur kualitas *website* yang dikelola oleh *Organization for Economic Cooperation Development* (OECD) berdasarkan persepsi pengguna. Metode yang digunakan adalah Webqual 4.0 yang terdiri atas tiga dimensi, yaitu: kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi pelayanan. Proses analisis dilakukan terhadap tampilan *website* sebelum

dan setelah *website* dirancang ulang. Hasil dari penelitian menyatakan bahwa indeks *webqual* meningkat setelah dilakukan desain ulang. *Usability* dan desain masing-masing meningkat menjadi 20% dan 23%, kualitas informasi meningkat menjadi 15%, dan kualitas interaksi pelayanan meningkat menjadi 19%. Peningkatan analisis kuantitatif ini didukung juga oleh komentar responden ketika menyelesaikan kuesioner.

Xiao dan Dasgupta (2002) penelitian yang dilakukan adalah untuk mengukur kepuasan pengguna dengan sistem informasi berbasis *web*. Penelitian ini dilakukan dengan uji validitas dan reliabilitas *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) dan instrumen pada pengguna portal internet. Variabel yang digunakan adalah faktor-faktor kepuasan pengguna akhir dari sistem yaitu isi, bentuk, akurasi, kemudahan pengguna, ketepatan waktu. Sampel dari penelitian ini diambil dari karyawan dan distributor PT.Wings Surya yang pernah melakukan akses kedalam *website* www.wingscorp.com. Dari penelitian ini disimpulkan bahwa kemajuan teknologi informasi yang baru dan pertumbuhan drastis dari internet selama dekade terakhir ini memiliki cukup banyak perubahan lingkungan komputasi pengguna akhir.

2.5 *Webqual 4.0*

Menurut Barnes dan Vidgen (2003) *Webqual* merupakan metode pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir (masyarakat). Metode ini merupakan pengembangan dari Servqual (Zeithaml et al. 1990) yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Instrumen penelitian pada Webqual tersebut dikembangkan dengan metode *Quality Function Development* (*QFD*).

Webqual sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan dimensi dan butir-butir pertanyaannya. Webqual 4.0 adalah pengembangan dari versi-versi pendahulunya yaitu Webqual 1.0, Webqual 2.0, Webqual 3.0 serta penggabungan dan penyesuaian dari Servqual. Penelitian ini menggunakan metode Webqual 4.0 untuk menganalisis kualitas *website company profile* melalui konsep *usability*, kualitas informasi, dan interaksi pelayanan.

Usability adalah mutu yang berhubungan dengan rancangan situs. Kualitas informasi adalah mutu dari isi yang terdapat pada situs. Interaksi pelayanan adalah mutu dari interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika pengguna menyelidiki situs lebih dalam. Tabel 2.1 menunjukkan kategori dan pernyataan pada Webqual 4.0 yang akan digunakan dalam kuesioner.

Tabel 2.1 Metode Webqual 4.0

Kategori	Kuesioner Webqual 4.0
Kegunaan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menemukan situs ini mudah untuk dipelajari dan dioperasikan. 2. Interaksi saya dengan situs ini jelas dan mudah dimengerti. 3. Saya menemukan situs ini mudah dinavigasi. 4. Saya menemukan situs ini untuk digunakan. 5. Situs ini memiliki tampilan yang menarik. 6. Desainnya sesuai dengan jenis situs. 7. Situs ini menyampaikan kompetensinya. 8. Situs ini menciptakan pengalaman positif untuk saya.

Kategori	Kuesioner Webqual 4.0
Kualitas Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan informasi yang akurat. 2. Memberikan informasi yang dipercaya. 3. Memberikan informasi yang tepat waktu. 4. Memberikan informasi yang relevan. 5. Informasi yang diberikan mudah untuk pahami. 6. Memberikan informasi pada tingkatan yang tepat secara detail. 7. Menyajikan informasi dalam format yang tepat.
Interaksi Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki reputasi yang baik. 2. Terasa aman untuk menyelesaikan transaksi. 3. Informasi pribadi saya terasa aman. 4. Menciptakan rasa personalisasi. 5. Menyampaikan maksud dari komunitas. 6. Membuatnya mudah untuk berkomunikasi dengan organisasi. 7. Saya merasa yakin bahwa barang/jasa akan disampaikan seperti yang dijanjikan.

2.6 Kualitas Kegunaan

Menurut Yoo dan Donthu (2001) kualitas desain dan penggunaan situs berpengaruh pada kepuasan. Dalam dunia internet atau dunia maya, desain situs seringkali dianggap pengganti dari faktor fisik (*tangible*) yang merupakan *representative* perusahaan, dimana kemudahan navigasi, tampilan menarik dan kenyamanan mempengaruhi evaluasi kepuasan pengguna.

2.7 Kualitas Informasi

Menurut Al-Hakim (2007) kualitas informasi (*information quality*) adalah sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka. Konsep ini dikaitkan dengan konsep produk informasi yang menggunakan data sebagai masukan dan informasi didefinisikan sebagai data yang telah diolah sehingga memberikan makna bagi penerima informasi.

2.8 Kualitas Interaksi Layanan

Menurut Tjiptono (2007) Kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

2.9 Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler (2003) kepuasan pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan Antara prestasi atau produk atau jasa yang dirasakan dan yang diharapkannya.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2000) definisi kepuasan adalah respon atau tanggapan pengguna mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa itu sendiri. Produk atau jasa dapat mempengaruhi tingkat kesenangan pengguna berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pengguna.

2.10 Hipotesis

Menurut Saefuddin dkk (2009) hipotesis adalah pernyataan mengenai parameter perubah acak. Kata hipotesis berasal dari gabungan dua kata, yaitu (1)

hipo yang berarti tersembunyi, dan (2) *theses* yang berarti pernyataan. Hipotesis menurut asal katanya berarti pernyataan mengenai sesuatu yang tersembunyi, sesuatu yang tidak diketahui kebenarannya secara pasti.

2.11 Definisi Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2010) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini ditentukan dua variabel, yaitu variabel bebas atau variabel independen dan variabel terikat atau dependen.

1. Variabel independent atau variabel bebas

Menurut Sugiyono (2010) variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi suatu yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

2. Variabel dependen atau variabel terikat

Pengertian variabel dependen menurut Sugiyono (2010) variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (bebas).

2.12 Pengembangan Model

Menurut Adimihardja dan Hikmat (2003) pengembangan model diartikan sebagai proses rekayasa desain konseptual dalam upaya peningkatan fungsi dari model yang telah ada sebelumnya, melalui penambahan komponen pembelajaran yang dianggap dapat meningkatkan kualitas pencapaian tujuan yang hendak dicapai baik tujuan proses maupun tujuan hasil. Pengembangan diarahkan untuk

menyempurnakan suatu program yang telah ada atau sedang dilaksanakan menjadi program baru yang lebih baik.

2.13 Pengembangan Indikator

Menurut Mulyasa (2006) indikator merupakan penjabaran dari kompetensi dasar yang menunjukkan tanda-tanda perbuatan dan respon yang dilakukan atau ditampilkan oleh peserta didik. Indikator juga dikembangkan sesuai dengan karakteristik satuan pendidikan potensi daerah dan peserta didik dan juga dirumuskan dalam rapat kerja operasional yang dapat diukur dan diobservasi sehingga dapat digunakan sebagai dasar dalam penyusunan alat penilaian.

2.14 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2010) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Menurut Kerlinger dan Lee (2006) teknik pengambilan sampel atau *sampling* merupakan mengambil suatu bagian dari populasi atau semesta sebagai wakil populasi atau semesta. Menurut Sekaran (2003) *convenience sampling* adalah kumpulan informasi dari anggota-anggota populasi yang mudah diperoleh dan mampu menyediakan informasi tersebut.

2.15 Kuesioner

Menurut Riduwan (2005) kuesioner (angket) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain bersedia memberikan respon (responden) sesuai dengan permintaan pengguna, angket dibedakan menjadi dua jenis, yaitu:

1. Angket terbuka (angket tidak berstruktur) ialah angket yang disajikan dalam bentuk sederhana sehingga responden dapat memberikan isian sesuai dengan kehendak dan keadaannya.
2. Angket tertutup (angket berstruktur) adalah angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden diminta untuk memilih satu jawaban yang sesuai dengan karakteristik dirinya dengan cara memberikan tanda silang (x) atau tanda *checklist* (v).

2.16 Statistical Product and Service Solutions (SPSS)

SPSS adalah sebuah *software* untuk mengolah data statistik yang penggunaannya cukup mudah bahkan bagi orang yang tidak mengenal dengan baik teori statistik. Aplikasi SPSS seringkali digunakan untuk memecahkan masalah riset atau bisnis dalam hal statistik. Cara kerjanya sederhana, yaitu data yang dimasukkan pada SPSS akan dianalisis dengan suatu paket analisis. Menyediakan akses data, persiapan dan manajemen data, analisis data, dan pelaporan. SPSS merupakan perangkat lunak yang paling banyak dipakai karena tampilannya yang *user friendly* dan merupakan terobosan baru berkaitan dengan perkembangan teknologi informasi, khususnya dalam *e-business*. SPSS didukung oleh OLAP (*Online Analytical Processing*) yang akan memudahkan dalam pemecahan pengolahan dan akses data dari berbagai perangkat lunak yang lain, seperti Microsoft Excel atau Notepad.

2.17 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2010) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kehandalan dan kesahihan suatu instrumen. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Menurut Sugiyono

(2010) valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Uji validasi dilakukan dengan rumus *product moment/pearson* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{n\sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

n = Banyaknya pasangan data X dan Y

x = Skor item butir soal

y = Jumlah total skor tiap soal

Untuk menguji keberartian koefisien r_{xy} valid atau tidak valid akan digunakan uji t, yang dilakukan dengan membandingkan antara t_{hitung} dengan t_{tabel} :

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

Keterangan:

r = koefisien kolerasi hasil r_{hitung}

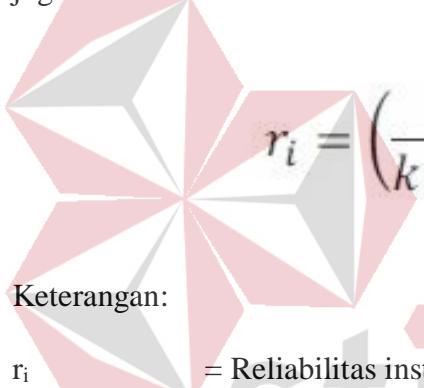
n = jumlah responden

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti valid atau jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ berarti tidak valid.

2.18 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2010) reliabilitas adalah sesuatu instrumen yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang dapat

dipercaya, reliabel, dan akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Instrumen yang reliabel mengandung arti bahwa instrumen tersebut harus baik sehingga mampu mengungkap data yang bisa dipercaya. Alat untuk mengukur reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*. Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas biasanya menggunakan batasan 0,6. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan di atas 0,8 adalah baik. Pengukuran validitas dan reliabilitas mutlak dilakukan, karena jika instrumen yang digunakan sudah tidak valid dan reliabel maka dipastikan hasil penelitiannya juga tidak akan valid dan reliabel. Rumus untuk menentukan reliabilitas, yaitu:



$$r_i = \left(\frac{k}{k - 1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Keterangan:

- r_i = Reliabilitas instrumen
- n = jumlah butir Pernyataan
- s_i^2 = varians butir
- s_t^2 = varians total

2.19 Uji Asumsi

Menurut Sugiyono (2010) dalam melakukan analisis regresi dilakukan pula uji asumsi klasik yang terdiri dari normalitas data, multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi sebagai syarat dalam melakukan analisis regresi linear berganda.

2.19.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data terdistribusi dengan normal atau tidak. Analisis regresi linear berganda mensyaratkan bahwa data harus terdistribusi dengan normal. Uji ini dilakukan dengan metode *Normal Probability Plots*. Dasar pengambilan keputusan untuk mendeteksi kenormalan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah diagonal, maka model memenuhi asumsi normalitas. Sedangkan jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah diagonal, maka model tidak memenuhi asumsi normalitas.

2.19.2 Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas adalah keadaan dimana antara dua variabel independen atau lebih pada model regresi terjadi hubungan linear yang sempurna atau mendekati sempurna. Model yang baik mensyaratkan tidak adanya multikolinearitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas digunakan metode dengan melihat nilai *Tolerance* dan *VIF*. Metode pengambilan keputusan yaitu jika semakin kecil nilai *Tolerance* dan semakin besar nilai *VIF* maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa jika *Tolerance* lebih dari 0,1 dan *VIF* kurang dari 10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

2.19.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Qudratullah (2013) ada atau tidaknya unsur heteroskedastisitas dalam data dapat disajikan dalam grafik pola persebaran faktor penganggu atau residual yang dikuadratkan terhadap Y. Jika pola sebaran data residu tersebar secara acak, maka tidak ada unsur heteroskedastisitas yang berarti.

2.19.4 Uji Autokorelasi

Menurut Statistik (2009) uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya. Sebagai contoh adalah pengaruh antara tingkat inflasi bulanan terhadap nilai tukar rupiah terhadap dollar. Data tingkat inflasi pada bulan tertentu, misalnya bulan Februari, akan dipengaruhi oleh tingkat inflasi bulan Januari. Berarti terdapat gangguan autokorelasi pada model tersebut. Contoh lain adalah pengeluaran rutin dalam suatu rumah tangga. Ketika pada bulan Januari suatu keluarga mengeluarkan belanja bulanan yang relatif tinggi, maka tanpa ada pengaruh dari apapun, pengeluaran pada bulan Februari akan rendah.

Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data *time series* (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti pada kuesioner di mana pengukuran semua variabel dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Model regresi pada penelitian dibursa efek Indonesia dimana periodenya lebih dari satu tahun biasanya memerlukan uji autokorelasi.

Beberapa uji statistik yang sering dipergunakan adalah uji *Durbin-Watson*, uji dengan *run test* dan jika data observasi diatas 100 data sebaiknya menggunakan uji *Lagrange Multiplier*. Beberapa cara untuk menanggulangi masalah autokorelasi adalah dengan mentransformasikan data atau bisa juga dengan mengubah model regresi ke dalam bentuk persamaan beda umum (*generalized difference equation*). Selain itu juga dapat dilakukan dengan memasukkan variabel lag dari variabel

terikatnya menjadi salah satu variabel bebas, sehingga data observasi menjadi berkurang 1.5.

2.19.5 Uji Linearitas

Linearitas merupakan bentuk hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah linear. Untuk mengetahui apakah variabel independen dan variabel dependen menunjukkan hubungan yang linear atau tidak bisa dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi linearitas dengan signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05. Apabila $\text{sig.linearitas} < 0,05$ maka H_0 diterima, yang berarti regresi linear. Apabila $\text{sig.linearitas} \geq 0,05$ maka H_1 ditolak, yang berarti regresi tidak linear.

2.20 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara serentak dan secara parsial terhadap variabel dependen. Model persamaan regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b(x_1) + b(x_2) + b(x_3) \dots$$

Dimana:

Y = Variabel dependen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

x_1, x_2, x_3 = Variabel independen

2.20.1 Analisis Koefisien Determinasi

Analisis R^2 (*R Square*) atau koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar persentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

2.20.2 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen.

2.20.3 Uji T

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tahapan Penelitian

Berikut adalah tahapan penelitian dari analisis pengaruh kualitas *website* www.wingscorp.com. Dalam bagian ini terdapat lima tahapan utama kegiatan yang akan dilakukan dalam penelitian antara lain:

1. Pendahuluan

Kegiatan ini mencakup kajian pustaka, mengetahui dan memahami penelitian tedahulu, melakukan pengembangan terhadap model penelitian terdahulu, menentukan dan menjelaskan tentang definisi operasional dan pengukuran variabel, pengembangan terhadap indikator, dan membuat perancangan kuesioner.

2. Pengumpulan Data

Kegiatan ini mencakup observasi terhadap lokasi dan lingkungan penelitian, melukakan wawancara kepada pihak perusahaan yang memiliki informasi berkaitan dengan penelitian, memahami dan menentukan jenis data, metode, dan instrumen pengumpulan data penelitian, menentukan populasi dan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, dan melakukan penyebaran kuesioner berdasarkan sampel yang telah ditentukan.

3. Pengolahan Data

Kegiatan ini mencakup uji validitas, dan uji reliabilitas terhadap data yang sebelumnya telah dikumpulkan.

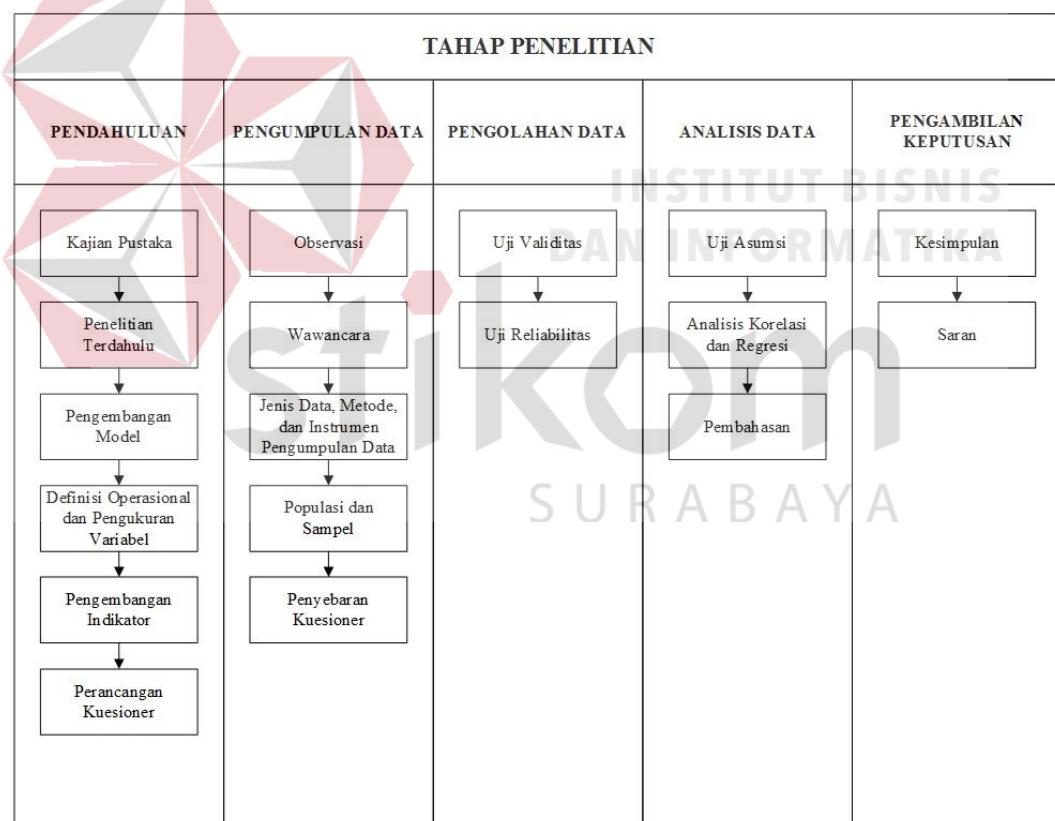
4. Analisis Data

Kegiatan ini mencakup uji asumsi, analisis korelasi dan regresi serta melakukan pembahasan berdasarkan hasil analisa.

5. Pengambilan Keputusan

Kegiatan ini mencakup pemberian kesimpulan, dan saran berdasarkan hasil dari penelitian.

Dari lima kegiatan utama tersebut kemudian akan digambarkan dalam diagram alir untuk mempermudah dalam memahami alur atau tahapan yang akan dilakukan dalam penelitian. Diagram alir dari tahapan penelitian tersebut dapat dilihat pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1 Tahapan Penelitian

Dalam lima kegiatan utama tersebut terdapat delapan kegiatan yang akan dijelaskan lebih detail lagi untuk dapat memahami kegiatan yang akan dilakukan oleh peneliti, antara lain:

1. Kajian pustaka

Tahapan pada kajian pustaka dalam penelitian ini adalah mengumpulkan bahan-bahan bacaan yang akan dijadikan topik pada penelitian dan juga sebagai bahan untuk menemukan permasalahan yang akan digunakan dalam penelitian serta mengetahui jenis penelitian yang akan dilakukan.

Penelitian ini merupakan penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel secara langsung dari populasi. Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas, yang bertujuan untuk menganalisis hubungan dan pengaruh (sebab-akibat) dari dua atau lebih fenomena. Penelitian yang mendasarkan pada teori atau hipotesis yang akan dipergunakan untuk menguji suatu fenomena yang terjadi digolongkan pada jenis penelitian eksplanatori (penjelasan). Penelitian eksplanatori melakukan studi terhadap hubungan antara dua atau lebih variabel, kemudian berusaha untuk menjelaskan fenomena yang terjadi.

2. Penelitian terdahulu

Tahapan dari penelitian terdahulu yaitu memilih dan menentukan referensi dari penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan, dan akan dijadikan sebuah acuan pada penelitian ini. Untuk memudahkan pemahaman terhadap bagian ini, dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut:

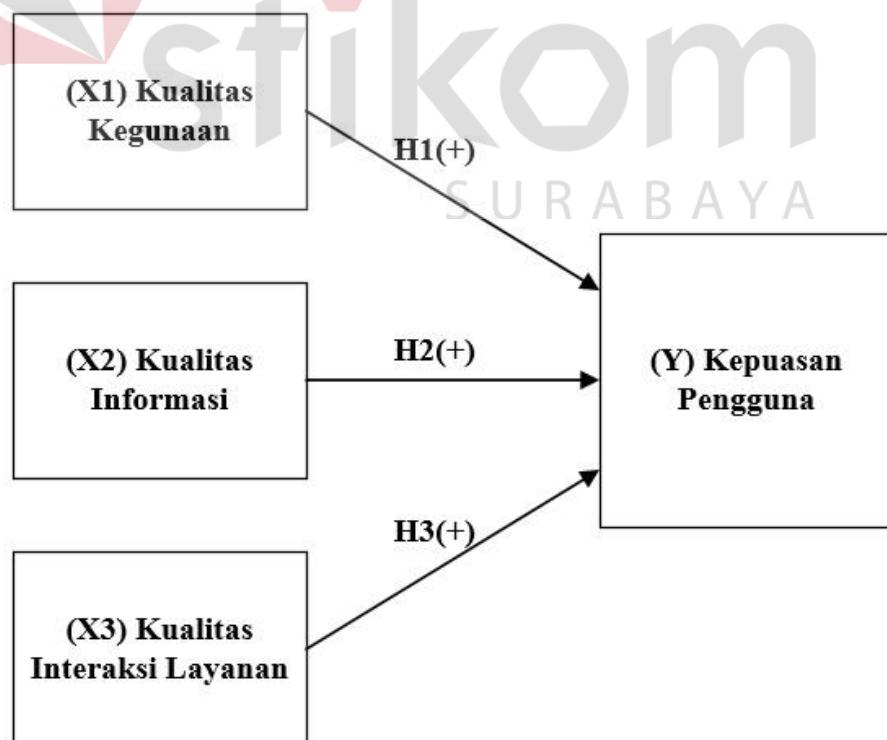
Tabel 3.1 Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan
1	2002	Li Xiao dan Subhasish Dasgupta	<i>Measurement of User Satisfaction with Web-Based Information Systems: An Empirical Study</i>	Pengembangan dan validasi instrumen untuk mengukur kepuasan pengguna pada website

No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil/Temuan
2	2003	Stuart J. Barnes dan Richard Vidgen	<i>Measuring Web Site Quality Improvements: A Case Study of the Forum On Strategic Management Knowledge Exchange</i>	Website baru yang sesuai dengan indikator WebQual yaitu <i>usability</i> , <i>information quality</i> , dan <i>interaction quality</i>

3. Pengembangan model

Tahapan dari pengembangan model adalah, memilih suatu model dari penelitian terdahulu yang kemudian dikembangkan pada penelitian ini menjadi sebuah permasalahan dan topik pembahasan. Model konseptual dalam penelitian ini dikembangkan dari teori Webqual oleh Barnes dan Vidgen (2003) dan juga teori kepuasan pengguna oleh Doll dan Torkzadeh (Xiao, 2002) yang dapat dilihat pada Gambar 3.2.



Gambar 3.2 Model Konseptual

Penilaian kualitas layanan *website* dilihat dari hubungan variabel kategori untuk mengetahui kualitas *website* yang akan mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap *website* www.wingscorp.com, sehingga secara langsung berdampak pada keinginan pengguna untuk lebih sering mengunjungi *website*. Hipotesis yang akan diusulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Kualitas kegunaan mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan pengguna.

H₂: Kualitas informasi mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan pengguna.

H₃: Kualitas interaksi layanan mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan pengguna.

4. Definisi operasional dan pengukuran variabel

Tahapan dari definisi operasional variabel adalah menentukan variabel yang akan digunakan dalam penelitian sesuai dengan model yang sudah ditentukan. Berdasarkan model konseptual, variabel dalam penelitian ini adalah kualitas kegunaan (X1), kualitas informasi (X2), kualitas interaksi layanan (X3), dan kepuasan pengguna (Y).

5. Pengembangan indikator

Tahapan dari pengembangan indikator adalah menentukan indikator yang sesuai dengan variabel dan sesuai dengan acuan pada penelitian terdahulu yang sudah ditentukan. Indikator variabel kualitas kegunaan (X1) adalah kualitas yang terkait dengan desain situs, misalnya tampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan gambar yang disampaikan kepada pengguna (Barnes dan Vidgen, 2003). Indikator variabel kualitas informasi (X2) adalah kualitas isi situs, kesesuaian

informasi untuk keperluan pengguna seperti akurasi, format dan relevansi (Barnes dan Vidgen, 2003). Indikator variabel kualitas layanan (X3) adalah kualitas interaksi layanan yang dialami pengguna saat mereka menggali lebih dalam ke dalam situs, yang diwujudkan oleh kepercayaan dan empati, misalnya masalah keamanan transaksi dan informasi, pengiriman produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik situs (Barnes dan Vidgen, 2003). Indikator variabel kepuasan pengguna (Y) adalah pendapat atau persepsi pengguna tentang faktor spesifik dari aplikasi komputer misalnya *content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness* berdasarkan teori Doll dan Torkzadeh (Xiao, 2002).

6. Perancangan kuesioner

Tahapan dari perancangan kuesioner adalah menentukan pertanyaan tentang biodata responden dan pernyataan yang diambil dari indikator-indikator seluruh variabel penelitian. Pertanyaan yang diberikan kepada responden adalah nama, pekerjaan, jenis kelamin, usia, rata-rata penggunaan internet tiap hari, maka total pertanyaan yang diberikan berjumlah lima item pertanyaan, sedangkan untuk pernyataan keseluruhan pada kuesioner sebanyak 22 item pernyataan dari lima dimensional variabel x berdasarkan penelitian Barnes dan Vidgen (2003), dan 12 item pernyataan dari lima dimensional variabel y berdasarkan penelitian Doll dan Torkzadeh (Xiao, 2002). Sehingga terdapat lima item pertanyaan dan 34 item pernyataan dari seluruh dimensional.

7. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengemati dan menentukan lokasi penelitian yang akan digunakan. Lokasi yang digunakan dalam melakukan penelitian ini yang merujuk pada karyawan PT.Wings Surya yaitu pada Jl. Raya Driyorejo KM.23,

Driyorejo, Kabupaten Gresik, Jawa Timur 61177. Sedangkan untuk dapat melakukan penelitian yang merujuk pada distributor PT. Wings Surya dilakukan pada wilayah Surabaya, dimana keseluruhan bagian tersebut memiliki keterkaitan yang erat terhadap *website* www.wingscorp.com.

8. Wawancara

Wawancara dilakukan kepada pihak perusahaan dengan mengajukan pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian, antara lain jumlah karyawan, jumlah distributor, dan struktur organisasi. Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti pihak yang diajukan pertanyaan yang berhubungan dengan penelitian adalah pihak dari karyawan bagian sumber daya manusia (SDM) yang memiliki informasi tentang karyawan dan karyawan bagian pemasaran yang memiliki informasi mengenai distributor.

9. Jenis data, metode, dan instrumen pengumpulan data

Kegiatan ini bertujuan untuk menentukan jenis data yang digunakan dalam penelitian, metode yang digunakan dalam mengumpulkan data, serta instrumen apa saja yang akan digunakan dalam penelitian.

10. Populasi dan sampel

Kegiatan ini bertujuan untuk menentukan jumlah populasi penelitian yang kemudian akan dihitung untuk menentukan sampel yang sesuai dalam penelitian. Untuk ilmu-ilmu sosial diijinkan untuk menggunakan persen kesalahan sebesar 10%. Maksudnya hanya ada 10% saja kesalahan itu terjadi. Sehingga dapat diyakini 90% bahwa hasil penelitian itu benar. Ini karena tingkat kepastian ilmu sosial adalah relatif dan tidak sepasti seperti gejala alam.

Dalam penelitian ini perhitungan untuk menentukan sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan persen kesalahan dalam penarikan sampel sebesar 10%. hal ini dilakukan karena jumlah populasi dalam penelitian lebih dari 1000 serta karena alasan keterbatasan waktu dalam kegiatan penelitian sehingga 10% dianggap cukup untuk mewakili data penelitian dan dapat digunakan sebagai sampel yang valid.

Sedangkan metode *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *convenience sampling*. Karena berdasarkan data yang diperoleh oleh peneliti, diperoleh data sampel yang tidak direncanakan terlebih dahulu seperti divisi tiap bagian untuk karyawan dan data distributor, sehingga unit atau subjek yang tersedia untuk peneliti adalah saat pengumpulan data dilakukan.

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara mengambil sampel dari tiap divisi untuk karyawan, dan untuk distributor dibiarkan apa adanya tanpa melakukan pembagian kembali.

11. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran kuesioner dilakukan dengan mengirim kuesioner yang telah dibuat pada *google form* melalui *email* kepada responden yang bersangkutan.

Dalam penelitian ini responden dipilih berdasarkan jumlah sampel yang telah ditentukan dan responden tersebut dipilih dari karyawan dan distributor PT. Wings Surya.

12. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen setiap variabel yang digunakan benar-benar dapat mengukur apa yang seharusnya diukur dan menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Apabila data atau tiap butir pernyataan sudah valid, maka penelitian

dapat dilanjutkan. Uji validitas dihitung dengan bantuan aplikasi SPSS. Uji validasi dilakukan dengan rumus *product moment/pearson*. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan kepada responden yang diambil dari karyawan dan distributor PT. Wings Surya yang pernah melakukan akses kedalam situs www.wingscorp.com. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan kepastian terhadap seluruh item dalam kuesioner agar dapat dipahami atau dimengerti sebelum diberikan kepada seluruh responden.

13. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk mengukur tingkat konsistensi instrumen penelitian. Kuesioner dikatakan konsisten apabila dalam pengukuran yang dilakukan secara berulang kali memiliki hasil yang sama, dengan catatan bahwa kondisi saat pengukuran tidak mengalami perubahan terhadap tingkat reliabilitasnya. Reliabilitas dalam penelitian ini diuji dengan metode *Cronbach's Alpha* dengan bantuan aplikasi SPSS. Data dikatakan reliabel jika Nilai *Cronbach's Alpha* diatas 0.6.

14. Uji asumsi

Kegiatan ini dilakukan dengan alasan bahwa penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS), sehingga memerlukan uji asumsi. Dalam uji asumsi terdapat lima model pengujian, yaitu: uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, uji autokorelasi dan uji linearitas.

Tidak ada ketentuan yang pasti tentang urutan uji mana dulu yang harus dipenuhi. Analisis dapat dilakukan tergantung pada data yang ada. Sebagai contoh, dilakukan analisis terhadap semua uji asumsi klasik, lalu dilihat mana yang tidak

memenuhi persyaratan. Kemudian dilakukan perbaikan pada uji tersebut, dan setelah memenuhi persyaratan, dilakukan pengujian pada uji yang lain.

Penelitian dengan jenis yang diangkat oleh peneliti menggunakan empat model uji asumsi, yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas yang dianggap memenuhi syarat. Sehingga dalam penelitian ini hanya menerapkan empat model uji asumsi.

15. Analisis korelasi dan regresi

Pada penelitian ini yang termasuk dalam variabel *independent* (bebas) adalah kualitas kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas layanan. Sedangkan yang termasuk dalam variabel *dependent* (terikat) adalah kepuasan pengguna.

Berdasarkan hal tersebut maka uji regresi yang akan digunakan adalah regresi linier berganda dimana variabel y memiliki hubungan dengan dua atau lebih variabel x. Serta seluruh variabel datanya kuantitatif.

16. Pembahasan

Kegiatan ini dilakukan untuk membahas hasil dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan serta membuktikan hasil dari hipotesis yang telah ditulis oleh peneliti.

17. Kesimpulan

Kesimpulan diambil berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti dan berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, sehingga dapat memberikan manfaat dan dapat menjawab pertanyaan yang diajukan dalam penelitian.

18. Saran

Saran dibuat dengan tujuan untuk memperbaiki penelitian yang telah dilakukan serta bertujuan untuk memberikan solusi yang ditujukan agar dapat

menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Saran harus bersifat membangun, mendidik, dan dibuat secara objektif serta sesuai dengan topik yang dibahas.

3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan pada kajian teori dan studi empirik yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Variabel yang terbentuk dalam penelitian ini terdiri dari empat buah variabel yaitu kualitas kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, dan kepuasan pengguna. Dengan demikian variabel dalam penelitian ini dapat disebut sebagai variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan dan untuk variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pengguna. Variabel yang telah ditentukan akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan kuesioner. Desain penjabaran indikator dari tiap variabel berdasarkan variabel yang telah ditentukan dapat dilihat pada Tabel 3.2.

Tabel 3.2 Penjabaran Indikator

Variabel	Dimensi	Deskripsi Indikator
Kualitas kegunaan	<i>Usability</i>	Mudah dipelajari
		Mudah dioperasikan
	<i>Design</i>	Tampilan yang menarik
		Tampilan situs yang sesuai
		Situs tampak meyakinkan dan kompeten
		Memberikan pengalaman positif
Kualitas informasi	<i>Information</i>	Menyediakan informasi yang akurat
		Menyediakan informasi yang dapat dipercaya
		Menyediakan informasi yang tepat waktu
		Menyediakan informasi yang relevan
		Menyediakan informasi yang mudah dimengerti
		Menyediakan informasi pada tingkat detail yang tepat
		Menyediakan informasi yang sesuai format

Variabel	Dimensi	Deskripsi Indikator
Kualitas interaksi layanan	<i>Trust</i>	Memiliki reputasi yang baik
		Keamanan informasi pribadi
	<i>Empathy</i>	Menciptakan rasa personalisasi
		Menyampaikan rasa komunitas
Kepuasan pengguna	<i>Successful of the system</i>	Mudah untuk berkomunikasi dengan manajemen atau customer service
		<i>Accuracy</i> (Keakuratan Informasi)
	<i>Their satisfaction</i>	<i>Timeliness</i> (Ketepatan waktu)
		<i>Format</i> (Format situs)
		<i>Content</i> (Isi situs)
		<i>Ease to use</i> (Kemudahan penggunaan)

Untuk mengukur indikator variabel penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu dengan menyusun pernyataan yang masing-masing item dan diberi jarak skor dalam skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok tentang fenomena sosial. Dengan skala likert maka variabel yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pernyataan (Sugiyono, 2007). Skala likert menggunakan empat tingkatan jawaban, yang dapat dilihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert

No	Skala	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

3.3 Perancangan Kuesioner

Perancangan pernyataan dalam kuesioner diambil dari indikator dalam variabel penelitian ini yang telah ditentukan berdasarkan pada kajian teori dan studi empirik yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Terdapat 18 indikator dari variabel

x yang terdiri dari kualitas kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, dan lima indikator dari variabel y yaitu kepuasan pengguna. Dari seluruh indikator yang berjumlah 23 indikator, akan dijabarkan menjadi 34 pernyataan dalam kuesioner. Rancangan kuesioner berdasarkan penjabaran indikator yang telah ditentukan dapat dilihat pada Tabel 3.4.

Tabel 3.4 Rancangan Kuesioner

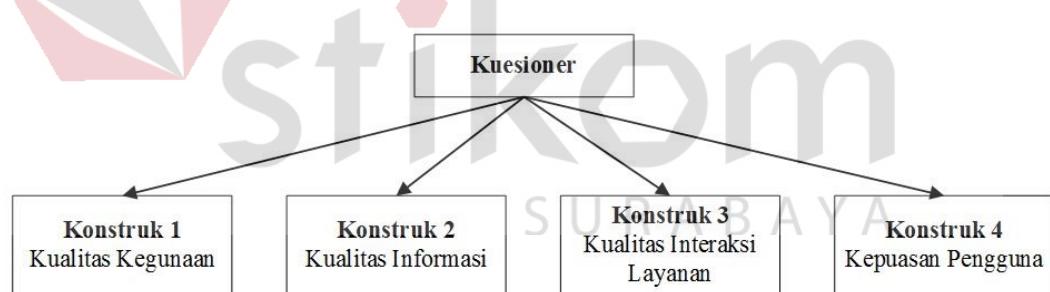
Variabel	Deskripsi Indikator	Pernyataan
Kualitas kegunaan	Mudah dipelajari	Pengoperasian www.wingscorp.com mudah dipelajari. Menurut anda interaksi dengan www.wingscorp.com jelas dan mudah dipahami.
	Mudah dioperasikan	Website www.wingscorp.com mudah dijelajahi. Website www.wingscorp.com mudah digunakan.
	Tampilan yang menarik	Website www.wingscorp.com memiliki tampilan yang menarik.
	Tampilan situs yang sesuai	Website www.wingscorp.com memiliki desain yang sesuai dengan jenis website.
	Situs tampak meyakinkan dan kompeten	Website www.wingscorp.com tampak meyakinkan dan kompeten.
	Memberikan pengalaman positif	Website www.wingscorp.com memberikan pengalaman positif.
Kualitas informasi	Menyediakan informasi yang akurat	Informasi yang tersedia pada website www.wingscorp.com akurat.
	Menyediakan informasi yang dapat dipercaya	Informasi yang tersaji pada website www.wingscorp.com dapat dipercaya.
	Menyediakan informasi yang tepat waktu	Informasi yang disediakan website www.wingscorp.com tepat waktu.
	Menyediakan informasi yang relevan	Informasi yang disajikan website www.wingscorp.com relevan.
	Menyediakan informasi yang mudah dimengerti	Infomasi yang disajikan website www.wingscorp.com mudah dipahami.
	Menyediakan informasi pada tingkat detail yang tepat	Informasi pada website www.wingscorp.com disajikan secara detail.
	Menyediakan informasi yang sesuai format	Informasi yang disajikan website www.wingscorp.com dalam format yang sesuai.

Variabel	Deskripsi Indikator	Pernyataan
Kualitas interaksi layanan	Memiliki reputasi yang baik	Menurut anda www.wingscorp.com memiliki reputasi yang baik.
	Keamanan pribadi informasi	Menurut anda www.wingscorp.com memberikan rasa aman untuk menyelesaikan transaksi.
		Menurut anda www.wingscorp.com memberikan rasa aman terhadap informasi peribadi pengguna.
		Menurut anda www.wingscorp.com memberikan layanan sesuai dengan apa yang disajikan.
	Menciptakan personalisasi rasa	Menurut anda www.wingscorp.com memberi ruang untuk personalisasi pengguna.
	Menyampaikan rasa komunitas	Menurut anda www.wingscorp.com memberikan ruang untuk komunitas.
Kepuasan pengguna	Mudah untuk berkomunikasi dengan manajemen atau customer service	Menurut anda www.wingscorp.com memberi ruang untuk berkomunikasi dengan organisasi.
	Content	Website www.wingscorp.com memberikan informasi yang tepat sesuai yang anda butuhkan.
		Informasi yang diberikan memenuhi kebutuhan anda.
		Website www.wingscorp.com menyediakan laporan yang tampaknya hanya tentang apa yang anda butuhkan.
		Website www.wingscorp.com memberikan informasi yang cukup.
	Accuracy	Informasi yang diberikan akurat.
		Anda merasa puas dengan keakuratan informasi dari website www.wingscorp.com.
	Format	Output yang disajikan dalam format yang sesuai.
		Website www.wingscorp.com menyediakan informasi yang jelas.
	Ease to use	Website www.wingscorp.com mudah dimengerti.
		Website www.wingscorp.com mudah digunakan.
	Timeliness	Anda mendapatkan informasi yang anda butuhkan tepat waktu.
		Website www.wingscorp.com memberikan informasi terbaru.

3.4 Jenis Data, Metode, dan Instrumen Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan langsung dari responden menggunakan instrumen kuesioner. Kuesioner dibuat menggunakan *Google Form* sehingga dapat diisi oleh responden dengan cepat. Kuesioner terdiri dari lima halaman yang dibagi menjadi satu halaman yang berisi pertanyaan biodata responden dan empat halaman tentang kualitas www.wingscorp.com yaitu kualitas kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, dan terakhir adalah halaman tentang kepuasan pengguna www.wingscorp.com.

Dalam melakukan perancangan kuesioner sebagai instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Supaya kuesioner yang digunakan layak untuk dihitung, maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Untuk desain konstruk kuesioner yang akan digunakan, dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3 Konstruk Kuesioner

Terdapat empat konstruk yang akan digunakan dalam kuesioner. Konstruk yang telah dibuat harus didefinisikan ke dalam sebuah konsep yang akan menjelaskan fungsi dari keseluruhan konstruk yang digunakan dalam pembuatan kuesioner. Berikut ini adalah penjabaran mengenai konstruk yang digunakan dalam pembuatan kuesioner evaluasi *website* www.wingscorp.com menggunakan metode Webqual 4.0.

1. Konstruk 1 Kualitas Kegunaan

Konstruk ini dibuat untuk mengetahui kualitas yang terkait dengan desain situs *website* www.wingscorp.com.

2. Konstruk 2 Kualitas Informasi

Konstruk ini dibuat untuk mengetahui kualitas isi situs, kesesuaian informasi untuk keperluan pengguna.

3. Konstruk 3 Kualitas Interaksi Layanan

Konstruk ini dibuat untuk mengetahui kualitas interaksi layanan yang dialami pengguna saat mereka menggali lebih dalam ke dalam situs, yang diwujudkan oleh kepercayaan dan empati.

4. Konstruk 4 Kepuasan Pengguna

Konstruk ini dibuat untuk mengetahui pendapat atau persepsi pengguna tentang faktor spesifik dari aplikasi komputer.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi Penelitian

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna *website* www.wingscorp.com yaitu karyawan PT.Wings Surya dan distributor produk PT.Wings Surya. Tabel populasi untuk penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Daftar Jumlah Populasi

No	Pekerjaan	Jumlah Populasi
1	Karyawan bagian produksi	1382
2	Karyawan bagian SDM	112
3	Karyawan bagian pemasaran	248
4	Karyawan bagian IT	28
5	Karyawan bagian gudang	374
6	Distributor	372
Total		2516

3.5.2 Sampel Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian menggunakan hasil populasi dari rumus *Slovin* dengan persen kesalahan dalam penarikan sampel sebesar 10%. Jumlah sampel dibagi menjadi dua yaitu sampel untuk karyawan dan distributor PT.Wings Surya. Populasi yang diambil menggunakan rumus *Slovin* yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Persen kesalahan pengambilan sampel yang di tolerir (Agung, 2012)

Persen kesalahan dalam penarikan sampel terletak antara 5-10%. Penelitian ini mengambil 10% dengan rumus *Slovin* dengan persamaan diatas, sehingga jumlah sampel penelitian ini sebagai berikut:

$$n = \frac{2516}{2516 \times (0,10)^2 + 1} = 96 (\text{A})$$

Berdasarkan perhitungan rumus *Slovin* dengan nilai total populasi sebanyak 2516 sesuai dengan tabel 3.5, sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 orang. Hasil dari populasi tersebut akan digunakan untuk menghitung sampel, maka 96 dianggap sebagai variabel A.

Sedangkan untuk menghitung sampel dari karyawan tiap bagian dan distributor menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S = \frac{N \times A}{n}$$

Keterangan:

s = Ukuran sampel

n = Ukuran populasi

N = Jumlah pekerja

A = Hasil perhitungan populasi menggunakan rumus *Slovin*

Berdasarkan rumus diatas dan nilai yang dimasukkan maka jumlah sampel untuk karyawan dan distributor dapat dilihat pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6 Daftar Jumlah Sampel

No	Pekerjaan	Jumlah Populasi	Jumlah Sampel
1	Karyawan Bagian Produksi	1382	53
2	Karyawan bagian SDM	112	4
3	Karyawan bagian pemasaran	248	10
4	Karyawan bagian IT	28	1
5	Karyawan bagian gudang	374	14
6	Distributor	372	14
Total		2516	96

3.6 Penyebaran Kuesioner

Untuk penyebaran kuesioner yang telah selesai dirancang, maka penyebaran kuesioner diambil dari jumlah sampel yang telah dihitung yang kemudian dikalikan dua untuk mengantisipasi apabila terdapat responden yang tidak dapat atau tidak berminat mengisi kuesioner. Berikut adalah tabel responden yang akan diberikan kuesioner yang dapat dilihat pada Tabel 3.7.

Tabel 3.7 Daftar Jumlah Responden

No	Pekerjaan	Jumlah Sampel	Jumlah Responden
1	Karyawan Bagian Produksi	53	106
2	Karyawan bagian SDM	4	8

No	Pekerjaan	Jumlah Sampel	Jumlah Responden
3	Karyawan bagian pemasaran	10	20
4	Karyawan bagian IT	1	2
5	Karyawan bagian gudang	14	28
6	Distributor	14	28
Total		96	192

Dari kuesioner yang disebarluaskan terdapat pertanyaan tentang biodata responden yang diajukan kepada responden sebagai data tambahan untuk menyortir kembali kuesioner yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Berikut adalah desain kuesioner biodata responden yang telah dirancang oleh peneliti dengan menggunakan *google form*.

Kuesioner Evaluasi Website
www.wingscorp.com

Dengan hormat, selaku peneliti memohon kesedian anda untuk dapat membantu mengisi kuesioner yang telah disiapkan dengan maksud:

- Membantu mengumpulkan data dalam rangka melakukan evaluasi penggunaan website www.wingscorp.com.
- Mengevaluasi tingkat efektivitas implementasi pada website www.wingscorp.com.

Apapun jawaban yang anda berikan adalah benar dan tidak ada yang salah, karena seluruh jawaban anda merupakan apresiasi yang sangat penting dan murni merupakan pemikiran anda terhadap website www.wingscorp.com.

* Wajib

Nama *
Jawaban Anda

Pekerjaan *
Pilih

Jenis Kelamin *

Laki-Laki
 Perempuan

Usia *
Pilih

Rata-rata penggunaan internet tiap hari *
Pilih

BERIKUTNYA

Gambar 3.4 Biodata Responden

Terdapat lima pertanyaan yang diajukan kepada responden yaitu nama, pekerjaan, jenis kelamin, usia, dan rata-rata penggunaan internet tiap hari. Keseluruhan data tersebut digunakan sebagai data penunjang untuk melakukan penyortiran kuesioner yang telah terkumpul, sehingga data yang digunakan dalam analisa dapat lebih spesifik sesuai kebutuhan dalam penelitian.

Dari pembahasan operasional dan pengukuran variabel yang digunakan maka bentuk rancangan kuesioner yang selanjutnya akan digunakan dalam analisa adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner Kualitas Kegunaan

Kualitas kegunaan adalah variabel bebas yang pertama yaitu kualitas yang terkait dengan desain situs, misalnya tampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan gambar yang disampaikan kepada pengguna. Rancangan kuesioner kualitas kegunaan dapat dilihat pada Gambar 3.5.

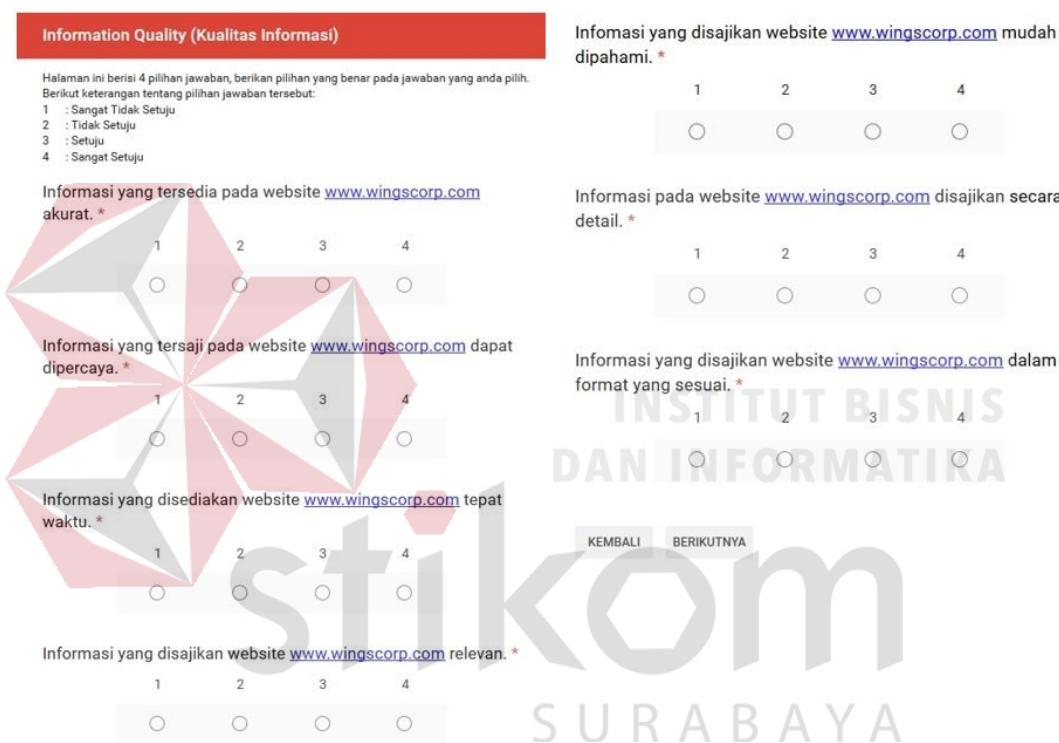
Pernyataan	Skala (1 = Sangat Tidak Setuju, 4 = Sangat Setuju)
Website www.wingscorp.com memiliki tampilan yang menarik.*	1 2 3 4
Pengoperasian www.wingscorp.com mudah dipelajari.*	1 2 3 4
Menurut anda interaksi dengan www.wingscorp.com jelas dan mudah dipahami.*	1 2 3 4
Website www.wingscorp.com tampak menyakinkan dan kompeten.*	1 2 3 4
Website www.wingscorp.com memberikan pengalaman positif.*	1 2 3 4
Website www.wingscorp.com mudah digunakan.*	1 2 3 4

[KEMBALI](#) [BERIKUTNYA](#)

Gambar 3.5 Kuesioner Kualitas Kegunaan

2. Kuesioner Kualitas Informasi

Kualitas informasi adalah variabel bebas yang kedua yaitu kualitas isi situs, kesesuaian informasi untuk keperluan pengguna seperti akurasi, format dan relevansi. Terdapat tujuh indikator dari variabel kualitas informasi yang kemudian dijabarkan menjadi tujuh pernyataan yang dimasukkan kedalam kuesioner. Rancangan kuesioner kualitas informasi dapat dilihat pada Gambar 3.6.



Gambar 3.6 Kuesioner Kualitas Informasi

3. Kuesioner Kualitas Interaksi Layanan

Kualitas interaksi layanan adalah variabel bebas yang ketiga yaitu kualitas interaksi layanan yang dialami pengguna saat mereka menggali lebih dalam ke dalam situs, yang diwujudkan oleh kepercayaan dan empati, misalnya masalah keamanan transaksi dan informasi, pengiriman produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik situs. Terdapat lima indikator dari variabel kualitas interaksi layanan yang kemudian dijabarkan menjadi tujuh pernyataan yang

dimasukkan kedalam kuesioner. Rancangan kuesioner kualitas interaksi layanan dapat dilihat pada Gambar 3.7.

Service Interaction Quality (Kualitas Interaksi Layanan)

Halaman ini berisi 4 pilihan jawaban, berikan pilihan yang benar pada jawaban yang anda pilih.
Berikut keterangan tentang pilihan jawaban tersebut:
1 : Sangat Tidak Setuju
2 : Tidak Setuju
3 : Setuju
4 : Sangat Setuju

Menurut anda www.wingscorp.com memberikan ruang untuk komunitas. *

1 2 3 4

Menurut anda www.wingscorp.com memiliki reputasi yang baik. *

1 2 3 4

Menurut anda www.wingscorp.com memberikan rasa aman untuk menyelesaikan transaksi. *

1 2 3 4

Menurut anda www.wingscorp.com memberikan rasa aman terhadap informasi peribadi pengguna. *

1 2 3 4

Menurut anda www.wingscorp.com memberi ruang untuk personalisasi pengguna. *

1 2 3 4

KEMBALI BERIKUTNYA

Gambar 3.7 Kuesioner Kualitas Interaksi Layanan

4. Kuesioner Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna adalah variabel terikat yaitu pendapat atau persepsi pengguna tentang faktor spesifik dari aplikasi computer. Persepsi dari pengguna meliputi keberhasilan didalam sistem, dan kepuasan mereka terhadap situs misalnya keakuratan Informasi yang diberikan oleh situs, ketepatan waktu dalam melakukan akses didalam situs, format tampilan dalam menyampaikan informasi didalam situs, isi dari informasi didalam situs, dan kemudahan penggunaan dalam menggunakan sistem yang digunakan dalam situs.

Terdapat lima indikator dari variabel kualitas interaksi layanan yang kemudian dijabarkan menjadi 12 pernyataan yang dimasukkan kedalam kuesioner. Rancangan kuesioner kepuasan pengguna dapat dilihat pada Gambar 3.8.

User Satisfaction (Kepuasan Pengguna)

Halaman ini berisi 4 pilihan jawaban, berikan pilihan yang benar pada jawaban yang anda pilih.
Berikut keterangan tentang pilihan jawaban tersebut:
 1 : Sangat Tidak Setuju
 2 : Tidak Setuju
 3 : Setuju
 4 : Sangat Setuju

Website www.wingscorp.com memberikan informasi yang tepat sesuai yang anda butuhkan. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Informasi yang diberikan memenuhi kebutuhan anda. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Website www.wingscorp.com menyediakan laporan yang tampaknya hanya tentang apa yang anda butuhkan. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Website www.wingscorp.com memberikan informasi yang cukup. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Informasi yang diberikan akurat. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anda merasa puas dengan keakuratan informasi dari website www.wingscorp.com. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Output yang disajikan dalam format yang sesuai. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Website www.wingscorp.com menyediakan informasi yang jelas. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Website www.wingscorp.com mudah dimengerti. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Website www.wingscorp.com mudah digunakan. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Anda mendapatkan informasi yang anda butuhkan tepat waktu. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Website www.wingscorp.com memberikan informasi terbaru. *

1	2	3	4
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**INSTITUT BISNIS
DAN INFORMATIKA**
Stikom
SURABAYA

KEMBALI KIRIM

Gambar 3.8 Kuesioner Kepuasan Pengguna

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Website

PT.Wings Surya memiliki website *company profile* yaitu www.wingscorp.com sebagai sarana untuk mempromosikan produk dan membagikan informasi yang berguna dalam menunjang kebutuhan pelanggan. *Website company profile* adalah suatu media yang berfungsi sebagai sarana komunikasi/penyampaian informasi tertentu tentang perusahaan pada pihak-pihak yang membutuhkan. Berikut adalah halaman utama dari www.wingscorp.com.



Gambar 4.1 Halaman Utama

Website www.wingscorp.com memiliki dua pilihan bahasa yang dapat digunakan dalam situs yaitu bahasa Inggris dan bahasa Indonesia. Terdapat empat menu utama dalam *website* www.wingscorp.com yang digunakan sebagai sarana

mencari informasi tentang PT.Wings Surya, dan terdapat tombol *contact us* pada bagian kanan atas *website* yang digunakan untuk berhubungan dengan pihak perusahaan.

4.2 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di kota Surabaya dengan menyebarluaskan kuesioner sebanyak 192 kuesioner dari 96 data sampel yang diperlukan. Hasil data yang telah terkumpul adalah 124 data kuesioner yang diambil dari karyawan dan distributor PT.Wings Surya. Berikut adalah penjabaran dari total data kuesioner yang telah terkumpul beserta data kuesioner yang diperlukan.

Tabel 4.1 Data Kuesioner

No	Pekerjaan	Sampel yang Terkumpul	Sampel yang Diperlukan
1	Karyawan Bagian Produksi	56	53
2	Karyawan bagian SDM	8	4
3	Karyawan bagian pemasaran	18	10
4	Karyawan bagian IT	2	1
5	Karyawan bagian gudang	16	14
6	Distributor	24	14
Total		124	96

Kriteria yang diambil dari data kuesioner yang diambil yaitu jenis kelamin, usia responden, dan rata-rata penggunaan internet tiap hari. Berikut adalah penjabaran dari kriteria responden secara menyeluruh:

1. Jenis kelamin

Berdasarkan perhitungan yang diambil dari *google form*, kebanyakan data responden yang yang telah dikumpulkan berasal dari jenis kelamin laki-laki, sebanyak 76,6% atau sejumlah 95 laki-laki dan untuk jenis kelamin perempuan berjumlah 23,4% atau sejumlah 29 perempuan sehingga total keseluruhan data yang terkumpul berjumlah 124 responden.

Tabel 4.2 Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase
1	Laki-Laki	95	76,6%
2	Perempuan	29	23,4%
Total		124	100%

2. Usia

Berdasarkan perhitungan yang diambil dari *google form*, data responden yang yang telah dikumpulkan menunjukkan bahwa usia responden dibawah 25 tahun sebanyak 31,5% atau sejumlah 39 responden, usia 25 tahun sampai 30 tahun berjumlah 40,3% atau sejumlah 50 responden, dan usia diatas 30 tahun berjumlah 28,2% atau sejumlah 35 responden sehingga total keseluruhan data yang terkumpul berjumlah 124 responden.

Tabel 4.3 Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Prosentase
1	< 25	39	31,5%
2	25 – 30	50	40,3%
3	> 30	35	28,2%
Total		124	100%

3. Rata-rata penggunaan internet tiap hari

Berdasarkan perhitungan yang diambil dari *google form*, data responden yang yang telah dikumpulkan menunjukkan bahwa rata-rata penggunaan internet tiap hari yang dilakukan oleh responden dibawah 1 jam sebanyak 11,3% atau sejumlah 14 responden, untuk rata-rata penggunaan internet tiap hari yang dilakukan oleh responden antara 1 sampai 3 jam berjumlah 31,5% atau sejumlah 39 responden, untuk rata-rata penggunaan internet tiap hari yang dilakukan oleh responden antara 3 sampai 5 jam berjumlah 43,5% atau sejumlah 54 responden, dan rata-rata penggunaan internet tiap hari yang dilakukan oleh responden diatas 5 jam

berjumlah 13,7% atau sejumlah 17 responden sehingga total keseluruhan data yang terkumpul berjumlah 124 responden.

Tabel 4.4 Rata-rata penggunaan internet tiap hari

No	Rata-rata penggunaan internet tiap hari	Jumlah Responden	Prosentase
1	< 1 jam	14	11,3%
2	1 - 3 jam	39	31,5%
3	3 - 5 jam	54	43,5%
4	> 5 jam	17	13,7%
Total		124	100%

Berdasarkan kriteria yang telah dijabarkan maka akan dipersempit untuk mendapatkan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian sejumlah 96 sampel. Kriteria rata-rata penggunaan internet tiap hari dipilih dan dianggap paling relevan untuk penyortiran data responden karena responden dengan jumlah penggunaan internet terbanyak tiap hari dianggap lebih memahami website dan sistem yang digunakan dalam www.wingscorp.com. Hasil dari penyortiran data responden akan menghasilkan total 96 sampel yang akan dijelaskan kembali menurut kriteria dalam kuesioner. Berdasarkan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini, sampel diambil dari tiap bagian pekerjaan dan penggunaan internet tiap hari dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5 Sampel yang diperlukan

Pekerjaan	Rata-rata penggunaan internet tiap hari	Jumlah Sampel	Prosentase
Karyawan Bagian Produksi	< 1 jam	2	2.08%
	1 - 3 jam	16	16.67%
	3 - 5 jam	24	25.00%
	> 5 jam	11	11.46%
Karyawan bagian SDM	< 1 jam	0	0.00%
	1 - 3 jam	1	1.04%
	3 - 5 jam	3	3.13%
	> 5 jam	0	0.00%

Pekerjaan	Rata-rata penggunaan internet tiap hari	Jumlah Sampel	Prosentase
Karyawan bagian pemasaran	< 1 jam	0	0.00%
	1 - 3 jam	0	0.00%
	3 - 5 jam	5	5.21%
	> 5 jam	5	5.21%
Karyawan bagian IT	< 1 jam	0	0.00%
	1 - 3 jam	0	0.00%
	3 - 5 jam	1	1.04%
	> 5 jam	0	0.00%
Karyawan bagian gudang	< 1 jam	0	0.00%
	1 - 3 jam	3	3.13%
	3 - 5 jam	10	10.42%
	> 5 jam	1	1.04%
Distributor	< 1 jam	0	0.00%
	1 - 3 jam	8	8.33%
	3 - 5 jam	6	6.25%
	> 5 jam	0	0.00%
Total		96	100%

4.3 Kualitas Kegunaan

Variabel kualitas kegunaan (*usability quality*) terdiri atas 6 indikator antara lain: mudah dipelajari (*easy to learn*), mudah dioperasikan (*easy to operate*), memiliki tampilan yang menarik (*interesting view*), tampilan yang sesuai (*appropriate site views*) tampak meyakinkan dan kompeten (*convincing and competent*), dan memberikan pengalaman positif (*provide a positive experience*).

Rekapitulasi jawaban responden pada indikator variabel kualitas kegunaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Kualitas Kegunaan

No	Indikator	Skor			
		1	2	3	4
1	<i>Easy to learn</i>	0	70	113	9
2	<i>Easy to operate</i>	0	52	122	18
3	<i>Interesting view</i>	0	36	54	6
4	<i>Appropriate site views</i>	0	27	59	10
5	<i>Convincing and competent</i>	0	31	61	4
6	<i>Provide a positive experience</i>	0	26	68	2

4.4 Kualitas Informasi

Variabel kualitas informasi (*information quality*) terdiri atas 7 indikator antara lain: akurasi (*accurate*), terpercaya (*reliable*), tepat waktu (*timely*), relevan (*relevant*), mudah dimengerti (*easy to understand*), detail yang tepat (*right level of detail*), dan sesuai format (*formatted*). Rekapitulasi jawaban responden pada indikator variabel kualitas informasi adalah sebagai berikut:

Tabel 4.7 Kualitas Informasi

No	Indikator	Skor			
		1	2	3	4
1	<i>Accurate</i>	0	44	48	4
2	<i>Reliable</i>	0	32	58	6
3	<i>Timely</i>	0	30	56	10
4	<i>Relevant</i>	0	31	63	2
5	<i>Easy to understand</i>	0	28	60	8
6	<i>Right level of detail</i>	0	32	59	5
7	<i>Formatted</i>	0	23	64	9

4.5 Kualitas Interaksi Layanan

Variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) terdiri atas 5 indikator antara lain: memiliki reputasi baik (*has a good reputation*), keamanan (*security*), menciptakan rasa personalisasi (*create a sense of personalization*), menyampaikan rasa komunitas (*delivering a sense of community*), dan mudah berkomunikasi dengan organisasi (*easy to communicate*). Rekapitulasi jawaban responden pada indikator variabel kualitas interaksi layanan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8 Kualitas Interaksi Layanan

No	Indikator	Skor			
		1	2	3	4
1	<i>Has a good reputation</i>	0	36	58	2
2	<i>Security</i>	0	95	174	19
3	<i>Create a sense of personalization</i>	0	27	62	7
4	<i>Delivering a sense of community</i>	0	31	64	1
5	<i>Easy to communicate</i>	0	32	55	9

4.6 Kepuasan Pengguna

Variabel kepuasan pengguna (*user satisfaction*) terdiri atas 5 indikator antara lain: isi konten (*content*), akurasi (*accuracy*), format (*format*), mudah digunakan (*ease to use*), dan tepat waktu (*timeliness*). Rekapitulasi jawaban responden pada indikator variabel kepuasan pengguna adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Kepuasan Pengguna

No	Indikator	Skor			
		1	2	3	4
1	<i>Content</i>	0	119	243	22
2	<i>Accuracy</i>	0	56	122	14
3	<i>Format</i>	0	51	132	9
4	<i>Ease to use</i>	0	55	126	11
5	<i>Timeliness</i>	0	48	135	9

4.7 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan memasukkan data pada program SPSS versi 24. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis *product moment/pearson* pada masing-masing variabel laten yaitu kualitas kegunaan (X1), kualitas informasi (X2), kualitas interaksi layanan (X3), dan kepuasan pengguna (Y) melalui program SPSS.

1. Kualitas Kegunaan (X1)

Uji validitas ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi. Item kuesioner dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel dengan nilai n = 96 maka di dapat df = 94, maka diperoleh r tabel sebesar 0,201. Artinya jika nilai korelasi lebih besar dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid. Pada hasil korelasi dapat disimpulkan pada baris *Pearson Correlation* dari tiap kolom UQ Total bahwa korelasi UQ1 memiliki skor sebesar 0,352. Pada

korelasi UQ2, UQ3 dan seterusnya dengan skor total menunjukkan nilai korelasi di atas nilai r tabel sebesar 0,201. Kesimpulan yang didapat adalah item tersebut valid ditunjukkan pada tabel 4.10.

Tabel 4.10 Validitas Kualitas Kegunaan (X1)

		UQ1	UQ2	UQ3	UQ4	UQ5	UQ6	UQ7	UQ8	UQTotal
UQ1	Pearson Correlation	1	.009	.295	.090	.728	-.003	.641	-.116	.352
	Sig. (2-tailed)		.928	.004	.383	.000	.974	.000	.260	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
UQ2	Pearson Correlation	.009	1	.634	.951	.364	.965	.380	.897	.913
	Sig. (2-tailed)		.928	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
UQ3	Pearson Correlation	.295	.634	1	.618	.534	.686	.455	.434	.748
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
UQ4	Pearson Correlation	.090	.951	.618	1	.466	.921	.504	.858	.936
	Sig. (2-tailed)		.383	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
UQ5	Pearson Correlation	.728	.364	.534	.466	1	.325	.839	.164	.666
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.111	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
UQ6	Pearson Correlation	-.003	.965	.686	.921	.325	1	.334	.900	.901
	Sig. (2-tailed)		.974	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
UQ7	Pearson Correlation	.641	.380	.455	.504	.839	.334	1	.239	.668
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.019	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
UQ8	Pearson Correlation	-.116	.897	.434	.858	.164	.900	.239	1	.793
	Sig. (2-tailed)		.260	.000	.000	.000	.111	.000	.019	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
UQTotal	Pearson Correlation	.352	.913	.748	.936	.666	.901	.668	.793	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

2. Kualitas Informasi (X2)

Uji validitas ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi. Item kuesioner dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel dengan nilai n = 96 maka di dapat df = 94, maka diperoleh r tabel sebesar 0,201. Artinya jika nilai korelasi lebih besar dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid. Pada hasil korelasi dapat disimpulkan pada baris *Pearson Correlation* dari tiap kolom IQ Total bahwa korelasi IQ1 memiliki skor sebesar 0,548. Pada korelasi IQ2, IQ3 dan seterusnya dengan skor total menunjukkan nilai korelasi di atas nilai

r tabel sebesar 0,201. Kesimpulan yang didapat adalah item tersebut valid ditunjukkan pada tabel 4.11.

Tabel 4.11 Validitas Kualitas Informasi (X2)

		IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	IQ5	IQ6	IQ7	IQTotal
IQ1	Pearson Correlation	1	.219	.641	.108	.615	.218	.496	.548
	Sig. (2-tailed)		.032	.000	.295	.000	.033	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
IQ2	Pearson Correlation	.219	1	.597	.931	.584	.986	.581	.900
	Sig. (2-tailed)		.032	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
IQ3	Pearson Correlation	.641	.597	1	.507	.894	.575	.787	.855
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
IQ4	Pearson Correlation	.108	.931	.507	1	.473	.941	.447	.821
	Sig. (2-tailed)		.295	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
IQ5	Pearson Correlation	.615	.584	.894	.473	1	.557	.807	.837
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
IQ6	Pearson Correlation	.218	.986	.575	.941	.557	1	.550	.891
	Sig. (2-tailed)		.033	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
IQ7	Pearson Correlation	.496	.581	.787	.447	.807	.550	1	.787
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
IQTotal	Pearson Correlation	.548	.900	.855	.821	.837	.891	.787	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96

3. Kualitas Interaksi Layanan (X3)

Uji validitas ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi. Item kuesioner dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel dengan nilai n = 96 maka di dapat df = 94, maka diperoleh r tabel sebesar 0,201.

Artinya jika nilai korelasi lebih besar dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid. Pada hasil korelasi dapat disimpulkan pada baris *Pearson Correlation* dari tiap kolom SIQ Total bahwa korelasi SIQ1 memiliki skor sebesar 0,910.

Pada korelasi SIQ2, SIQ3 dan seterusnya dengan skor total menunjukkan nilai korelasi di atas nilai r tabel sebesar 0,201. Kesimpulan yang didapat adalah item tersebut valid ditunjukkan pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 Validitas Kualitas Interaksi Layanan (X3)

		SIQ1	SIQ2	SIQ3	SIQ4	SIQ5	SIQ6	SIQ7	SIQTotal
SIQ1	Pearson Correlation	1	.510	.789	.402	.825	.366	.878	.910
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
SIQ2	Pearson Correlation	.510	1	.316	.760	.347	.670	.536	.704
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.001	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
SIQ3	Pearson Correlation	.789	.316	1	.011	.940	.064	.911	.832
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.913	.000	.532	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
SIQ4	Pearson Correlation	.402	.760	.011	1	.116	.884	.305	.530
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.913		.260	.000	.002	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
SIQ5	Pearson Correlation	.825	.347	.940	.116	1	.190	.914	.872
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.260		.064	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
SIQ6	Pearson Correlation	.366	.670	.064	.884	.190	1	.352	.554
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.532	.000	.064		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
SIQ7	Pearson Correlation	.878	.536	.911	.305	.914	.352	1	.951
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96
SIQTotal	Pearson Correlation	.910	.704	.832	.530	.872	.554	.951	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96

4. Kepuasan Pengguna (Y)

Uji validitas ini menggunakan batasan r tabel dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi. Item kuesioner dikatakan valid jika nilai r hitung > r tabel dengan nilai n = 96 maka di dapat df = 94, maka diperoleh r tabel sebesar 0,201. Artinya jika nilai korelasi lebih besar dari batasan yang ditentukan maka item dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item dianggap tidak valid. Pada hasil korelasi dapat disimpulkan pada baris *Pearson Correlation* dari tiap kolom US Total bahwa korelasi US1 memiliki skor sebesar 0,543. Pada korelasi US2, US3 dan seterusnya dengan skor total menunjukkan nilai korelasi di atas nilai r tabel sebesar 0,201. Kesimpulan yang didapat adalah item tersebut valid ditunjukkan pada tabel 4.13.

Tabel 4.13 Validitas Kepuasan Pengguna (Y)

		US1	US2	US3	US4	US5	US6	US7
US1	Pearson Correlation	1	.297	.665	.326	.697	.331	.789
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.001	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96

		US1	US2	US3	US4	US5	US6	US7
US2	Pearson Correlation	.297	1	.616	.914	.611	.897	.464
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
US3	Pearson Correlation	.665	.616	1	.478	.917	.449	.744
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
US4	Pearson Correlation	.326	.914	.478	1	.539	.987	.475
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
US5	Pearson Correlation	.697	.611	.917	.539	1	.512	.767
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
US6	Pearson Correlation	.331	.897	.449	.987	.512	1	.486
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
US7	Pearson Correlation	.789	.464	.744	.475	.767	.486	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96	96
US8	Pearson Correlation	.220	.855	.342	.945	.403	.957	.448
	Sig. (2-tailed)	.032	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
US9	Pearson Correlation	.825	.517	.816	.528	.840	.541	.913
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
US10	Pearson Correlation	.326	.909	.486	.973	.551	.980	.484
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
US11	Pearson Correlation	.640	.459	.670	.463	.686	.475	.896
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
US12	Pearson Correlation	.161	.843	.303	.931	.362	.943	.396
	Sig. (2-tailed)	.117	.000	.003	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96
USTotal	Pearson Correlation	.543	.910	.700	.936	.744	.936	.718
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96	96

		US8	US9	US10	US11	US12	USTotal
US1	Pearson Correlation	.220	.825	.326	.640	.161	.543
	Sig. (2-tailed)	.032	.000	.001	.000	.117	.000
	N	96	96	96	96	96	96
US2	Pearson Correlation	.855	.517	.909	.459	.843	.910
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
US3	Pearson Correlation	.342	.816	.486	.670	.303	.700
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.003	.000
	N	96	96	96	96	96	96
US4	Pearson Correlation	.945	.528	.973	.463	.931	.936
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
US5	Pearson Correlation	.403	.840	.551	.686	.362	.744
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
US6	Pearson Correlation	.957	.541	.980	.475	.943	.936
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
US7	Pearson Correlation	.448	.913	.484	.896	.396	.718
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
US8	Pearson Correlation	1	.459	.943	.490	.985	.891
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
US9	Pearson Correlation	.459	1	.539	.818	.411	.759
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
US10	Pearson Correlation	.943	.539	1	.474	.929	.939
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96

		US8	US9	US10	US11	US12	USTotal
US11	Pearson Correlation	.490	.818	.474	1	.491	.699
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
US12	Pearson Correlation	.985	.411	.929	.491	1	.867
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	96	96	96	96	96	96
USTotal	Pearson Correlation	.891	.759	.939	.699	.867	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

4.8 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi alat ukur. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel akan menyebabkan instrumen tidak dapat konsisten terhadap pengukuran yang dilakukan, sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya. Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Berikut ini adalah hasil dari uji reliabilitas dengan menggunakan aplikasi SPSS.

1. Kualitas Kegunaan (X1)

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas umumnya menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Dalam penelitian ini hasil diterima apabila nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dengan rumus *Cronbach Alpha*.

Tabel 4.14 Case Processing Summary (X1)

	N	%
Cases	96	100.0
Valid		
Excluded ^a	0	.0
Total	96	100.0

Tabel 4.15 Reliability Statistics (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	8

Pada hasil pertama ditunjukkan pada tabel 4.14 diketahui data valid sebanyak 96, lalu hasil kedua tabel 4.15 adalah hasil uji reliabilitas yang didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,892 dengan jumlah pernyataan sebanyak 8. Karena nilai lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa indikator pada kualitas kegunaan adalah reliabel.

2. Kualitas Informasi (X2)

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas umumnya menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Dalam penelitian ini hasil diterima apabila nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dengan rumus *Cronbach Alpha*.

Tabel 4.16 Case Processing Summary (X2)

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
Total		96	100.0

Tabel 4.17 Reliability Statistics (X2)

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	7

Pada hasil pertama ditunjukkan pada tabel 4.16 diketahui data valid sebanyak 96, lalu hasil kedua tabel 4.17 adalah hasil uji reliabilitas yang didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,905 dengan jumlah pernyataan sebanyak 7. Karena nilai lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa indikator pada kualitas informasi adalah reliabel.

3. Kualitas Interaksi Layanan (X3)

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas umumnya menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Dalam penelitian ini hasil diterima apabila nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dengan rumus *Cronbach Alpha*.

Tabel 4.18 *Case Processing Summary* (X3)

	N	%
Cases Valid	96	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	96	100.0

Tabel 4.19 *Reliability Statistics* (X3)

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	7

Pada hasil pertama ditunjukkan pada tabel 4.18 diketahui data valid sebanyak 96, lalu hasil kedua tabel 4.19 adalah hasil uji reliabilitas yang didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,890 dengan jumlah pernyataan sebanyak 7. Karena nilai lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa indikator pada kualitas interaksi layanan adalah reliabel.

4. Kepuasan Pengguna (Y)

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas umumnya menggunakan batasan 0,6. Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik. Dalam penelitian ini hasil diterima apabila nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,6. Berikut adalah hasil uji reliabilitas dengan rumus *Cronbach Alpha*.

Tabel 4.20 *Case Processing Summary* (Y)

		N	%
Cases	Valid	96	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	96	100.0

Tabel 4.21 *Reliability Statistics* (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.950	12

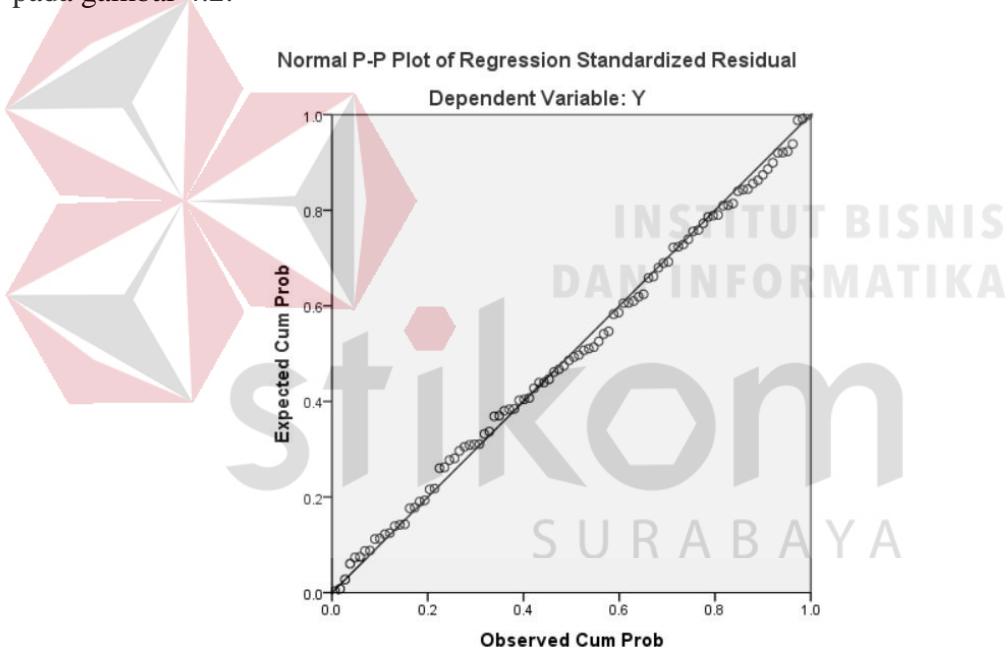
Pada hasil pertama ditunjukkan pada tabel 4.20 diketahui data valid sebanyak 96, lalu hasil kedua tabel 4.21 adalah hasil uji reliabilitas yang didapat nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,950 dengan jumlah pernyataan sebanyak 12. Karena nilai lebih dari 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa indikator pada kepuasan pengguna adalah reliabel.

4.9 Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan dengan alasan bahwa penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda yang berbasis *ordinary least square* (OLS), sehingga memerlukan uji asumsi. Dalam uji asumsi terdapat lima model pengujian, yaitu: uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, uji autokorelasi dan uji linearitas. Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian dengan jenis yang diangkat oleh peneliti menggunakan empat model uji asumsi, yaitu: uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji linearitas yang dianggap memenuhi syarat. Sehingga dalam penelitian ini hanya menerapkan empat model uji asumsi.

4.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji ini merupakan pengujian yang paling banyak dilakukan untuk analisis statistik parametrik. Dengan menggunakan metode grafik maka dapat dilihat penyebaran data pada sumber diagonal pada grafik normal P – P *Plot of regression standarized residual*. Dari grafik terlihat bahwa nilai *plot P-P* terletak disekitar garis diagonal, *plot P-P* tidak menyimpang jauh dari garis diagonal sehingga dapat diartikan bahwa distribusi data adalah normal. Hasil dari uji normalitas pada regresi dapat dilihat pada gambar 4.2.



Gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot

4.9.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan melihat nilai *Tolerance* dan VIF pada model regresi. Metode pengambilan keputusan yaitu jika semakin kecil nilai *Tolerance* dan semakin besar nilai VIF maka semakin mendekati terjadinya masalah multikolinearitas. Dalam kebanyakan penelitian menyebutkan bahwa jika *Tolerance* lebih dari 0,1 dan VIF kurang dari 10 maka

tidak terjadi multikolinearitas. Hasil dari uji multikolinearitas dengan menggunakan aplikasi SPSS terdapat pada tabel 4.22.

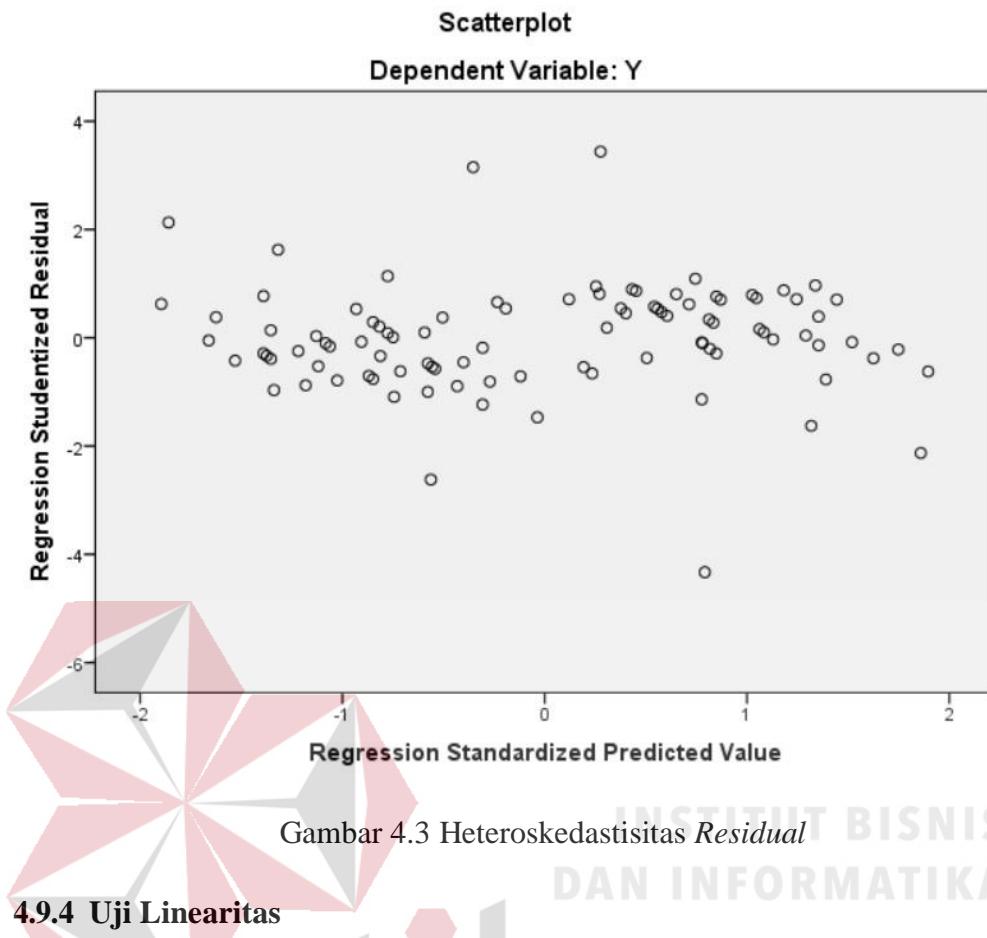
Tabel 4.22 Koefisien Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.920	1.253		3.928	.000		
X1	.194	.116	.145	1.669	.099	.158	6.315
X2	1.145	.056	.814	20.338	.000	.751	1.332
X3	.113	.120	.080	.945	.347	.166	6.022

Dari tabel 4.22 di atas dapat diketahui bahwa nilai *Tolerance* dari ketiga variabel independen lebih dari 0,1 dan nilai *VIF* kurang dari 10, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas pada model regresi.

4.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Asumsi heteroskedastisitas adalah asumsi dalam regresi dimana *varians* dari *residual* tidak sama untuk satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pola yang tidak sama ini ditunjukkan dengan nilai yang tidak sama antar gejala heteroskedastisitas, sedangkan adanya gejala *varians residual* yang sama disebut dengan homoskedastisitas. Salah satu uji untuk menguji heteroskedastisitas adalah dengan melihat penyebaran dari *varians residual*. Dari hasil uji heteroskedastisitas tersebut terlihat bahwa penyebaran *residual* adalah tidak teratur. Dengan hasil demikian, kesimpulan yang bisa diambil adalah bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, atau persamaan regresi memenuhi asumsi heteroskedastisitas. Hasil dari uji heteroskedastisitas menggunakan *Scatterplot* dengan menggunakan aplikasi SPSS dapat dilihat pada gambar 4.3.



4.9.4 Uji Linearitas

Metode pengambilan keputusan untuk uji linearitas yaitu jika signifikansi pada Linearity $> 0,05$ maka hubungan antara dua variabel tidak linear, dan jika signifikansi pada Linearity $< 0,05$ maka hubungan antara dua variabel dinyatakan Linear. Berikut ini adalah hasil dari uji linearitas item dengan menggunakan aplikasi SPSS.

Apabila nilai signifikansi dari nilai deviasi *linearity* diperoleh lebih besar dari 0,05 yang artinya terdapat hubungan linear secara signifikan.

1. Kualitas Kegunaan terhadap Kepuasan Pengguna

Pada tabel 4.23 dapat diketahui Signifikansi sebesar 0,139, dikarenakan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka artinya terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas kegunaan (X1) dengan variabel kepuasan pengguna (Y).

Tabel 4.23 Uji Linearitas Kualitas Kegunaan terhadap Kepuasan Pengguna

		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
Y*X1	Between Groups	1560.533	14	111.467	5.974	.000
	Linearity	1198.893	1	1198.893	64.249	.000
	Deviation from Linearity	361.640	13	27.818	1.491	.139
	Within Groups	1511.467	81	18.660		
	Total	3072.000	95			

2. Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna

Pada tabel 4.24 dapat diketahui Signifikansi sebesar 0,257, dikarenakan nilai signifikansi dari 0,05 maka artinya terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas informasi (X2) dengan variabel kepuasan pengguna (Y).

Tabel 4.24 Uji Linearitas Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna

		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
Y*X2	Between Groups	2235.030	14	159.645	15.450	.000
	Linearity	2066.280	1	2066.280	199.970	.000
	Deviation from Linearity	168.750	13	12.981	1.256	.257
	Within Groups	836.970	81	10.333		
	Total	3072.000	95			

3. Kualitas Interaksi Layanan terhadap Kepuasan Pengguna

Pada tabel 4.25 dapat diketahui Signifikansi sebesar 0,726, dikarenakan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka artinya terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel kualitas interaksi layanan (X3) dengan variabel kepuasan pengguna (Y).

Tabel 4.25 Uji Linearitas Kualitas Interaksi Layanan terhadap Kepuasan

Pengguna

		Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
Y*X3	Between Groups	2049.333	14	146.381	11.594	.000
	Linearity	1929.025	1	1929.025	152.788	.000
	Deviation from Linearity	120.308	13	9.254	.733	.726
	Within Groups	1022.667	81	12.626		
	Total	3072.000	95			

4.10 Analisis Regresi Linier Berganda

Proses menghitung regresi linear berganda ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS dan *output* dari perhitungan regresi linear berganda akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 4.26 *Output Variabel Regresi Entered/Removed*

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^b		Entered

Hasil pada tabel 4.26 menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan dan yang dikeluarkan dari model. Dalam hal ini semua variabel dimasukkan dan metode yang digunakan adalah *Enter*.

Tabel 4.27 *Output Regression Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Durbin-Watson	
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	.873 ^a	.762	.755	2.817	.762	98.346	3	92	.000	1.528

Nilai *Durbin-Watson* (DW) pada tabel summary digunakan untuk mendeteksi adanya gejala multikolinearitas. Aturan keputusannya adalah jika nilai DW lebih kecil dari minus dua (-2), maka dapat diartikan gejala autokorelasi positif. Jika nilai DW lebih besar dari dua (2), maka dapat diartikan terjadi gejala multikolinearitas negatif sedangkan jika nilai DW berada diantara minus dua (-2) sampai dua (+2), maka dapat diartikan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Dari tabel 4.27 terlihat bahwa nilai DW adalah 1,528 yang berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas.

Tabel 4.28 *Output Regression ANOVA*

Model	Sum of Squares	df	Mean Squares	F	Sig.
1 Regression	2341.778	3			
Residual	730.222	92			
Total	3072.000	95	780.593 7.937	98.346	.000 ^b

Hasil pengujian ANOVA dengan menggunakan uji F memperlihatkan nilai F hitung sebesar 98,346, dengan signifikansi adalah 0,00. Jika signifikansi kurang dari 0,05 maka ada pengaruh secara bersamaan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.29 *Output Regression Coefficients*

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	5.320	1.878		2.832	.006
X1	.440	.079	.329	5.570	.000
X2	.935	.184	.659	5.078	.000
X3	.029	.192	.020	.148	.882

Pada tabel 4.29 menjelaskan tentang uji t yaitu uji secara parsial, sedangkan signifikansi mengukur tingkat signifikansi dari uji t, ukurannya jika signifikansi kurang dari 0,05 maka ada pengaruh secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Dilihat pada tabel diatas bahwa untuk kualitas kegunaan (X1) nilai Sig sebesar 0,000 yang artinya menolak H_0 yang berarti variabel kualitas kegunaan (X1) signifikan secara statistik. Sedangkan untuk variabel kualitas informasi (X2) nilai Sig sebesar 0,000 yang artinya signifikan. Untuk variabel kualitas interaksi layanan (X3) nilai Sig sebesar 0,882 yang artinya menerima H_0 yang berarti variabel kualitas interaksi layanan (X3) tidak signifikan secara statistik.

Berdasarkan analisis koefisien determinasi atau R^2 (*R Square*) digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dari hasil tabel 4.27 *Output Regression Model Summary* dapat diketahui nilai R^2 (*Adjusted R Square*)

adalah 0,755. Jadi sumbangan pengaruh dari variabel independen yaitu 75,5% sedangkan sisanya sebesar 35,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

4.10.1 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Taraf signifikan yang digunakan adalah 0,05. Untuk hipotesis yang akan diajukan adalah sebagai berikut:

1. H_0 : Variabel kualitas kegunaan (*usability quality*), variabel kualitas informasi (*information quality*) dan variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).
2. H_1 : Variabel kualitas kegunaan (*usability quality*), variabel kualitas informasi (*information quality*) dan variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Selanjutnya adalah mencari F hitung dan F tabel. Berdasarkan tabel 4.28 *Output Regression ANOVA* diketahui nilai F hitung sebesar 98,346 dengan nilai signifikan 0,000. Untuk F tabel dapat dicari dengan melihat pada tabel f dengan signifikansi 0,05 dan menentukan $df_1 = k - 1$ atau $3 - 1 = 2$, dan $df_2 = n - k$ atau $96 - 3 = 93$ (n =jumlah data; k =jumlah variabel independen). Di dapat F tabel adalah sebesar 3,09. Jika apabila $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{Tabel}}$ maka H_0 diterima dan apabila $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}}$ maka H_0 ditolak.

Dapat diketahui bahwa $F_{\text{hitung}} (98,346) > F_{\text{Tabel}} (3,09)$ maka H_0 ditolak. Jadi kesimpulannya yaitu kualitas kegunaan (*usability quality*), kualitas informasi

(*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

4.10.2 Uji T

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Taraf signifikansi yang ditentukan adalah menggunakan nilai 0,05. Berikut adalah perhitungan uji t dari tiap variabel independen:

1. Kualitas Kegunaan (X1)

Diketahui t hitung dari kualitas kegunaan adalah 5,570 (pada tabel 4.29 *Output Regression Coefficients*), t tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $df = n-k-1$ atau $96-3-1 = 93$ (k adalah jumlah variabel independen). Didapat t tabel sebesar 1,985. Kesimpulan yang dapat diambil apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak. Dapat diketahui bahwa $t_{hitung} (5,570) > t_{tabel} (1,985)$ jadi H_0 ditolak, kesimpulannya yaitu kualitas kegunaan (X1) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y).

2. Kualitas Informasi (X2)

Diketahui t hitung dari kualitas informasi adalah 5,078 (pada tabel 4.29 *Output Regression Coefficients*), t tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $df = n-k-1$ atau $96-3-1 = 93$ (k adalah jumlah variabel independen). Didapat t tabel sebesar 1,985. Kesimpulan yang dapat diambil apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak. Dapat diketahui bahwa $t_{hitung} (5,078) > t_{tabel} (1,985)$ jadi H_0 ditolak, kesimpulannya yaitu kualitas informasi (X2) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y).

3. Kualitas Interaksi Layanan (X3)

Diketahui t hitung dari kualitas interaksi layanan adalah 0,148 (pada tabel 4.29 *Output Regression Coefficients*), t tabel dapat dicari pada tabel statistik pada signifikansi $0,05/2 = 0,025$ (uji 2 sisi) dengan $df = n-k-1$ atau $96-3-1 = 93$ (k adalah jumlah variabel independen). Didapat t tabel sebesar 1,985. Kesimpulan yang dapat diambil apabila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \geq -t_{tabel}$ jadi H_0 diterima. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ jadi H_0 ditolak. Dapat diketahui bahwa $t_{hitung} (0,148) < t_{tabel} (1,985)$ jadi H_0 diterima, kesimpulannya yaitu kualitas interaksi layanan (X3) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y).

Berdasarkan nilai koefisien variabel kualitas kegunaan (X1) adalah nilai b (X1) = 0,440, variabel kualitas informasi (X2) adalah nilai b (X2) = 0,935, dan variabel kualitas interaksi layanan (X3) adalah nilai b (X3) = 0,029. Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa variabel kualitas interaksi layanan (X3) tidak signifikan, maka persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = a + b_1(X_1) + b_2(X_2) + b_3(X_3)$$

$$Y = 5,320 + 0,440X_1 + 0,935X_2 + 0,029X_3$$

Dimana Y adalah variabel dependen yang diramalkan, a adalah konstanta, b (X1), b (X2), dan b (X3) adalah koefisien regresi, sedangkan X1, X2, dan X3 adalah variabel independen. Kesimpulan yang dapat diambil antara lain:

1. Nilai dari variabel kepuasan pengguna (Y) sebesar 5,320 berarti jika semua variabel bebas memiliki nilai nol (0) maka nilai variabel kepuasan pengguna (Y) sebesar 5,320.
2. Nilai 0,440 dan bertanda positif pada variabel kualitas kegunaan (X1) memiliki arti, apabila X1 dinaikkan 1 poin maka Y akan naik sebesar 0,440.

3. Nilai 0,935 dan bertanda positif pada variabel kualitas informasi (X2) memiliki arti, apabila X2 dinaikkan 1 poin maka Y akan naik sebesar 0,935.
4. Nilai 0,029 dan bertanda positif pada variabel kualitas interaksi layanan (X3) memiliki arti, apabila X3 dinaikkan 1 poin maka Y akan naik sebesar 0,029.

4.11 Pengaruh Kualitas Kegunaan terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel 4.29 kualitas kegunaan (X1) dengan koefisien sebesar 0,440 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y). Hal ini terbukti dari nilai thitung = 5,570 yang lebih besar dari ttabel = 1,985 atau nilai sig = 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan seluruh hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna sebuah *website* dipengaruhi oleh kualitas kegunaan (X1).

4.12 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel 4.29 kualitas informasi (X2) dengan koefisien sebesar 0,935 berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (Y). Hal ini terbukti dari nilai thitung = 5,078 yang lebih besar dari ttabel = 1,985 atau nilai sig = 0,000 yang lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan seluruh hasil pengujian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna sebuah *website* dipengaruhi oleh kualitas kegunaan (X1).

4.13 Pengaruh Kualitas Interaksi Layanan terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan tabel 4.29 kualitas interaksi layanan (X3) dengan koefisien sebesar 0,029 berpengaruh negatif terhadap kepuasan pengguna (Y). Hal ini terbukti dari nilai thitung = 0,148 yang lebih kecil dari ttabel = 1,985 atau nilai sig = 0,882 yang lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Berdasarkan seluruh hasil pengujian yang

telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna sebuah *website* tidak dipengaruhi oleh kualitas interaksi layanan (X3).

4.14 Pembahasan

Berdasarkan hasil rekapan kuesioner yang diperoleh dari 124 responden dan telah disortir menjadi 96 responden menunjukkan bahwa dari keempat variabel yaitu variabel kualitas kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, dan kepuasan pengguna sebagian besar responden cenderung menjawab setuju pada seluruh peryataan. Hal ini diketahui dari frekuensi jawaban responden dengan skor terbanyak pada skor 3 yaitu setuju.

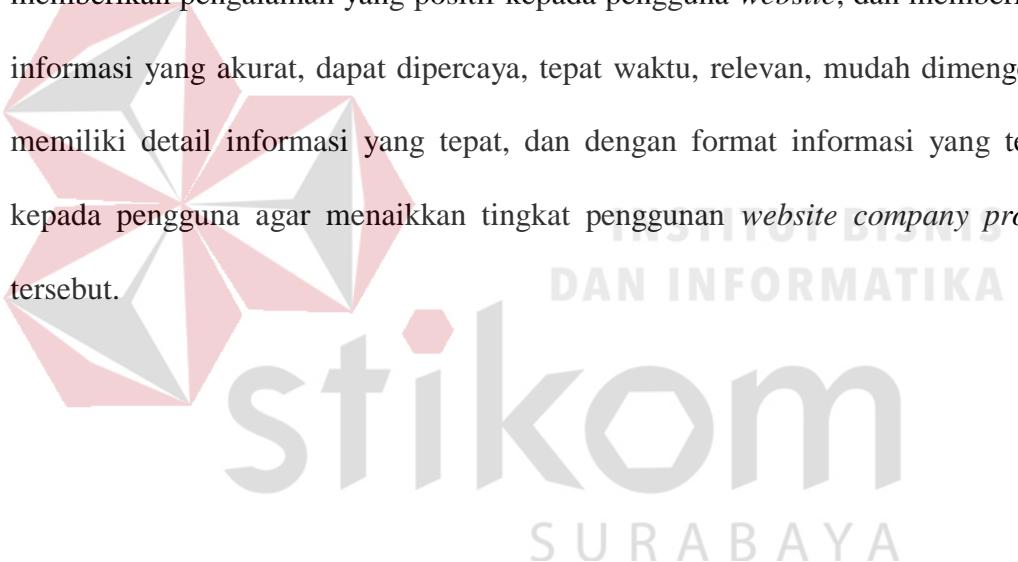
Berdasarkan hasil seluruh uji yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel kualitas interaksi layanan tidak berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna. Hal tersebut terjadi pada uji t dalam analisis regresi linear berganda. Hal tersebut dapat terjadi dikarenakan beberapa faktor yaitu pengisian kuesioner yang tidak konsisten sehingga jawaban menjadi bias, penyebaran kuesioner yang kurang luas karena hanya dilakukan di kota Surabaya, dan segmentasi responden yang hanya sebatas pekerja dan distributor PT.Wings Surya.

Berdasarkan hasil seluruh uji yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel kualitas kegunaan yang memiliki positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna. Hasil yang dapat disimpulkan adalah kepuasan pengguna terhadap sebuah *website* harus mudah untuk dipelajari dan dioperasikan serta memiliki tampilan atau desain yang menarik, sesuai jenis *website*, meyakinkan dan kompeten, serta memberikan pengalaman yang positif kepada pengguna *website*.

Berdasarkan hasil seluruh uji yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel kualitas informasi yang memiliki positif dan signifikan terhadap variabel

kepuasan pengguna. Hasil yang dapat disimpulkan adalah kepuasan pengguna terhadap sebuah *website* harus memberikan informasi yang akurat, dapat dipercaya, tepat waktu, relevan, mudah dimengerti, memiliki detail informasi yang tepat, dan dengan format informasi yang tepat.

Website company profile atau *website* yang menampilkan profil dari sebuah perusahaan terkadang mengalami gangguan masalah jaringan atau faktor alam yang tidak dapat diprediksi masih bisa dikatakan baik apabila memiliki tampilan atau desain yang menarik, sesuai jenis *website*, meyakinkan dan kompeten, serta memberikan pengalaman yang positif kepada pengguna *website*, dan memberikan informasi yang akurat, dapat dipercaya, tepat waktu, relevan, mudah dimengerti, memiliki detail informasi yang tepat, dan dengan format informasi yang tepat kepada pengguna agar menaikkan tingkat penggunaan *website company profile* tersebut.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian analisis pengaruh kualitas *website* terhadap kepuasan pengguna berdasarkan metode Webqual 4.0 pada *website* www.wingscorp.com menghasilkan kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas *website* dengan jenis *website company profile* secara keseluruhan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna, hal tersebut membuktikan bahwa untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pengguna dalam melakukan akses kedalam situs *website company profile* harus memperhatikan kegunaan, desain, informasi, kepercayaan dan empati dari pengguna *website*.
2. Variabel kualitas kegunaan (*usability quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website company profile*. Berdasarkan hasil yang didapatkan, diketahui bahwa variabel kualitas kegunaan terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Jadi dapat disimpulkan bahwa sebuah *website company profile* yang memberikan kepuasan kepada pengguna *website* harus mudah untuk dipelajari dan dioperasikan serta memiliki tampilan atau desain yang menarik, sesuai jenis *website*, meyakinkan dan kompeten, serta memberikan pengalaman yang positif kepada pengguna *website* untuk menaikkan kepuasan pengguna *website company profile* tersebut.

3. Variabel kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website company profile*. Berdasarkan hasil yang didapatkan, diketahui bahwa variabel kualitas informasi terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Jadi dapat disimpulkan bahwa sebuah *website company profile* yang memberikan kepuasan kepada pengguna *website* adalah *website* yang memiliki informasi yang akurat, dapat dipercaya, tepat waktu, relevan, mudah dimengerti, memiliki detail informasi yang tepat, dan dengan format informasi yang tepat untuk menaikkan kepuasan pengguna *website company profile* tersebut.
4. Variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *website company profile*. Penelitian ini menunjukkan bahwa responden dari karyawan dan distributor PT.Wings Surya tidak terlalu mempermasalahkan interaksi layanan pada *website*, misalnya reputasi, keamanan informasi pribadi, rasa personalisasi, penyampaian rasa komunitas, dan komunikasi dengan pihak manajemen atau *customer service*, hal tersebut dapat terjadi karena pengguna memiliki asumsi bahwa interaksi pelayanan dalam situs tidak dianggap penting atau jarang dimanfaatkan oleh pengguna.

5.2 Saran

Saran yang dapat peneliti sampaikan berdasarkan hasil penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Diharapkan untuk pengelola dan pemilik *website company profile* agar dapat lebih memperhatikan keseluruhan kualitas *website* agar dapat

mempertahankan atau meningkatkan kepuasan pengguna *website*, serta lebih memperhatikan pula pada bagian kualitas kegunaan dan kualitas informasi pada *website company profile* karena memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna *website*.

2. Untuk meningkatkan kualitas kegunaan *website* pengelola dan pemilik *website company profile* dapat menambahkan halaman *tutorial* atau panduan untuk pengguna *website* agar *website* mudah untuk dipelajari dan digunakan serta melakukan peningkatan pada tampilan *website* sesuai keinginan dan harapan pengguna seperti menerapkan *framework bootstrap* atau penerapan *website* berbasis HTML 5 agar dapat memberi kesan yang menarik kepada pengguna.
3. Untuk meningkatkan kualitas informasi *website* pengelola dan pemilik *website company profile* dapat memberikan informasi yang lebih detail dengan informasi yang akurat, terpercaya, dan terupdate sesuai informasi yang dimiliki oleh perusahaan supaya pengguna *website* merasa puas dalam melakukan akses kedalam *website*.
4. Untuk meningkatkan kualitas interaksi layanan *website* pengelola dan pemilik *website company profile* dapat menambahkan *link* menuju media sosial yang dimiliki perusahaan, menambahkan halaman *chatting* yang interaktif untuk menunjang hubungan pengguna dengan perusahaan dan layanan notifikasi pemberitahuan untuk pengguna agar dapat menarik perhatian pengguna supaya selalu memanfaatkan fasilitas interaksi layanan dalam *website* sehingga dapat meningkatkan pengaruh interaksi layanan terhadap kepuasan pengguna *website*.

5. Diusulkan agar dalam penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan jumlah populasi yang lebih besar dan tidak hanya terbatas pada responden pada wilayah Surabaya saja.
6. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambahkan kriteria penyortiran data responden apabila didapatkan jumlah responden yang lebih banyak dari jumlah sampel yang diperlukan, misalnya pengeluaran untuk dapat akses internet dalam 1 bulan, dan jumlah akses kedalam *website company profile* dalam 1 periode waktu tertentu. Dengan demikian hasil penelitian yang dilakukan berikutnya dapat lebih menguraikan fenomena dan menghasilkan penemuan yang lebih beragam.



DAFTAR PUSTAKA

- Adimihardja, Kusnaka dan Hikmat, R. Harry. 2003. *Participatory Research Appraisal: Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat*. Bandung: Humaniora.
- Agung, Iskandar. 2012. *Panduan Penelitian Tindakan Kelas bagi Guru*. Jakarta: Bestari Buana Murni.
- Al-Hakim, L. 2007. *Information Quality Management: Theory and Applications*. Hershey: Idea Group Publishing.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Barnes S, Vidgen R. 2003. *Measuring Website Quality Improvement: A Case study of the Forum on Strategic Management Knowledge Exchange*. Industrial Management and Data Systems.
- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Kerlinger, F.N. dan Lee, H.B. 2006. *Foundation of behavioral Research*. New York: Hartcourt College Publisher.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 11. Jakarta: Gramedia.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyasa, E. 2006. *Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Qudratullah, Mohammad Farhan. 2013. *Analisis Regresi Terapan: Teori, Contoh Kasus, dan Aplikasi dengan SPSS*. Yogyakarta: ANDI.

Ratna, Kutha Nyoman. 2012. *Teori, Metode, dan Teknik Penelitian Sastra*.

Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Riduan. 2005. *Skala Pengukuran Variabel–Variabel Penelitian*. Bandung:

Alfabeta.

Saefuddin, dkk. 2009. *Statistika Dasar*. Bandung: Grasindo.

Sekaran, Uma. 1992. *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi 4. Jakarta: Salemba

Empat.

Sekaran, Uma. 2003. *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*.

New York: John Wiley and Sons.

Statistik, Konsultan. 2009. *Uji Asumsi Klasik*.

[www.konsulanstatistik.com/2009/03/uji-asumsi-klasik](http://www.konsultanstatistik.com/2009/03/uji-asumsi-klasik). (diakses pada 13 Juli 2017).

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung:

Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: ANDI.

Xiao, Li and Dasgupta, Subhasish. 2002. *Measurement of User Satisfaction with*

Web-Based Information Systems: An Empirical Study. Eight Americas

Conference on Information Systems.

Yoo, B. and Donthu, N. 2001. *Developing and Validating a Multidimensional*

Consumer-Based Brand Equity Scale. *Journal of Business Research*. Vol. 52,

No. 1, pp. 1-14.

Zeithaml, V.A. Parasuraman, A. and Berry, L.L. 1990. *Delivering Quality Service.*

New York: The Free Press.

Zeithaml, Valarie A. Bitner, Mry Jo. 2000. *Services Marketing: Integrating*

Customer Focus across the Firm. Second Edition Hill. New York: McGraw.

