

**LAPORAN AKHIR
HIBAH BERSAING INTERNAL**



**EVALUASI WEBSITE DENGAN WEBQUAL 4.0 UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PENGGUNAAN
WEBSITE GKJW WARU**

Oleh:

Siswo Martono, S.Kom., M.M. (NIDN. 0726027101)

Florens Debora Patricia., M.Pd. (NIDN. 0720048905)

**SURAT PERJANJIAN PELAKSANAAN
PROGRAM HIBAH PENELITIAN INTERNAL
TAHUN ANGGARAN 2017
Nomor : 012/ST-PPM/KPJ/VI/2017**

Pada hari ini Selasa tanggal Tiga Belas bulan Juni tahun Dua ribu tujuh belas, kami yang bertanda tangan dibawah ini:

1. **Tutut Wuriyanto, M.Kom** : Kepala Bagian Penelitian & Pengabdian Masyarakat (PPM) Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, yang dalam hal ini bertindak sebagai penanggung jawab pelaksanaan Program Hibah Penelitian Internal Tahun Anggaran 2017 yang didanai Lembaga Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya. Untuk selanjutnya disebut **PIHAK PERTAMA**.
2. **Siswo Martono, S.Kom, M.M.** : Ketua Peneliti tahun anggaran 2017. Untuk Selanjutnya disebut **PIHAK KEDUA**.
PIHAK KEDUA mempunyai anggota peneliti sebagai berikut :
 - Florens Debora Patricia, M.Pd.

PIHAK PERTAMA dan PIHAK KEDUA secara bersama-sama telah bersepakat dan bekerjasama untuk menyelesaikan semua kegiatan Program Hibah Penelitian Internal Tahun Anggaran 2017 Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.

PIHAK PERTAMA memberi kepercayaan dan pekerjaan kepada PIHAK KEDUA, dan PIHAK KEDUA menerima pekerjaan tersebut sebagai ketua pelaksana program Hibah Penelitian Internal dengan judul: "Evaluasi Layanan Website GKJW Jemaat Waru Dengan Menggunakan Webqual 4.0"

PIHAK PERTAMA memberikan dana untuk kegiatan Hibah Penelitian Internal kepada PIHAK KEDUA sebesar Rp. 4.000.000,-. Hal-hal dan/atau segala sesuatu yang berkenaan dengan kewajiban pajak berupa PPN dan/atau PPh menjadi tanggung jawab PIHAK KEDUA dan harus dibayarkan ke kas Negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

PIHAK PERTAMA melakukan pembayaran secara bertahap kepada PIHAK KEDUA, yaitu termin pertama sebesar 50% Rp. 2.000.000,- diberikan setelah penandatanganan surat perjanjian ini, termin kedua sebesar 20% Rp. 800.000,- diberikan setelah laporan kemajuan pelaksanaan dan laporan penggunaan keuangan 70% diterima oleh bagian Penelitian & Pengabdian Masyarakat (PPM), termin ketiga sebesar 30% Rp. 1.200.000,- diberikan setelah laporan akhir, seminar, *log book*, laporan keuangan dan bukti publikasi di jurnal nasional diterima oleh bagian Penelitian & Pengabdian Masyarakat (PPM).

PIHAK KEDUA harus menyelesaikan tugas program Penelitian Hibah Bersaing selambat-lambatnya pada tanggal **10 November 2017**. Kelalaian atas kewajiban pengumpulan pada tanggal tersebut menyebabkan gugurnya hak untuk mengajukan usulan Penelitian pada tahun berikutnya.

PIHAK PERTAMA dapat melakukan kegiatan: (1) Melakukan pemantauan, (2) Melakukan evaluasi internal, (3) Melakukan audit penggunaan anggaran. Pihak KEDUA wajib memperlancar kegiatan yang dilakukan PIHAK PERTAMA.

PIHAK KEDUA wajib Menyelesaikan:

- Laporan Kemajuan (*Progress Report*) sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat **4 Agustus 2017**
- Seminar Laporan Akhir mulai **Oktober 2017** (Jadwal Seminar menyesuaikan).
- Laporan Akhir setelah diseminarkan dikumpulkan sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat **10 November 2017**
- Laporan Penggunaan Keuangan 100%, sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat **10 November 2017**
- Catatan Harian (*Log Book*) sebanyak 2 (dua) eksemplar, paling lambat **10 November 2017**
- *Softcopy* Laporan Akhir & Laporan Penggunaan Keuangan dalam bentuk *pdf* dikirim ke lppm@stikom.edu, paling lambat **10 November 2017**
- **Publikasi** hasil penelitian di **jurnal Nasional** & Bukti pemuatan publikasi Ilmiah, paling lambat **10 November 2017**

Demikian surat perjanjian dibuat, dipahami bersama dan dilaksanakan.

Pihak Pertama,



PENELITIAAN DAN PENGABDIAN
MASYARAKAT
stikom
SURABAYA

Tutut Wuriyanto, M.Kom

Surabaya, 13 Juni 2017

Pihak Kedua,



METERAI
TEMPEL
748567AEF289564584
6000
ENAM RIBU RUPIAH

Siswo Martono, S.Kom, M.M.

HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN HIBAH BERSAING INTERNAL

Judul Kegiatan : EVALUASI WEBSITE DENGAN WEBQUAL 4.0 UNTUK
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
PENGUNAAN WEBSITE GKJW WARU

Kode/Nama Rumpun Ilmu :708/DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Nama Peneliti

A. **Nama Lengkap** : Siswo Martono, S.Kom., M.M.
B. **NIDN** : 0726027101
C. **Jabatan Fungsional** : Asisten Ahli
D. **Program Studi** : S1 Desain Komunikasi Visual
E. **Nomor HP** : 0726027101
F. **Surel (e-mail)** : siswo@stikom.edu

Anggota Peneliti I

A. **Nama Lengkap** : Florens Debora Patricia, M.Pd
B. **NIDN** : 0720048905
C. **Reputasi Tinggi** : Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya

Durasi Penelitian Keseluruhan : 8 Bulan

Penelitian Tahun Ke : 1

Dana Penelitian Keseluruhan : Rp. 4.000.000



Surabaya, 23-11-2017
Ketua Peneliti,

(Siswo Martono)
NIP/NIK 950147

Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas segala karuniaNya sehingga laporan akhir penelitian dengan skema hibah bersaing internal dapat diselesaikan. Pada kesempatan ini tak lupa kami sampaikan rasa terimakasih kepada :

1. Rektor Institut Bisnis Dan Informatika Stikom Surabaya dan Kepala Bagian Penelitian dan pengabdian masyarakat, yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan penelitian. Tanpa ijin beliau, mustahil penelitian ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.
2. Dekan Institut bisnis dan Informatika stikom Surabaya, yang telah memberikan dorongan dalam kami melakukan penelitian ini
3. Rekan-rekan dosen di Institut Bisnis dan Informatikan Stikom Surabaya, khususnya anggota tim peneliti atas dukungan dan kerjasamanya.
4. Keluarga, atas segala dukungan, pengertian, serta kebersamaannya.

Akhir kata, kami sampaikan rasa terimakasih kepada semua pihak, yang telah membantu dan mendukung kegiatan penelitian ini. Tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, mustahil penelitian ini dapat dilaksanakan.

Surabaya, 4 Desember 2017

Peneliti

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI	iii
RINGKASAN	v
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	3
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.4. Luaran Penelitian	3
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Konsep Website	4
2.2. Kualitas Website (Webqual)	4
2.3. Dimensi Pengukuran <i>Website Quality</i>	5
2.4. Konten	6
2.5. <i>Information Quality</i>	7
2.6. Brand (Merek)	8
2.7. <i>User Satisfaction</i>	9
2.8. Model Penelitian	10
2.9. Hipotesis.....	11
BAB III. METODE DAN HIPOTESIS PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	13
3.2. Populasi dan Sampel	13
3.3. Teknik Pengumpulan Data	14
3.4. Variabel Penelitian	14
3.5. Instrumen Penelitian.....	15
3.6. Uji Coba Instrumen	16
3.7. Validitas Data.....	16
3.8. Realibilitas.....	17

3.9. Teknik Analisis Data	18
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Penyusunan <i>path analysis</i> dan <i>measurement</i> model	19
4.2. Pengujian Validitas Model	20
4.3. Uji Reliabilitas	21
4.4. Uji Kesesuaian.....	22
4.5. Uji Normalitas	22
4.6. Uji Validitas Indikator Variabel Kegunaan <i>Website (Usability)</i>	23
4.7. Analisis Deskriptif	25
4.8. Pengujian Hipotesis	27
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Desain Penelitian	29
5.2. Populasi dan Sampel	29
DAFTAR PUSTAKA	30

RINGKASAN

Website www.gkjlw-waru.or.id adalah salah satu situs menyajikan informasi yang terkait dengan *profile* Gkjlw jemaat Waru, jadwal kegiatan peribadatan, renungan harian, renungan anak, ringkasan kotbah ibadah minggu, berita gereja, warta jemaat serta galeri kegiatan dan lain-lain yang dilakukan jemaat. Jemaat Gkjlw Waru terdiri dari berbagai latar belakang, mulai dari lulusan sekolah dasar hingga perguruan tinggi yang berbagai profesi yang sebar di 12 wilayah di antaranya kecamatan waru, sedati, Gedangan dan Gayungan Surabaya yang terdiri dari warga dewasa, pemuda, remaja dan anak. Yang menjadi permasalahan adalah semua warga tertarik (awarre) untuk menggunakan *website* www.gkjlw-waru.or.id yang disediakan oleh pelayan harian majelis jemaat untuk meningkatkan pelayanan kepada warga.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengevaluasi *website* www.gkjlw-waru.or.id dengan menggunakan *webqual 4.0*. Variabel-variabel yang dievaluasi adalah *Usability Website*, *Service Interaction quality*, *Information quality*, *User satisfaction* dan *Brand awareness*. Subyek dalam penelitian ini adalah warga jemaat gkjlw jemaat Waru Sidoarjo. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan skala likers. Jumlah responden dalam penelitian ini sebesar 135 orang, dan yang layak untuk dianalisis 120 responden.

Hasil penelitian menyatakan bahwa *Usability Website* dan *Service Interaction quality* GKJW Jemaat Waru tidak berpengaruh terhadap *User satisfaction* (kepuasan) jemaat dalam menggunakan *website*, dan secara tidak langsung tidak mempengaruhi daya tarik (*Awareness*) jemaat mengakses *website* dalam mencari informasi pelayanan di GKJW Waru. Sedangkan *Information Quality* berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction* dengan persentase 72,5%, *User Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Brand Awareness* dengan persentase 78,7% dan *Information Quality* berpengaruh tidak langsung terhadap *Brand Awareness*, dengan persentase 57,1%.

Keyword : *Usability*, *service interaction*, *user satisfaction* dan *brand awareness*

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi berlangsung begitu cepat sehingga semua informasi akan tersebar keseluruh penjuru dunia dengan cepat, salah satunya adalah website. Secara terminologi *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di internet. *Website* atau Situs web dapat dipahami sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar diam atau gerak, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat dinamis maupun statis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*) (CV. Brilian Krisdatama, 2012). Teknologi website baru-baru ini banyak digunakan di kalangan organisasi bisnis maupun sosial.

Gereja Kristen Jawi Wetan Jemaat Waru (GKJW) adalah salah satu organisasi sosial keagamaan yang beralamat di Jl. S. Parman 37 Waru Kota Sidoarjo terus mengalami penambahan jumlah warganya. Hal ini di dasari oleh letak geografis GKJW Waru yang berada di perbatasan kota Surabaya dengan kawasan industri (SIER) serta dikelilingi oleh pemukiman-pemukiman baru. Seiring dengan dinamika perkembangan warga jemaat, dituntut untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada warga jemaatnya. Kegiatan ibadah umum hari minggu dilaksanakan sebanyak 4 kali, pukul 06.00, pukul 08.00, pukul 16.00 dan 18.00, sedangkan ibadah anak (balita, pratama, madya) diselenggarakan pukul 08.00 dan remaja diselenggarakan pukul 16.00. Jumlah warga 1.900 jemaat (Sumber data warga tahun 2017), rata-rata kehadiran jemaat di setiap ibadah minggu laki-laki 433 orang, perempuan 534 orang, majelis laki-laki 40 dan majelis perempuan 25 orang. Seringkali yang dijadikan alasan warga jemaat yang tidak hadir pada ibadah umum maupun kegiatan-kegiatan gerejawai lainnya karena tidak tahu jadwal kegiatan.

Website www.gkjw-waru.or.id memberikan pelayanan informasi seputar jadwal kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan, baik di gereja maupun di tingkat wilayah, profile GKJW Waru, berita jemaat GKJW sendiri, berita kristiani umum, informasi kesekretariatan. Renungan-renungan yang disediakan dalam website ini meliputi

Pancaran air hidup (PAH), renungan ibadah minggu, renungan kebaktian anak, Liturgi ibadah dan bahan-bahan pembinaan untuk kerohanian jemaat. Fasilitas download yang disediakan untuk warga diantaranya warta jemaat, leksionari, alkitab (bahasa indonesia , jawa) kidung jemaat, kidung pasamuhan, artikel-artikel kristiani dan formulir yang dibutuhkan oleh warga jemaat. Galeri berisikan foto-foto dan video kegiatan warga, selain itu website juga menyediakan informasi terkait link-link yang menjadi mitra GKJW waru, disediakan juga fasilitas untuk memberikan saran-saran dan masukan kepada Pelayan gereja.

Penggunaan website sebagai media untuk membaca jadwal kegiatan gerejawi, membaca artikel rohani, renungan harian warga dewasa, anak. Aplikasi berbasis website ini juga di gunakan untuk memberikan pengumuman-pengumuman yang diperlukan oleh warga jemaat. Pelayan harian majelis jemaat (PHMJ) memiliki komitmen yang sama yaitu memberikan pelayanan terbaiknya bagi warga jemaat dengan menyediakan informasi yang cukup jelas, *up to date*, dapat dipercaya, relevan, detail dan mudah dipahami oleh warga jemaat. Selain faktor penyediaan informasi kemudahan dalam mengoperasikan, navigasi, kemudahan menemukan tata letak informasi dan menemukan alamat menjadi dasar perancangan website gkjw waru. Memberikan jawaban akan kekhawatiran pengguna internet pada umumnya Dengan tersedianya layanan informasi lewat website Pelayan harian majelis jemaat (PHMJ) berharap akan pelayanan dalam bentuk informasi.

Penyediaan informasi kegiatan melalui website perlu di sosialisasikan kepada warga mengkomunikasikan kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan maupun sedang dilaksanakan. Sejauh ini kesadaran untuk menggunakan website dalam pencarian informasi kegiatan masih sangat kecil. Berdasarkan permasalahan yang tersebut penelitian yang akan di angkat adalah “Evaluasi website dengan webqual 4.0 untuk meningkat brand awareness penggunaan website gkjw jemaat Waru

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan permasalahan penelitian ini adalah bagaimana evaluasi website dengan webqual 4.0 untuk meningkatkan brand awareness penggunaan website GKJW jemaat waru. Sedangkan penyelesaian rumusan permasalahan penelitian tersebut melalui pertanyaan penelitian yang berisi sifat pengaruh pada masing-masing aspek yang menimbulkan rumusan permasalahan penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana cara meningkatkan *Brand Awareness* terhadap penggunaan website GKJW jemaat Waru
2. Bagaimana mengevaluasi desain website Gkjlw jemaat Waru dari persepsi pengguna yang berkaitan dengan penyajian informasi, penggunaan dan kemudahan dalam interaksi.
3. Bagaimana rekomendasi kepada pengelola website Gkjlw jemaat Waru perihal tindakan yang harus dilakukan meningkatkan penggunaan website.

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengevaluasi website dengan webqual 4.0 untuk meningkatkan *brand awareness* penggunaan website GKJW jemaat waru. Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness* penggunaan website GKJW Jemaat Waru.

1.4. Luaran Penelitian

Luaran penelitian yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian adalah jurnal nasional. Adapun jurnal nasional yang diharapkan dapat menjadi media publikasi dari penelitian ini Jurnal nasional yang belum terakreditasi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Konsep Website

Website merupakan ruang untuk melakukan penjelajahan di dunia maya dengan menggunakan browser, untuk memperoleh informasi yang sesuai dengan kebutuhan pemakai (O'Brien, 2006, p. 262). Secara terminologi *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di internet. *Website* atau Situs web dapat dipahami sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi, gambar diam atau gerak, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat dinamis maupun statis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*) (CV. Brilian Krisdatama, 2012).

Mengacu pada permasalahan tersebut diatas dapat di simpulkan bahwa internet merupakan gabungan dari beberapa halaman yang berisikan informasi baik yang berupa audio, video, text, image atau kombinasi dari beberapa unsur sehingga menjadi sebuah informasi yang dapat dipahami dengan jelas oleh pemakai.

2.2. Kualitas Website (*Webqual*)

Menurut <https://www.anugerahweb.com/> website dikatakan berkualitas apabila dalam perancangannya mudah di operasikan, aksesnya cepat, keamanannya terjamin, desainnya modern, user tidak terbatas, halaman tidak terbatas, beroperasi 24 jam selama satu minggu serta memberikan kepuasan terhadap penggunaanya. Levis , et al., 2008 mendefinisikan kualitas website adalah totalitas karakteristik dari suatu entitas yang menanggung kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan dan yang tersirat. Dari sini didapatkan dua teori yang mendefinisikan website dinyatakan berkualitas apabila 1: Secara umum di evaluasi karakteristik website tersebut, 2:Seberapa baik informasi yang di sajikan bisa memuaskan pemakai.

Terdapat beberapa versi dari model *WebQual* dimana setiap versi digunakan dalam penelitian yang berbeda yang disesuaikan dengan populasi dan kebutuhan penelitian yaitu sebagai berikut:

- *WebQual 1.0* , terdiri atas 4 dimensi yaitu *usefulness, easy of use, entertainment, dan interaction*. WebQual versi pertama ini kuat dalam dimensi kualitas informasi, tetapi lemah dalam *service interaction*.
- *WebQual 2.0* , terbagi dalam 3 area yang berbeda yaitu *quality of website, quality of information, dan quality of service interaction*. Pada webqual 2.0 dikembangkan aspek interaksi dengan mengadopsi kualitas pelayanan.
- *WebQual 3.0* diuji mengidentifikasi 3 dimensi atas kualitas website e-commerce yaitu *usability, information quality, dan quality of service interaction*.

WebQual 4.0 diperoleh dari pengembangan WebQual versi 1 sampai 3 dan juga disesuaikan dan dikembangkan dari SERVQUAL. WebQual 4.0 terdiri dari 3 dimensi yaitu *usability, information, dan interaction services*

2.3. Dimensi Pengukuran Website Quality

Terdapat beberapa dimensi pengukuran website quality. Dalam penelitian ini digunakan 3 dimensi untuk mengukur kualitas suatu website yaitu : Usability Website usability telah menarik banyak penelitian mengenai evaluasi website. Usability telah dianggap sebagai salah satu kriteria yang paling penting untuk mengukur dan mengevaluasi website ((Zimmerman and Muraski, 1995; Nielsen, 2000; Smith, 2001; Badre, 2002; Palmer, 2002) dalam (Byun & Finnie, 2011)). Website usability berkaitan dengan seberapa mudah dan intuitif website bagi individu untuk belajar menggunakan dan berinteraksi dengan website sehingga dengan cepat dan mudah menyelesaikan tugas mereka (Tarafdar & Zhang, 2005).

Nah and Davis (1989) dalam (N & Dastidar, 2009) mendefinisikan website usability dalam beberapa kriteria standar yaitu kemampuan menemukan cara seseorang mengelilingi website, untuk mencari informasi yang diinginkan, untuk mengetahui apa yang harus dilakukan selanjutnya, dan untuk melakukannya dengan sedikit usaha. Menurut Nielsen, Usability berarti bahwa website tersebut mudah dipelajari, dapat digunakan secara efisien, mudah untuk dihafal, memiliki sedikit kesalahan, secara subjektif memuaskan bagi pengguna. Website sangat bermanfaat mendukung pengguna dan memungkinkan pengguna untuk mencapai tujuan mereka dengan cepat, efisien, dan mudah (Byun & Finnie, 2011).

Instrumen yang terdiri dari navigasi, kustomisasi dan personalisasi, kecepatan download, aksesibilitas, dan kemudahan penggunaan, memberikan ukuran yang lebih valid dan lebih kuat dari *website usability* ((Pearson et al. (2007) dalam (N & Dastidar, 2009)). Berdasarkan beberapa definisi *usability* diatas, maka disimpulkan secara garis besar bahwa *usability website* berkenaan dengan bagaimana pengguna dapat dengan cepat dan mudah mencapai tujuannya dalam *website*. Hal ini berkaitan dengan atribut *easy of use* (mudah digunakan) dan *usefulness* (kegunaan) dari sebuah website– Lipatan terbalik (reverse tuck)

- Dasar menutup sendiri (auto-lock bottom)
- Model pesawat terbang (airplane style)
- Model lipatan lurus
- Model perekatan ujung (seal end)
- Model perkakas dasar (hardware bottom)

Dari keenam model dasar ini dikembangkan model-model lain yaitu :

- Model mailing locks
- Perekatan ujung dengan telinga van Buren
- Model Cracker
- Perekatan ujung yang dapat menutup
- Breakaway fliptop
- Model kemasan es krim

2.4. Konten

Dalam (Byun & Finnie, 2011), disebutkan bahwa *Content* mempunyai peranan dalam memotivasi pengguna untuk mengunjungi website kembali. Desain konten mengukur apakah konten tersebut atraktif dan mudah di baca. Agarwal dan Venkatesh (2002) dalam (N & Dastidar, 2009) menyatakan hal serupa yaitu konten dari sebuah *website* memainkan peranan yang signifikan dalam menentukan sikap konsumen terhadap *website*. Dalam (Loiacono, et al., 2002) terdapat dimensi *entertainment* dalam pengukuran kualitas website yang didalamnya meliputi daya tarik visual (*visual appeal*), inovasi (*inovativeness*), dan daya tarik emosional (*emotional appeal*). Dimensi *entertainment* ini mencerminkan ekspektasi pengguna website mengenai informasi yang dikirim atau disampaikan dengan cara yang menghibur. Berbagai hal yang telah disebutkan diatas mengenai *content* dan juga *entertainment* mengacu pada desain yang

disajikan dalam website sehingga pada akhirnya akan menarik pengguna untuk mengunjungi dan menggunakannya. *Content* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah berhubungan dengan desain terhadap *website* yang dapat meliputi warna, *font*, pengelompokan menu pilihan, gambar, konsistensi desain per halaman, dan lain sebagainya yang akan memberikan suatu pengalaman yang menyenangkan bagi pengguna.

2.5. *Information Quality*

Menurut Olson J.E. dalam (Levis , et al., 2008) secara teknis, informasi yang memenuhi semua persyaratan adalah informasi yang berkualitas. Menurut (Yaghoubi, et al., 2011), *Information Quality* mengacu pada kualitas konten *website* dan relevansi informasi terhadap tujuan pengguna, misalnya, tingkat akurasi, konteks, format/bentuk, dan relevansi informasi. Jadi dapat disimpulkan bahwa *Information Quality* berkenaan dengan kualitas dari informasi baik dalam hal akurasi, relevansi, konteks, maupun bentuk penyajiannya.

McKinney, Yoon dan Zahedi (2002) mengidentifikasi *understandability* (dapat dimengerti), *reliability* (kehandalan), dan *usefulness* (kegunaan) dari informasi sebagai dimensi kunci dari kualitas informasi.

- *Understandability* adalah sejauh mana informasi tersebut dapat dengan mudah dipahami oleh pengguna. Ini mengukur seberapa baik sebuah website menyajikan informasi sehingga menjadi jelas, bermakna, dapat diinterpretasikan dan dapat dipahami. Jadi, tergantung pada format atau bentuk informasi serta keringkasannya dan konsistensi representasionalnya.
- Informasi yang reliabel berarti bahwa informasi tersebut valid. Kehandalan dapat dipastikan hanya bila beberapa persyaratan terpenuhi. Misalnya, jika informasi itu akurat, *up-to-date*, dan objektif serta berasal dari sumber resmi maka informasi tersebut dapat dianggap *reliable* atau handal. Xiao dan Dasgupta (2002) menemukan bahwa ketepatan waktu dan akurasi dari informasi memainkan peranan penting dalam pembentukan kepuasan.
- Kemudian informasi yang berguna berarti bahwa informasi tersebut dapat digunakan secara efektif untuk tujuan tertentu. Dengan kata lain *usefulness* (kegunaan) memberikan pengguna *website* kemampuan untuk menggunakan

informasi untuk tujuan mereka. Oleh karena itu, adalah penting bahwa informasi tersebut lengkap, relevan, dan mencakup semua rincian yang diperlukan, sehingga pengunjung dapat memanfaatkannya.

McKinney et al. (2002) menyimpulkan bahwa kualitas informasi yang lebih baik akan meningkatkan kepuasan dengan pengalaman online. Turban and Gehrke (2000) juga menekankan bahwa kualitas informasi *website* menentukan apakah konsumen akan tertarik atau melayang jauh dari sebuah *website* (Kabadayi & Gupta, 2011).

2.6. Brand (Merek)

Merek (Brand) Merek diartikan sebagai sebuah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasinya, yang dimaksudkan untuk dapat mengidentifikasi barang atau jasa dari beberapa produsen atau penjual serta membedakan suatu merek tersebut dengan para pesaingnya (Kotler, Philip & Keller K.L. 2013).

2.6.1. Mengelola Merek (*Managing Brand*)

Perusahaan harus dapat mengelola brand atau merek dengan cermat. Beberapa cara yang dapat dilakukan dalam mengelola suatu merek yang pertama yaitu positioning merek harus terus dikomunikasikan kepada konsumen. Kedua, perusahaan harus mengaudit kekuatan dan kelemahan merek mereka secara berkala.

2.6.2. Kesadaran Merek (*Brand Awareness*)

Kesadaran merek merupakan kemampuan konsumen untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa sebuah merek tersebut merupakan bagian dari kategori produk tertentu (Purwanto, Edi; Hadiwidjojo, Djumilah dan Ratnawati, Kusuma. (2013). Preferensi Merek Sebagai Pemediasi Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Konsumen .

Piramida kesadaran merek dari tingkat rendah sampai tingkat tinggi adalah sebagai berikut .

- a. Unaware of Brand Pada tahapan ini pelanggan merasa ragu atau tidak yakin apakah sudah mengenal merek yang disebutkan atau belum. Tingkatan ini yang harus dihindari oleh perusahaan.

- b. Brand recognition Pada tahapan ini, pelanggan mampu mengidentifikasi merek yang disebutkan.
- c. Brand recall Pada tahapan ini, pelanggan mampu mengingat merek tanpa diberikan stimulus.
- d. Top of mind Pada tahapan ini, pelanggan mengingat merek sebagai yang pertama kali muncul di pikiran saat berbicara mengenai kategori produk tertentu.

2.7. User Satisfaction

Pada umumnya kepuasan pengguna sering diartikan sebagai perbedaan antara harapan (*expectation*), dengan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dari suatu produk. Kepuasan adalah keadaan subjektif dari kepuasan. Ini adalah pernyataan dimana orang merasa senang dengan pencapaian mereka dengan beberapa usaha (Yamin & Ramayah, 2011). (Supranto, 2006, p. 233) menyatakan bahwa kepuasan adalah tingkat seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Menurut (Armstrong, et al., 2006, p. 13) kepuasan adalah perasaan seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dalam kaitannya dengan harapannya. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pengguna akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi, pengguna akan puas. Dalam (N & Dastidar, 2009) disebutkan bahwa kepuasan adalah serangkaian reaksi bias yang dimiliki pengguna ketika menggunakan *website*. *Website* harus menyenangkan untuk digunakan dan dilihat. Persepsi pengguna atas kesenangan mempengaruhi mereka dalam :

- Anggapan mudah digunakan
- Motivasi untuk belajar bagaimana menggunakan *website*
- Keyakinan dalam keandalan isi informasi
- Niat/kemauan di masa mendatang
- Rekomendasi

Kepuasan terhadap *website* mengacu pada pemenuhan kebutuhan dan ekspektasi konsumen pada *website*. Keseluruhan persepsi kepuasan biasanya menghasilkan keseluruhan sikap positif terhadap *website* (Szymanski and Hise (2000) dalam (Kabadayi & Gupta, 2011).

Berdasarkan (Byun & Finnie, 2011), pengukuran tingkat kepuasan pengguna diambil berdasarkan penelitian Spool et al yang meliputi :

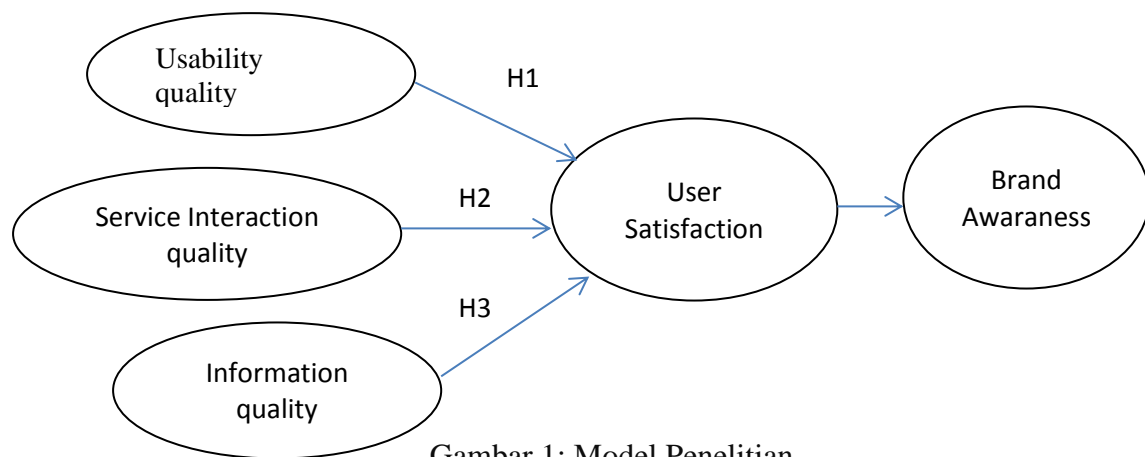
- *Physical Fatigue* : berkenaan dengan kelelahan fisik yang dialami pengguna dalam menggunakan *website*.
- *Confusing during the task* : mengenai tingkat kebingungan dalam melakukan tugas dalam *website*.
- *Degree of stress after finding the correct answer* : mengenai derajat stress yang dirasakan oleh pengguna setelah menemukan apa yang dicari.
- *Actual speed of tasks* : mengenai kecepatan *website* dalam melakukan tugas yang diminta pengguna.
- *Satisfaction about the quality of information provided* : mengenai kepuasan pengguna atas kualitas informasi yang disediakan.
- *Attitude about proceeding to another task after completing a task* : mengenai sikap pengguna untuk melakukan tugas lain dalam *website*.

Pada penelitian ini, konsep mengenai *user satisfaction* dianggap berdasarkan pandangan bahwa pengguna tidak lelah saat melakukan tugas di *website*, senang untuk melanjutkan tugas, dan bersedia untuk melakukan tugas berikutnya, serta pengguna mencapai tujuannya dengan baik dalam *website*.

2.8. Model Penelitian

Evaluasi terhadap website www.gkjlw-waru.or.id untuk memahami sampai sejauh mana persepsi jemaat dalam terhadap kualitas layanan website. Studi literatur diperlukan untuk memberikan landasan teori terkait dengan permasalahan tersebut untuk menentukan model serta variable-variabel penelitiannya. Setelah menentukan model penelitiannya dan mengetahui variable-variabel yang terkait, langkah selanjutnya adalah pengumpulan data penelitian yaitu dengan mendesain kuesioner dan menyebarkannya pada populasi atau sampel yang telah ditentukan. Dan kuesioner yang telah disebarkan dikumpulkan kembali untuk kemudian dilanjutkan pada tahap berikutnya yaitu tahap analisis. Pada penelitian ini, digunakan 2 metode analisis yaitu analisis PLS-SEM dan analisis Important Performance Analysis (IPA) atau yang biasa disebut dengan GAP analisis. Dimana pada tahap analisis menggunakan PLS-SEM, terdapat pengujian validitas dan reliabilitas terhadap hasil kuesioner terlebih dahulu. Kemudian tahap analisis selesai dilakukan, langkah berikutnya adalah menginterpretasikan hasil analisis

sehingga dapat diketahui rekomendasi apa yang dapat diberikan untuk permasalahan yang ada. Dan pada akhirnya akan dibuat simpulan dan saran atas penelitian ini.



Gambar 1: Model Penelitian

Dari gambar model penelitian diatas terdiri dari 3 variabel yang akan digunakan dalam melakukan evaluasi terhadap kualitas website www.gkjlw-waru.or.id. Analisis akan dilakukan untuk mengetahui korelasi antara variabel satu dengan variabel yang lain.

2.9. Hipotesis

Berdasarkan pada model penelitian diatas dapat dikembangkan hipotesis untuk pengujian sebagai berikut :

- H1: Pengujian mengenai *Usability Quality* berpengaruh terhadap *User Satisfaction* di *gkjlw waru*:
- Ho : *Usability Quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *User Satisfaction* pada website *gkjlw-waru.or.id*
- Ha : *Usability Quality* memiliki pengaruh terhadap *User Satisfaction* pada website *gkjlw-waru.or.id*
- H2 : Pengujian mengenai *Service Interaction Quality* berpengaruh terhadap *Satisfaction* pada website *gkjlw-waru.or.id*
- H3: Pengujian mengenai *Information Quality* berpengaruh terhadap *Satisfaction* pada website *gkjlw-waru.or.id*
- Ho: *Information Quality* tidak memiliki pengaruh terhadap *User Satisfaction* pada website *gkjlw-waru.or.id*
- Ha : *Information Quality* memiliki pengaruh terhadap *User Satisfaction* pada

website gkpw-waru.or.id

- H4 : Pengujian *User Satisfaction* berpengaruh terhadap *brand Awareness* penggunaan website Gkpw waru
- Ho : *User Satisfaction* tidak memiliki pengaruh terhadap *brand awareness* penggunaan website gkpw
- Ha : *User Satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *brand awareness* penggunaan website gkpw

BAB III

METODE DAN HIPOTESIS PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengevaluasi website www.gkjw-waru.or.id dengan menggunakan webqual 4.0 untuk meningkatkan brand awareness. Yang menjadi subyek dalam penelitian ini adalah warga jemaat gkjw jemaat Waru Sidoarjo. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan skala likers. Validitas yang digunakan untuk menguji alat ukur dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu salah satu tipe validitas yang menunjukkan sejauh mana tes mengungkap konstruk teoritis yang hendak diukur (Azwar, 2002). Uji validitas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan teknik Korelasi Product Moment Pearson, yaitu dengan mengkorelasikan skor tiap-tiap item dengan skor total dalam skala. Sedangkan Uji reliabilitas dalam penelitian menggunakan Teknik Alpha Cronbach (Azwar, 2002). Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda (multiple regression), yaitu untuk menganalisis pengaruh tingkat intelegensi dan motivasi belajar sebagai variabel independen terhadap variabel prestasi akademik sebagai variabel terikat.

3.2 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti. Populasi menggambarkan berbagai karakteristik subjek penelitian untuk kemudian menentukan pengambilan sampel. Berdasarkan pemahaman tersebut, maka penentuan populasi dalam penelitian ini adalah warga jemat gkjw waru, tetapi akan digunakan semua.

b. Sample

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan mampu mewakili populasi dalam penelitian. Teknik pengambilan sampling pada penelitian ini adalah menggunakan simple random sampling dimana populasi di pilih secara acak dengan menggunakan rumus :

Rumus Slovin

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

di mana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan, misalnya 10%.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan kuesioner, dimana yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner kualitas website gkju waru. Kuesioner tersebut berisi identitas subjek yang terdiri dari nama, Umur, jenis kelamin, dan tanggal pengisian kuesioner tersebut. Karena banyaknya responden dalam penelitian ini, maka angket yang digunakan adalah angket tertutup, sehingga responden hanya memilih jawaban yang telah disediakan.

3.3 Variabel penelitian

Variabel adalah sesuatu yang membedakan atau memvariasikan nilai [sekarang] , nilai tersebut dapat berbeda untuk waktu yang berbeda meskipun ditujukan pada objek atau orang-orang yang sama.

Tabel 3.1 konstruk variabel penelitian

Konstruk	Variabel	Kode
Kegunaan Website (<i>Usability</i>)	Website Gkju Waru mudah dioperasikan.	X11
	Website Gkju Waru mudah di akses	X12
	Website Gkju Waru mudah digunakan	X13
	Website Gkju Waru memiliki tampilan & tata letak isi menarik	X14
	Desain Website sesuai dengan organisasi gereja	X15
	Website Gkju Waru memberikan pendidikan kerohanian	X16
Kualitas Informasi dalam Website (<i>Information quality</i>)	Website Gkju Waru memberikan informasi jadwal kegiatan secara akurat.	X21
	Website Gkju Waru memberikan informasi yang dapat di percaya.	X22
	Website Gkju Waru memberikan informasi yang tepat waktu/ up to date.	X23
	Website Gkju Waru memberikan informasi secara lengkap	X24
	Website Gkju Waru memberikan informasi yang mudah dipahami	X25
	Website Gkju Waru memberikan informasi dalam format yang sesuai kebutuhan	X26
Kualitas Interaksi dengan Website (<i>Service Interaction</i>)	Website Gkju Waru memiliki reputasi yang baik.	X31

	Website Gkjlw Waru memberi rasa aman saat download file/warta jemaat dan artikel-artikel kerohanian	X32
	Website Gkjlw Waru memberikan kesan menarik minat/ perhatian	X33
	Website Gkjlw Waru memberikan kesan komunitas	X34
	Mudah berkomunikasi dengan pihak admin website melalui email atau buku tamu	X35
Kepuasan menggunakan Website (<i>User Satisfaction</i>)	Saya merasa puas dalam menggunakan website Gkjlw Waru dalam pemenuhan kebutuhan informasi jadwal ibadah, renungan harian, warta jemaat, dll	X41
	Saya merasa puas atas informasi yang disediakan dan diberikan website Gkjlw Waru.	X42
	Saya merasa puas dengan pelayanan yang disediakan dan diberikan website Gkjlw Waru.	X43
Kesadaran Menggunakan Website (<i>User Awareness</i>)	Saya akan menggunakan website Gkjlw Waru untuk melihat jadwal ibadah dan kegiatan gereja lainnya	X51
	Saya akan menggunakan website Gkjlw Waru mencari renungan harian/artikel pembinaan kerohanian	X52
	Saya akan merekomendasikan kepada saudara/teman/rekan kerja yang seiman untuk menggunakan website Gkjlw Waru untuk mencari renungan harian, warta jemaat, berita kristiani, dll.	X53
	Saya akan mengingatkan admin website jika terlambat dalam melakukan update informasinya.	X54

3.4 Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen kuesioner untuk mengumpulkan data data responden. Pengisian kuesioner dibagikan pada setiap wilayah (12 wilayah), dimana setiap wilayah diambil 10 responden. Pengukuran variabel menggunakan skala likert, yang terdiri dari 5 jawaban, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) dengan , Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S) dan Sangat Setuju (SS). *Scoring* terhadap jawaban sangat setuju 5, setuju 4, netral 3, tidak setuju 2 dan sangat tidak setuju 1.

Tabel 3.2 Bobot penilaian jawaban responden

Jawaban	Singkatan	Nilai
Sangat tidak setuju	STS	1
Tidak setuju	TS	2
Netral	N	3
Setuju	S	4
Sangat setuju	SS	5

3.5 Uji Coba Instrumen

Uji coba instrumen merupakan suatu tindakan yang dilakukan dalam penelitian kuantitatif guna menguji keabsahan dari instrumen yang dipergunakan. Pengujian dilakukan dengan cara melakukan penelitian uji coba baik dengan sampel yang sama maupun sampel yang berbeda namun dengan karakter yang sama. Sebagai hasil dari uji coba ini, akan diperoleh butir-butir soal instrumen yang tepat maupun yang kurang tepat sehingga dinyatakan gugur.

Pengujian instrumen dalam penelitian ini meliputi validitas dan reliabilitas dari item angket yang ada. Apabila butir soal yang ada tidak valid ataupun tidak reliable, maka butir soal tersebut dinyatakan gugur. Apabila terdapat butir soal yang gugur karena tidak valid maupun reliable, maka peneliti harus dapat menggantinya dengan item yang baru.

3.6 Validitas Data

Validitas merupakan suatu bentuk tingkatan kemampuan sebuah tes dalam penelitian dalam mengukur cakupan substansi yang ingin diukur. Validitas mengacu pada pengukuran yang benar melalui instrumen yang benar. Dalam penelitian, validitas dibagi empat macam, antara lain:

a. Validitas Isi (*Content Validity*)

Untuk mendapatkan validitas isi dibutuhkan dua aspek penting yakni validitas isi dan validitas teknis samplingnya. Validitas isi mencakup hal yang berkaitan dengan kemampuan item dalam pertanyaan tes. Sedangkan validitas sampling menunjukkan kemampuan suatu sampel tes merepresentasikan total cakupan isi.

b. Validitas Konstruksi (*Construct Validity*)

Validitas konstruksi merupakan tingkatan atau derajat kemampuan suatu tes untuk dapat mengukur wujud dan bentuk dari sebuah konsep. Proses melakukan validasi

konstruk dapat dilakukan dengan hipotesis testing yang direduksi dari teori konstruk yang relevan.

c. Validitas Konkuren (*Concurrent Validity*)

Validitas konkuren merupakan kemampuan atau derajat suatu tes tertentu untuk dapat dikorelasikan dan dihubungkan dengan tes lain. Validitas konkuren ditentukan dengan membangun analisis hubungan atau perbedaan diantara kedua tes yang bersangkutan.

d. Validitas Prediksi (*Predictive Validity*)

Validitas prediksi adalah suatu derajat kemampuan suatu tes untuk dapat memprediksi bagaimana seseorang dalam melakukan suatu tugas atau pekerjaan yang direncanakan. Validitas prediksi suatu tes pada umumnya ditentukan dengan membangun antara skor tes dan beberapa ukuran keberhasilan dalam situasi tertentu yang digunakan untuk memprediksi keberhasilan.

Untuk menguji validitas alat ukur, peneliti menggunakan teknik Product Moment dari Karl Pearson. Menurut Azwar (2006) koefisien validitas dapat dianggap memuaskan apabila melebihi $r_{xy} = 0,30$ sehingga hanya item-item yang mempunyai total korelasi lebih dari $r_{xy} = 0,30$ yang dianggap valid. Validitas yang digunakan untuk menguji alat ukur dalam penelitian ini adalah validitas konstruk, yaitu salah satu tipe validitas yang menunjukkan sejauhmana tes mengungkap konstruk teoritis yang hendak diukur (Azwar, 2002). Rumus product moment adalah sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{\Sigma YX - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\dots}$$

3.7 Reliabilitas

Reliabilitas dapat disebut sebagai nilai konsistensi instrumen penelitian. Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sehingga alat pengumpul data instrumen tersebut sudah baik. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda (multiple regression). Uji reliabilitas dalam penelitian menggunakan rumus Alpha Cronbach (Azwar, 2002), yaitu sebagai berikut.

Untuk mengetahui konsistensi alat ukur, maka dilakukan uji reliabilitas. Teknik yang digunakan untuk mendapatkan konsistensi dari alat ukur ini yaitu teknik Alpha Cronbach. Menurut Azwar (2006) secara teoritik, besarnya koefisien reliabilitas berkisar antara 0 sampai dengan 1,00. Koefisien reliabilitas yang sempurna mempunyai nilai koefisien sebesar 1,00.

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, kegiatan analisis data terbagi menjadi dua yakni kegiatan mendeskripsikan data dan melakukan uji statistik (*inferensi*). Kegiatan mendeskripsikan data adalah menggambarkan data yang ada guna memperoleh bentuk nyata dari responden, sehingga lebih mudah dimengerti peneliti atau orang lain yang tertarik dengan hasil penelitian yang dilakukan. Kegiatan mendeskripsikan data dapat dilakukan dengan pengukuran statistik deskriptif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

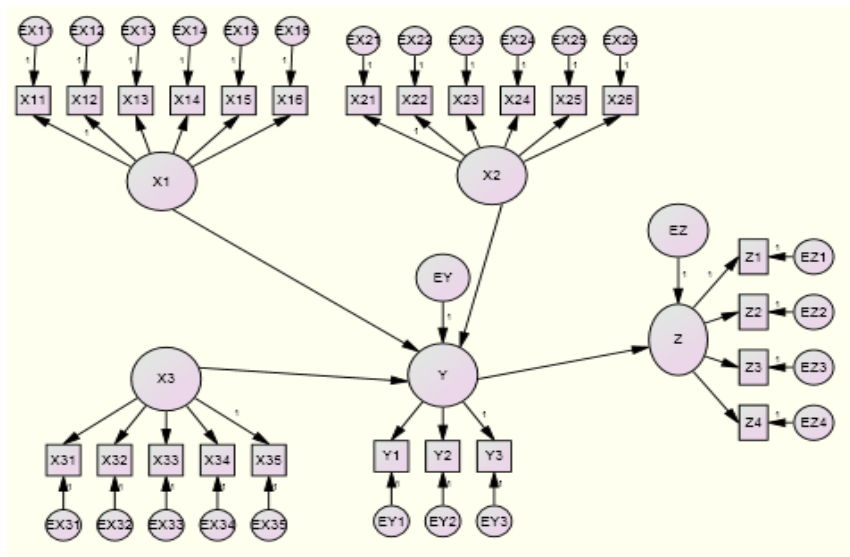
Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Yang menjadi subyek responden dalam penelitian ini adalah warga GKJW jemaat Waru yang tersebar di wilayah 1 sampai wilayah 12. Jumlah responden dalam penelitian ini sebesar 135 orang. Berdasarkan hasil pengisian kuesioner, data responden yang layak dianalisis terlihat pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1. Data responden

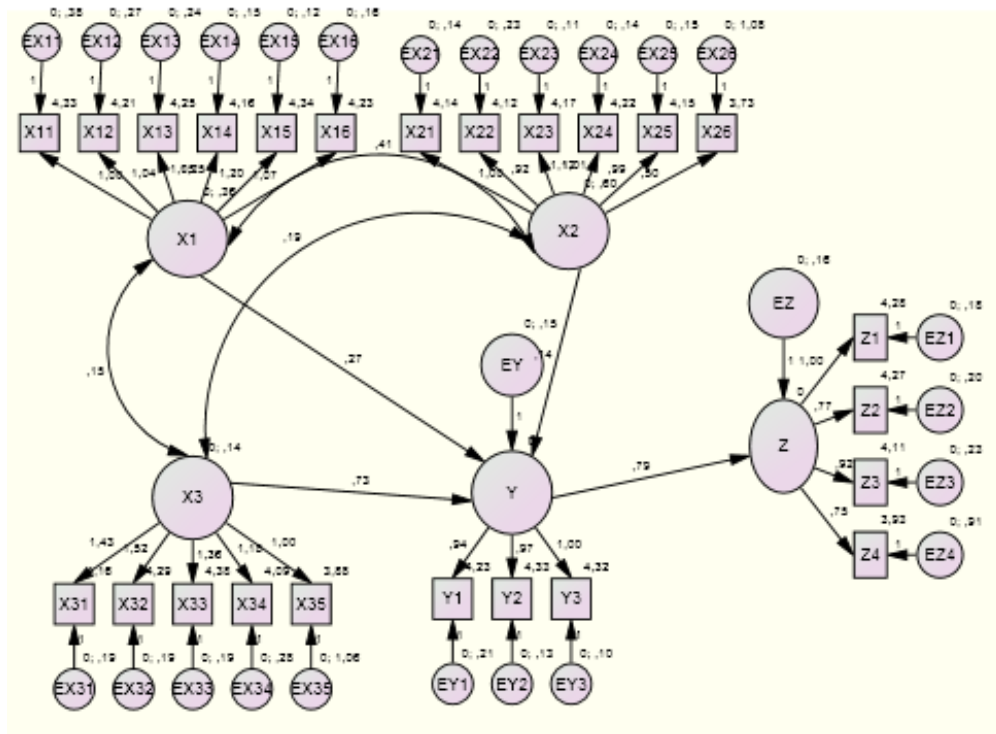
Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Kuesioner yang memenuhi syarat	120	88,9 %
Kuesioner tidak lengkap pengisiannya	9	6,66 %
Kuesioner yang tidak valid	6	4,44 %
Jumlah		100 %

Berdasarkan pengisian kuesioner yang dinyatakan lengkap dan layak untuk dianalisis sebesar 120 responden atau 88,9 % , responden yang mengisi kuesioner tidak lengkap sebesar 9 responden atau 6,66 % , sedangkan kuesioner yang dinyatakan tidak valid , karena dalam mengisi ada yang dipilih lebih dari satu dan identitas tidak jelas, sebesar 6 responden atau 4,44 %.

4.1. Penyusunan *path analysis* dan *measurement model*



Gambar 4.1. *Path analysis* model penelitian



Gambar 4.2. Model Struktural penelitian

4.2. Pengujian Validitas Model

Untuk mengetahui *unobserved variable* dapat diukur dengan menggunakan konstruk *observed variable* melalui *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) atau biasa disebut dengan analisis faktor. Apabila nilai factor loading dari tiap konstruk lebih dari 0,5 ($\lambda > 0,5$), maka dapat dinyatakan valid, atau dengan kata lain bahwa *unobserved variable* dapat diukur dengan menggunakan masing-masing konstruk *observed variable*.

Hasil pengujian validitas dapat ditunjukkan pada table 4.2.

Tabel 4.2 Loading faktor indikator

Konstruk	Kode	Loading faktor
<i>Usability quality</i>	X11	0.789
	X12	0.853
	X13	0.842
	X14	0.879
	X15	0.905
	X16	0.847
<i>Service Interaction quality</i>	X21	0.918
	X22	0.889
	X23	0.874
	X24	0.863
	X25	0.914
	X26	0.582
<i>Information quality</i>	X31	0.778
	X32	0.721
	X33	0.729
	X34	0.837
	X35	0.706

<i>User Satisfaction</i>	Y1	0.870
	Y2	0.907
	Y3	0.917
<i>Brand Awaraness</i>	Z1	0.773
	Z2	0.737
	Z3	0.877
	Z4	0.763

Berdasarkan hasil pengolahan data *loading* faktor semua indikator pada setiap variabel tidak ada yang nilainya kurang dari 0.50 atau ($\alpha = 5\%$), berarti semua indikator dinyatakan *valid* dan *proses evaluasi model dapat dilanjutkan*.

4.3. Uji Reliabilitas

Uji *reliabilitas* dengan menghitung *Cronbach Alpha* dari masing-masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam variabel dikatakan handal (*reliable*) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70, hasil perhitungan dapat dilihat pada table 4.3 berikut :

Tabel 4.3a Uji reliabilitas model

	Estimate	S.E.	C.R.	P Label
Y <--- X1	,271	,186	1,460	,144 par_20
Y <--- X2	,143	,139	1,030	,303 par_21
Y <--- X3	,725	,262	2,767	,006 par_22
Z <--- Y	,787	,096	8,206	*** par_23

	Scale	Scale	Corrected	
	Mean	Variance	Item-	Alpha
if Item	if Item	Total	if Item	
	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
X11	95,9750	161,2515	,5919	,9425
X12	96,1000	160,9815	,6410	,9418
X13	96,0583	159,5512	,7296	,9407
X14	96,1500	158,4143	,7400	,9405
X15	95,9667	159,3938	,7351	,9406
X16	96,0833	159,6905	,7643	,9404
X21	96,1667	156,5770	,8174	,9394
X22	96,1917	157,9882	,7497	,9403
X23	96,1417	155,9714	,7818	,9398
X24	96,0917	157,7478	,7521	,9403
X25	96,1583	157,6134	,7635	,9401
X26	96,5750	161,4733	,4333	,9458
X31	96,1500	162,2798	,6862	,9415
X32	96,0167	161,8989	,6786	,9415

X33	95,9333	163,2560	,6534	,9419
X34	96,2167	165,3476	,5089	,9434
X35	96,4250	166,3305	,2614	,9486
Y1	96,0750	161,6834	,6643	,9416
Y2	95,9750	163,0162	,6277	,9421
Y3	95,9917	161,9747	,6914	,9414
Z1	96,0250	162,1422	,6249	,9421
Z2	96,0417	164,1579	,6034	,9424
Z3	96,2000	163,2538	,5697	,9427
Z4	96,3833	164,0031	,3583	,9468

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa, Semua jawaban responden dapat dikatakan reliabel karena nilai Alpha lebih besar dari 0,7.

4.4. Uji Kesesuaian

Hasil perhitungan model SEM sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.2 menghasilkan indeks goodnes of fit sebagaimana ditunjukkan tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4 Hasil Perhitungan indeks *goodness of fit*.

<i>Goodness of Fit Index</i>	<i>Cut Off Value</i>	Hasil	Keterangan
X2- <i>Chi Square</i>	Diharapkan kecil	852	Kurang baik
Significance Probability	$\geq 0,05$	0,000	Kurang baik
<i>RMSEA</i>	$\leq 0,08$	0,12	Cukup baik
<i>GFI</i>	$\geq 0,90$	0,91	Baik
<i>AGFI</i>	$\geq 0,90$	0,90	Baik
<i>CMIN/DF</i>	$\leq 2,00$	2,25	Cukup baik
<i>TLI</i>	$\geq 0,95$	0,85	Cukup baik
<i>CFI</i>	$\geq 0,95$	0,87	Cukup baik

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dikatakan sudah memenuhi uji kesesuaian (*goodness of fit*)

4.5. Uji Normalitas

Normalitas dari data merupakan salah satu syarat dalam pemodelan Struktural Equation Modelling (SEM). Pengujian normalitas ditekankan pada data multivariat dengan melihat nilai skewness, kurtosis, dan secara statistik dapat dilihat dari nilai Critical Rasio (CR). Jika digunakan tingkat signifikansi sebesar 5 persen, maka nilai CR yang berada di antara -1,96 sampai dengan 1,96 ($-1,96 \leq CR \leq 1,96$) dikatakan data berdistribusi normal, baik secara univaariat maupun multivariat.

Hasil nilai CR multivariat sebesar 1.91 dan nilai ini terletak diluar diantara minus 1,96 sampai dengan 1,96, sehingga dapat dikatakan bahwa data berdistribusi multivariat normal.

4.6. Pengujian Validitas

Berdasarkan model struktural pada gambar 4.2 dapat diperoleh hubungan koefisien antar variable yang ada didalamnya. Tingkat signifikansi setiap hubungan antar variabel laten dilihat dari t-value harus lebih besar dari 1.96 untuk hubungan positif, dan kurang dari -1.96 untuk hubungan negatif (tingkat kepercayaan $\alpha = 0.05$) (wijayanto, 2008). Berdasarkan tingkat signifikansi hubungan antar variable laten pegujian hipotesis dalam penelitian ini adalah:

a. Uji Validitas Indikator Variabel Kegunaan Website (*Usability*)

		X11	X12	X13	X14	X15	X16	TOTX1
X11	Pearson Correlation	1	,662**	,534**	,603**	,633**	,576**	,789**
	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X12	Pearson Correlation	,662**	1	,739**	,664**	,682**	,612**	,853**
	Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X13	Pearson Correlation	,534**	,739**	1	,681**	,713**	,651**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X14	Pearson Correlation	,603**	,664**	,681**	1	,817**	,724**	,879**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X15	Pearson Correlation	,633**	,682**	,713**	,817**	1	,793**	,905**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X16	Pearson Correlation	,576**	,612**	,651**	,724**	,793**	1	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
TOTX1	Pearson Correlation	,789**	,853**	,842**	,879**	,905**	,847**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,
	N	120	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Semua pernyataan pada Variabel X1 adalah valid karena nilai Sig. (2-tailed) kurang dari $\alpha = 5\%$

b. Uji Validitas Indikator Variabel Kualitas Informasi dalam Website (*Information quality*)

		X21	X22	X23	X24	X25	X26	TOTX2
X21	Pearson Correlation	1	,791**	,830**	,786**	,815**	,433**	,918**
	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X22	Pearson Correlation	,791**	1	,752**	,716**	,753**	,479**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X23	Pearson Correlation	,830**	,752**	1	,879**	,825**	,190*	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,	,000	,000	,038	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X24	Pearson Correlation	,786**	,716**	,879**	1	,803**	,233*	,863**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,	,000	,010	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X25	Pearson Correlation	,815**	,753**	,825**	,803**	1	,434**	,914**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
X26	Pearson Correlation	,433**	,479**	,190*	,233*	,434**	1	,582**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,038	,010	,000	,	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120
TOTX2	Pearson Correlation	,918**	,889**	,874**	,863**	,914**	,582**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,
	N	120	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Semua pernyataan pada Variabel X2 adalah valid karena nilai Sig. (2-tailed) kurang dari $\alpha = 5\%$

c. Uji Validitas Indikator Variabel Kualitas Interaksi dengan Website (Service Interaction)

Correlations

		X31	X32	X33	X34	X35	TOTX3
X31	Pearson Correlation	1	,654**	,569**	,522**	,319**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
X32	Pearson Correlation	,654**	1	,581**	,494**	,169	,721**
	Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000	,065	,000
	N	120	120	120	120	120	120
X33	Pearson Correlation	,569**	,581**	1	,498**	,263**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,	,000	,004	,000
	N	120	120	120	120	120	120
X34	Pearson Correlation	,522**	,494**	,498**	1	,626**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120
X35	Pearson Correlation	,319**	,169	,263**	,626**	1	,706**
	Sig. (2-tailed)	,000	,065	,004	,000	,	,000
	N	120	120	120	120	120	120
TOTX3	Pearson Correlation	,778**	,721**	,729**	,837**	,706**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,
	N	120	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Semua pernyataan pada Variabel X3 adalah valid karena nilai Sig. (2-tailed) kurang dari $\alpha = 5\%$

d. Uji Validitas Indikator Variabel Kepuasan menggunakan Website (User Satisfaction)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	TOTY
Y1	Pearson Correlation	1	,651**	,678**	,870**
	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120
Y2	Pearson Correlation	,651**	1	,801**	,907**
	Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,000
	N	120	120	120	120
Y3	Pearson Correlation	,678**	,801**	1	,917**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,	,000
	N	120	120	120	120
TOTY	Pearson Correlation	,870**	,907**	,917**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,
	N	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Semua pernyataan pada Variabel Y3 adalah valid karena nilai Sig. (2-tailed) kurang dari $\alpha = 5\%$

e. Uji Validitas Indikator Variabel Kesadaran Menggunakan Website (User Awareness)

Correlations

		Z1	Z2	Z3	Z4	TOTZ
Z1	Pearson Correlation	1	,586**	,633**	,322**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120
Z2	Pearson Correlation	,586**	1	,583**	,309**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000	,	,000	,001	,000
	N	120	120	120	120	120
Z3	Pearson Correlation	,633**	,583**	1	,575**	,877**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,	,000	,000
	N	120	120	120	120	120
Z4	Pearson Correlation	,322**	,309**	,575**	1	,763**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,	,000
	N	120	120	120	120	120
TOTZ	Pearson Correlation	,773**	,737**	,877**	,763**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,
	N	120	120	120	120	120

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Semua pernyataan pada Variabel Z adalah valid karena nilai Sig. (2-tailed) kurang dari $\alpha = 5\%$

4.7 Analisis Deskriptif

A. Gambaran umum responden

Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden warga GKJW Waru.

A.1 Variabel fisik (X1)

Tabel 4.5 Statistik untuk variabel tampilan fisik

No	Pernyataan	Jawaban (%)					Rata rata	Standart Deviasi
		Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak setuju(1)		
1	Website Gkfw Waru mudah dioperasikan.	50	40	5,8	1,7	2,5	4,33	0,863
2	Website Gkfw Waru mudah di akses	39,2	47,5	10,0	1,7	1,7	4,21	0,819
3	Website Gkfw Waru mudah digunakan	40,8	48,3	7,5	1,7	1,7	4,25	0,802
4	Website Gkfw Waru memiliki tampilan & tata letak isi menarik	36,7	49,2	9,2	3,3	1,7	4,16	0,850
5	Desain Website sesuai dengan organisasi greja	48,3	42,5	5,8	1,7	1,7	4,43	0,804
6	Website Gkfw Waru memberikan pendidikan kerohanian	35,8	55,8	5,0	1,7	1,7	4,22	0,761

A.2 Variabel fisik (X2)

Tabel 4.6 Statistik untuk variabel tampilan fisik

No	Pernyataan	Jawaban (%)					Rata rata	Standart Deviasi
		Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak setuju(1)		
1	Website Gkjaw Waru memberikan informasi jadwal kegiatan secara akurat.	34,2	55,0	3,3	5,8	1,7	4,14	0,863
2	Website Gkjaw Waru memberikan informasi yang dapat di percaya.	34,2	50,8	9,2	4,2	1,7	4,12	0,863
3	Website Gkjaw Waru memberikan informasi yang tepat waktu/ up to date.	39,2	48,3	5,8	3,3	3,3	4,17	0,929
4	Website Gkjaw Waru memberikan informasi secara lengkap	40,8	48,3	4,2	5,0	1,7	4,22	0,871
5	Website Gkjaw Waru memberikan informasi yang mudah dipahami	35,8	51,7	5,8	5,0	1,7	4,15	0,866
6	Website Gkjaw Waru memberikan informasi dalam format yang sesuai kebutuhan	26,7	43,3	8,3	20,0	1,7	3,73	1,113

A.3 Variabel fisik (X3)

Tabel 4.7 Statistik untuk variabel tampilan fisik

No	Pernyataan	Jawaban (%)					Rata rata	Standart Deviasi
		Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak setuju(1)		
1	Website Gkjaw Waru memiliki reputasi yang baik.	29,2	61,7	5,0	4,2	0,0	4,16	0,698
2	Website Gkjaw Waru memberi rasa aman saat download file/warta jemaat dan artikel-artikel	41,7	49,2	5,8	3,3	0,0	4,29	0,726
3	Website Gkjaw Waru memberikan kesan menarik minat/ perhatian	45,8	48,3	3,3	2,5	0,0	4,38	0,674
4	Website Gkjaw Waru memberikan kesan komunitas	26,7	58,3	12,5	2,5	0,0	4,09	0,698
5	Mudah berkomunikasi dengan pihak admin website melalui email atau buku tamu	34,2	40,8	4,2	20,8	0,0	3,88	1,101

A.4 Variabel fisik (Y1)

Tabel 4.8 Statistik untuk variabel tampilan fisik

No	Pernyataan	Jawaban (%)					Rata rata	Standart Deviasi
		Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak setuju(1)		
1	Saya merasa puas dalam menggunakan website Gkjjw Waru dalam pemenuhan kebutuhan informasi jadwal ibadah, renungan harian, warta jemaat, dll	38,3	50,8	6,7	4,2	0,0	4,23	0,753
2	Saya merasa puas atas informasi yang disediakan dan diberikan website Gkjjw Waru.	45,0	45,8	6,7	2,5	0,0	4,33	0,714
3	Saya merasa puas dengan pelayanan yang disediakan dan diberikan website Gkjjw Waru.	42,5	50,0	4,2	3,3	0,0	4,320	0,710

A.5 Variabel fisik (Z1)

Tabel 4.9 Statistik untuk variabel tampilan fisik

No	Pernyataan	Jawaban (%)					Rata rata	Standart Deviasi
		Sangat Setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak Setuju (2)	Sangat Tidak setuju(1)		
1	Saya akan menggunakan website Gkjjw Waru untuk melihat jadwal ibadah dan kegiatan gereja lainnya	42,5	48,3	4,2	5,0	0,0	4,28	0,769
2	Saya akan menggunakan website Gkjjw Waru mencari renungan harian/artikel pembinaan kerohanian	36,7	55,8	5,0	2,5	0,0	4,27	0,670
3	Saya akan merekomendasikan kepada saudara/teman/rekan kerja yang seiman untuk menggunakan website Gkjjw Waru untuk mencari renungan harian, warta jemaat, berita kristiani, dll.	31,7	50,8	14,2	3,3	0,0	4,11	0,765
4	Saya akan mengingatkan admin website jika terlambat dalam melakukan update informasinya	35,0	40,8	5,8	18,3	0,0	3,93	1,070

4.8 Pengujian Hipotesis

a. *Usability Website dan User Satisfaction*

Hipotesis pertama (H1) dalam penelitian ini adalah *Usability website* berpengaruh terhadap *User Satisfaction* di gkjjw waru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Usability website* tidak berpengaruh positif secara langsung terhadap *User satisfaction*.

b. *Service Interaction quality dan User Satisfaction*

Hipotesis kedua (H2) dalam penelitian ini adalah *Interaction Quality* berpengaruh terhadap *User Satisfaction* di gkjj waru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Interaction Quality* tidak berpengaruh positif secara langsung terhadap *User satisfaction*.

c. *Information quality dan User Satisfaction*

Hipotesis kedua (H3) dalam penelitian ini adalah *Information Quality* berpengaruh terhadap *Information Quality* di gkjj waru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Information Quality* berpengaruh positif secara langsung terhadap *User satisfaction*. Pengaruh langsung variabel *Information Quality* (X3) terhadap *User Satisfaction* (Y) sebesar 72,5%, sedangkan Pengaruh tidak langsung X3 (melalui Y) terhadap Brand Awareness (Z) sebesar 57,1%. *Information Quality* (kualitas informasi) berpengaruh terhadap *User satisfaction* (kepuasan terhadap penyediaan layanan website). 45,8 % jemaat lebih menyukai desain website yang menarik dan 41,7 % lebih menyukai jika website didukung oleh keamanan ketikan download artikel, warta jemaat, galery , dan lain-lain. Informasi-informasi (renungan harian, berita gkjj waru, warta jemaat yang tersedia lebih berkualitas, serta di dukung oleh penampilan website yang menarik dan keamanannya terjamin.

d. *User Satisfaction dan Brand Awareness*

Hipotesis kedua (H4) dalam penelitian ini adalah *User satisfaction* berpengaruh terhadap *Brand Awareness* di gkjj waru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *User satisfaction* berpengaruh positif secara langsung terhadap *Brand Awareness*. Berdasarkan Scalar Estimates (Group number 1 - Default model) Maximum Likelihood Estimates Regression Weights, Pengaruh langsung variabel *User Satisfaction* (Y) terhadap *Brand Awareness* (Z) sebesar 78,7%. Model penelitian ini *User Satisfaction* berpengaruh terhadap *Brand Awareness*.

Untuk itu, pelayan harian majelis jemaat (PHMJ) sebagai pengambil keputusan dalam pengelolaan website ini hendaknya memperhatikan terhadap kepuasan warga jemaat untuk memperoleh informasi yang terkait dengan Jadwal kegiatan, renungan harian, warta jemaat, artikel-artikel pembinaan kerohanian, galery kegiatan jemaat dan

download bahan-bahan pembinaan kerohanian kristen. Warga jemaat juga peduli untuk mengingatkan jika jadwal dan renungan harian tidak dilakukan update.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan evaluasi, penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Usability Website* GKJW Jemaat Waru tidak berpengaruh terhadap *User satisfaction* (kepuasan) jemaat dalam menggunakan website, dan *Usability Website* tidak dapat menarik (*Awareness*) jemaat untuk aktif menggunakan website.
2. *Service Interaction quality* website GKJW Waru tidak berpengaruh terhadap *User satisfaction* (kepuasan) jemaat dalam menggunakan website, dan *Service Interaction quality* tidak dapat menarik (*Awareness*) jemaat untuk aktif menggunakan website.
3. *Information quality* website GKJW Waru berpengaruh positif terhadap *User satisfaction* (kepuasan) jemaat dalam menggunakan website, dan *Information quality* dapat menarik (*Awareness*) jemaat untuk aktif menggunakan website.
4. *User Satisfaction* website GKJW Waru berpengaruh positif terhadap menarik *Brand Awareness*(daya tarik) jemaat untuk aktif menggunakan website.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian terhadap website GKJW Waru, ada beberapa saran yang perlu dilakuka untuk perbaikan, antara lain :

1. Perlu sosialisasi lebih giat lagi kepada warga, supaya lebih banyak lagi yang mengetahui keberadaan website GKJW Jemaat Waru.
2. Dilakun redesain lagi terhadap interfacenya agar lebih menarik dan mudah di akses.

3. Informasi yang disajikan lebih berkualitas

DAFTAR PUSTAKA

- Byun, D-H., & Finnie, G. (2011). Evaluating usability, user satisfaction and intention to revisit for successful e-government websites.
- Kabadayi, Sertan and Reetika Gupta. 2011. Managing motives and design to
- Kapferer, J. (2004): The New Strategic Brand Management: Creating and Sustaining Brand.
- Keller, Kevin Lane. 2013. "Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity" (Global Edition). Pearson, England
- McKinney, V., K. Yoon., dan F.M Zahedi. 2002. The Measurement of Web Customer Satisfaction : An Expectation and Disconfirmation Approach. Information System Research
- McKinney, V., Yoon, K., & Zahedi, F. M. (2002). The measurement of web-customer satisfaction: an expectation and disconfirmation approach, Information Systems Research
- Miles, mathew B. Michael Huberman.1984, kualitative data analysis : a sosbook of new methods. London : Sage publication, inc
- Moleong, Lexy J.. 2007. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Purwanto, Edi, Djumilah Hadiwidjojo dan Kusuma Ratnawati, 2011. Preferensi Merek Sebagai Pemediasi Pengaruh Kesadaran Merek dan Asosiasi Merek terhadap Loyalitas Konsumen
- S.H. Wijanto, Structural Equation Modeling dengan Lisrel 8.8 Konsep dan Tutorial, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2008.
- Supranto, J. (2006). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar.Jakarta : PT.Rineka Cipta.
- Szymanski, David M. and Hise, Richard T. (2000), E-satisfaction: Initial examination, Journal of Retailing.
- Turban, E. and Gehrke, D. (2000) Determinants of E-Commerce Website. Human Systems Management
- U. Sekaran, Research Methods for Business, a Skill-Building Approach, sixth ed., John Wiley & Sons, Inc., Canada, 2013.

Xiao dan Dasgupta (2002), Measurement of user satisfaction with webbase Information System: en empirical study eight american conference of information system
Yamin, F. M. & Ramayah, T., 2011. The Impact of User Knowledge on Web Search Satisfaction. American Journal of Economics and Business Administration