

**ANALISIS KUALITAS SISTEM INFORMASI HOTEL
OYO DI KOTA BATAM MENGGUNAKAN METODE
WEBQUAL 4.0**

SKRIPSI



Oleh:
Anggie Vallerin
181510074

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

**ANALISIS KUALITAS SISTEM INFORMASI HOTEL
OYO DI KOTA BATAM MENGGUNAKAN METODE
WEBQUAL 4.0**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Anggie Vallerin
181510074**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2022**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Anggie Vallerin
NPM : 181510074
Falkultas : Teknik dan Komputer
Program Studi : Sistem Informasi

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

ANALISIS KUALITAS SISTEM INFORMASI HOTEL OYO DI KOTA BATAM MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 7 Agustus 2022



Anggie Vallerin

181510074

**ANALISIS KUALITAS SISTEM INFORMASI HOTEL
OYO DI KOTA BATAM MENGGUNAKAN METODE
WEBQUAL 4.0**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Anggie Vallerin
181510074**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera dibawah ini**

Batam, 29 Juli 2022



Mesri Silalahi, S.Kom., M.SI.

Pembimbing

ABSTRAK

Industri perhotelan hadir untuk memenuhi kebutuhan di sektor pariwisata dalam segi akomodasi memberikan tempat untuk tinggal menginap dalam kurun waktu yang tertentu dan bersifat sementara, di kota Batam bisnis perhotelan merupakan salah satu bidang yang berkembang cukup pesat. PT OYO merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang bisnis jaringan dan manajemen hotel. PT OYO membantu mengembangkan dan mengontrol manajemen hotel sesuai dengan standar OYO serta memasarkan hotel yang sudah bekerjasama dengan perusahaan. Layanan lainnya yang ditawarkan oleh PT OYO yaitu menyediakan infrastruktur teknologi informasi untuk membantu operasional hotel serta melakukan renovasi pada bangunan hotel agar sesuai dengan standar manajemen OYO. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas *website* yang didasarkan pada variabel dependen kepuasan pengguna dengan variabel independen kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi pada OYO Kara Guest House cabang kota Batam. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan pihak hotel dan pengguna, dibagikannya kuesioner dimana ada 25 pertanyaan dengan jumlah sampel 115, dan mengobservasi kegiatan yang dilakukan pengguna dalam memanfaatkan *website* tersebut. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, serta uji kualitas data menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas, kemudian ada uji asumsi klasik menggunakan uji normalitas dan uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, serta uji pengaruh (persamaan regresi linier berganda) menggunakan koefisien determinasi, uji T dan uji F dengan bantuan *software statistic* SPSS 20. Berdasarkan hasil dari penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengguna pada *website* sudah dalam kategori cukup baik dilanjutkan dengan kemudahan penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi (*interaction quality*) ketiganya memiliki pengaruh positif dan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna pada *website* oyoos.com.

Keywords: Kemudahan Pengguna, Kualitas Informasi, Kualitas Interaksi, Kepuasan Pengguna, Webqual

ABSTRACT

The hospitality industry is here to meet the needs in the tourism sector in terms of accommodation, providing a place to stay for a certain period of time and temporarily, in the city of Batam the hospitality business is one of the fields that is growing quite rapidly. PT OYO is a company engaged in the hotel network and management business. PT OYO helps develop and control hotel management in accordance with OYO standards and market hotels that have collaborated with companies. Other services offered by PT OYO are providing information technology infrastructure to assist hotel operations as well as remodeling hotel buildings to comply with OYO management standards. This study aims to analyze the quality of the website based on the dependent variable of user satisfaction with the independent variables being usability, information quality and interaction quality on OYO Kara Guest House Batam branch. Data collection techniques were carried out by conducting interviews with the hotel and users, distributing questionnaires in which there were 25 questions with a sample of 115, and observing the activities carried out by users in utilizing the website. The data analysis method used is descriptive analysis, and the data quality test uses validity and reliability tests, then there is a classical assumption test using normality and multicollinearity tests, heteroscedasticity tests, and influence tests (multiple linear regression equations) using the coefficient of determination, T test and F test with the help of SPSS 20 statistical software. Based on the results of the study, it shows that the level of user satisfaction on the website is in a fairly good category followed by ease of use (usability), information quality, interaction quality all three have a positive and also have a significant influence toward user satisfaction on website oyoos.com.

Keywords: *Usability, Information Quality, Interaction Quality, User Satisfaction, Webqual*

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kita panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Komputer, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.S.I, selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Muhammad Rasid Ridho, S.Kom, M.SI., selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi, Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mesri Silalahi, S.Kom., M.SI. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Putera Batam yang telah membantu dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
4. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang selama ini telah memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis;
5. Seluruh pimpinan dan karyawan Hotel Oyo di Kota Batam yang telah membantu dalam pengumpulan data penelitian;
6. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa, nasehat, dan dukungan penuh kepada penulis;
7. Teman-teman se-angkatan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu dan mendukung hingga selesainya skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan rahmat dan karunia-Nya.

Batam, 7 Agustus 2022



Angie Vallerin

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
1.6.1 Manfaat Teoritis	7
1.6.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Teori Dasar	10
2.1.1 Sistem Informasi	10
2.1.2 Analisis	11
2.1.3 <i>Website</i>	11
2.1.3.1 Jenis-Jenis <i>Website</i>	12
2.1.3.2 Kriteria <i>Website</i> yang baik	14
2.1.4 <i>Webqual 4.0</i>	16
2.1.4.1 Dimensi <i>Webqual 4.0</i>	17
2.1.5 Kepuasan Pengguna	21
2.1.5.1 Indikator Kepuasan Pengguna	22
2.2 Penelitian Terdahulu	24
2.3 Kerangka Pemikiran	26
2.4 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	10
3.1 Desain Penelitian	10
3.2 Operasional Variabel	31
3.3 Populasi dan Sampel	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	33
3.5 Metode Analisis Data	34
3.5.1 Analisis Deskriptif	34
3.5.2 Uji Kualitas Data	36
3.5.2.1 Uji Validitas	36
3.5.2.2 Uji Reliabilitas	37
3.5.3 Uji Asumsi Klasik	38

3.5.3.1 Uji Normalitas.....	38
3.5.3.2 Uji Multikolinieritas.....	38
3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas	39
3.5.1 Uji Pengaruh (Persamaan Regresi Linier Berganda)	40
3.5.1.1 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	40
3.5.1.2 Uji t (Parsial).....	41
3.5.1.3 Uji F (Simultan)	43
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	44
3.6.1 Lokasi Penelitian	44
3.6.2 Jadwal Penelitian.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	31
4.1 Hasil.....	31
4.1.1 Profil Responden Penelitian	31
4.1.1.1 Distribusi Responden Berdasarkan Lokasi	31
4.1.1.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jabatan	47
4.1.1.3 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Bekerja	48
4.1.1.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
4.1.2 Analisis Deskriptif.....	51
4.1.2.1 Analisis Statistik Deskriptif	51
4.1.3 Hasil Uji Kualitas Data	59
4.1.3.1 Hasil Uji Validitas.....	59
4.1.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	65
4.1.4.1 Hasil Uji Normalitas	65
4.1.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas	67
4.1.4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	68
4.1.5 Hasil Uji Pengaruh (Persamaan Regresi Linier Berganda)	70
4.1.5.1 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	71
4.1.5.2 Hasil Uji T (Parsial).....	72
4.1.5.3 Hasil Uji F (Simultan).....	73
4.2 Pembahasan	74
4.2.1 Kemudahan Penggunaan (<i>Usability</i>).....	74
4.2.2 Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	75
4.2.3 Kualitas Interaksi (<i>Interaction Quality</i>)	76
4.2.4 Kepuasan Pengguna	76
4.2.5 Pengaruh secara parsial Kemudahan Penggunaan (<i>Usability</i>) terhadap Kepuasan Pengguna pada <i>website</i> oyoos.com	77
4.2.6 Pengaruh secara parsial Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>) terhadap Kepuasan Pengguna pada <i>website</i> oyoos.com	78
4.2.7 Pengaruh secara parsial Kualitas Interaksi (<i>Interaction Quality</i>) terhadap Kepuasan Pengguna pada <i>website</i> oyoos.com	78
4.2.8 Pengaruh secara simultan Kemudahan Penggunaan (<i>Usability</i>), Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>), dan Kualitas Interaksi (<i>Interaction Quality</i>) terhadap Kepuasan Pengguna pada <i>website</i> oyoos.com	79
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Simpulan.....	45

5.2	Saran	81
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN 1 PENDUKUNG PENELITIAN		
LAMPIRAN 2 DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN 3 SURAT KETERANGAN PENELITIAN		

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan dalam Website partner OYO	2
Gambar 2.1 Quality Function Deployment Website	17
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	27
Gambar 3.1 Rancangan Desain Penelitian	31
Gambar 4.1 Presentasi Responden Berdasarkan Lokasi	46
Gambar 4.2 Presentasi Responden Berdasarkan Jabatan	47
Gambar 4.3 Presentasi Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	49
Gambar 4.4 Presentasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Histogram	65
Gambar 4.6 Hasil Uji Normalitas Probability Plot.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Dimensi Penggunaan pada Webqual 4.0.....	20
Tabel 2. 2 Dimensi Kualitas Informasi pada Webqual 4.0.....	20
Tabel 2. 3 Dimensi Kualitas Interaksi pada Webqual 4.0	20
Tabel 2. 4 Indikator Kepuasan Pengguna.....	23
Tabel 3.1 Variabel Dalam Penelitian.....	32
Tabel 3. 2 Rentang Skala Kriteria Analisis Deskriptif	36
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian.....	44
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Lokasi.....	31
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Jabatan	47
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Bekerja.....	48
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4. 5 Descriptive Variabel Kemudahan Penggunaan (Usability) (X1)	51
Tabel 4.6 Variabel Kemudahan Penggunaan (<i>Usability</i>)	52
Tabel 4.7 Descriptive Variabel Kualitas Informasi (Information Quality) (X2)..	53
Tabel 4. 8 Variabel Kualitas Informasi (Information Quality).....	54
Tabel 4.9 Descriptive Variabel Kualitas Interaksi (Interaction Quality) (X3)	55
Tabel 4. 10 Variabel Kualitas Interaksi (Interaction Quality)	56
Tabel 4.11 Descriptive Variabel Kepuasan Pengguna (Y).....	57
Tabel 4. 12 Variabel Kepuasan Pengguna.....	58
Tabel 4.13 Output Uji Validitas Variabel Usability (X1)	59
Tabel 4.14 Output Uji Validitas Information Quality (X2).....	60
Tabel 4.15 Output Uji Validitas Variabel Interaction Quality (X3).....	61
Tabel 4.16 Output Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna	61
Tabel 4. 17 Uji Reliabilitas Usability	62
Tabel 4.18 Uji Reliabilitas Information Quality	63
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas Interaction Quality	63
Tabel 4.20 Uji Reliabilitas Kepuasan Pengguna	64
Tabel 4. 21 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-smirnov.....	67
Tabel 4. 22 Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
Tabel 4. 23 Hasil Uji Heterokedastisitas	69
Tabel 4. 24 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	70
Tabel 4. 25 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	71
Tabel 4.26 Hasil Uji T (Parsial)	72
Tabel 4.27 Hasil Uji F (Simultan)	73

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Rentang Skala	35
Rumus 3. 2 Uji Validitas Data	36
Rumus 3. 3 Alpha Cronbach	37
Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda	40
Rumus 3. 5 Uji t (Parsial).....	41
Rumus 3. 6 Uji F	44

BAB I

PENDAHULUAN

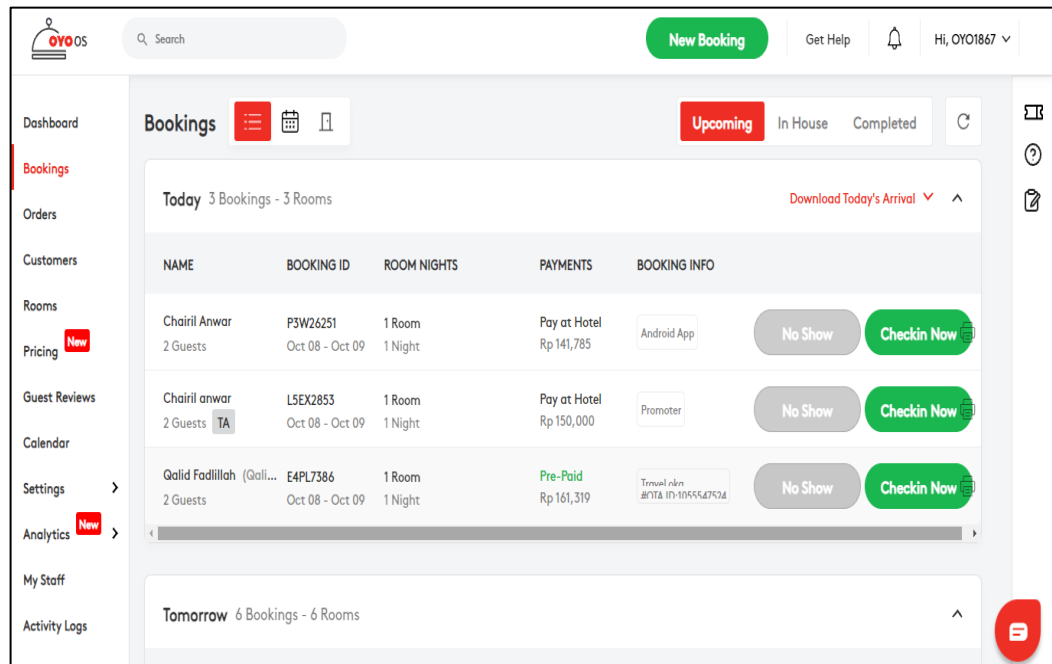
1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri dalam bidang pariwisata menjadi salah satu bidang yang mengalami perubahan, industri perhotelan hadir untuk memenuhi kebutuhan di sektor pariwisata dalam segi akomodasi memberikan tempat untuk tinggal menginap dalam kurun waktu yang tertentu dan bersifat sementara. Di Kota Batam, bisnis perhotelan merupakan salah satu bidang bisnis yang berkembang cukup pesat.

Demikian halnya dengan PT OYO, PT OYO merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang bisnis jaringan dan manajemen hotel. PT OYO membantu mengembangkan dan mengontrol manajemen hotel sesuai dengan standar OYO serta memasarkan hotel yang sudah bekerjasama dengan perusahaan. Layanan lainnya yang ditawarkan oleh PT OYO yaitu menyediakan infrastruktur teknologi informasi untuk membantu operasional hotel serta melakukan renovasi pada bangunan hotel agar sesuai dengan standar manajemen OYO.

Untuk meningkatkan layanannya, PT OYO menyediakan *website* terhadap *partner* dimana *website* tersebut dapat diakses oleh pemilik hotel, resepsionis, front office maupun karyawan lainnya yang diberikan hak akses. Alamat *website* yang disediakan oleh PT OYO yaitu <https://www.oyoos.com/>. *Website* ini memiliki fitur untuk memeriksa data tamu, melakukan reservasi kamar,

memastikan harga kamar, melakukan *check-in* tamu dan *check-out* tamu. Berikut ini merupakan tampilan dari *website* oyoos.com.



Gambar 1.1 Tampilan Halaman *Website* partner OYO

Sumber: (*Website* OYO Kara Guest House, 2022)

Sistem informasi OYO pada *partner* merupakan sistem informasi yang dapat membantu *partner* dan karyawan ketika mengerjakan pekerjaannya dan juga membantu membuat laporan harian ataupun bulanan, memeberikan kemudahan bagi tamu yang hendak *check-in* ataupun *check-out*, serta membantu resepsionis dalam melakukan pengecekan pada data tamu. Namun terdapat sejumlah ketidakmudahan dalam sistem tersebut, peneliti mendapati beberapa permasalahan yang sering dialami diantaranya diketahui bahwa *website* OYO bekerjasama dengan Booking.com, Ticket.com, Traveloka, Agoda yang mana apabila tamu yang melakukan reservasi dari aplikasi tersebut, maka data reservasi tamu tersebut akan sangat lambat masuk ke sistem informasi pada *partner* OYO sehingga ketika

tamu datang ke hotel melakukan proses *check-in*, data reservasi yang telah dilakukan tersebut belum masuk ke sistem. Hal tersebut mengakibatkan tamu tidak dapat atau harus menunggu untuk melakukan *check-in* sampai data reservasi tersebut masuk ke sistem informasi pada *partner* OYO. Hal lainnya adalah terdapat beberapa menu pilihan dalam *website* yang tidak dapat digunakan (diklik) beberapa menu pilihan tersebut seperti *cancel room* dan *create ticket* untuk pelaporan pemasalahan. pilihan *cancel room* tidak dapat diklik yang mengharuskan *partner* untuk menghubungi pihak OYO setiap ingin melakukan pembatalan pada pemesanan kamar, kemudian pilihan *create ticket* untuk pelaporan pemasalahan apabila diklik juga tidak akan mengirimkan pelaporan ke sistem OYO dan memunculkan keterangan “*Request Cannot Be Created*” yang mengharuskan *partner* untuk menghubungi pihak OYO kembali untuk melaporkan permasalahan.

PT OYO atau OYO Kara Guest House di Kota Batam hendak melakukan analisis kualitas sistem informasi, dikarenakan meningkatnya jumlah pemesanan kamar melalui *online* dan banyaknya yang menggunakan aplikasi lain ketika melakukan pemesanan atau membooking kamar oleh sebab itu maka diperlukan analisis pada kualitas sistem informasi agar mampu meningkatkan kualitas *website* yang digunakan sehingga dapat membantu peningkatan pelayanan dengan memiliki kualitas sistem informasi yang lebih baik, Hal lainnya diharapkan dapat menjadi arsip bermanfaat sebagai landasan untuk penelitian selanjutnya (Nurrahman et al., 2020).

Metode *webqual* merupakan metode yang dipakai dalam mengukur kualitas sebuah *website* Metode ini adalah perkembangan dari *Servqual*, yang sebelumnya banyak dimanfaatkan pengukuran kualitas jasa. *Webqual* 4.0 disusun dengan menggunakan tiga dimensi yaitu kualitas informasi (*Information Quality*), kemudahan penggunaan (*Usability*) dan kualitas interaksi pelayanan (*Service Interaction Quality*) pengukuran dilandasi pendapat pengguna akhir (*end user*). Sehingga dengan pengukuran 3 tahapan tersebut dapat memberikan informasi yang akurat dan memberikan penilaian terhadap kelayakan *website* (Rahmatullah et al., 2019).

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi di atas maka penulis tertarik melakukan pengujian terhadap kualitas sistem informasi yang telah dipergunakan oleh Hotel OYO dengan judul “**ANALISIS KUALITAS SISTEM INFORMASI OYO DI KOTA BATAM DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0**”

1.2 Identifikasi Masalah

Pengidentifikasian sejumlah masalah yang didasarkan dari penjelasan latar belakang, sebagai berikut:

1. Data reservasi tamu yang dilakukan melalui aplikasi Booking.com, Tiket.com, Traveloka, Agoda lambat masuk ke sistem informasi pada *partner* OYO.
2. Menu pilihan yang tersedia dalam *website* tidak dapat berfungsi (diklik) seperti *cancel room* dan *create ticket* untuk pelaporan pemasalahan.

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan skripsi ini tidak menyimpang dan mengalami perluasan pokok permasalahan maka ruang lingkup penelitian perlu diberikan batasan masalah, yaitu:

1. Memfokuskan penelitian untuk menganalisis *website* PT OYO atau OYO Kara Guest House yang beralamat <https://www.oyoos.com/>
2. Populasi merupakan semua pihak-pihak yang diberikan hak akses terhadap <https://www.oyoos.com/>
3. Dalam menentukan kualitas *website OYO Partner* menggunakan metode *webqual* 4.0 dengan variabel Kemudahan Pengguna (*usability*), Kualitas Informasi (*information quality*), Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) terhadap kepuasan pengguna

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada indentifikasi masalah yang telah dirangkum, sehingga penulis merumuskan permasalahannya sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kemudahan pengguna (*usability*) *website* oyoos.com?
2. Bagaimana tingkat kualitas informasi (*information quality*) *website* oyoos.com?
3. Bagaimana tingkat kualitas interaksi (*interaction quality*) *website* oyoos.com?
4. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna (*user satisfaction*) *website* oyoos.com?

5. Bagaimana pengaruh secara parsial kemudahan pengguna (*usability*) *website* oyoos.com terhadap kepuasan pengguna?
6. Bagaimana pengaruh secara parsial kualitas informasi (*information quality*) *website* oyoos.com terhadap kepuasan pengguna?
7. Bagaimana pengaruh secara parsial kualitas interaksi (*interaction quality*) *website* oyoos.com terhadap kepuasan pengguna?
8. Bagaimana pengaruh secara simultan kemudahan pengguna (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi (*interaction quality*) *website* oyoos.com terhadap kepuasan pengguna?

1.5 Tujuan Penelitian

Didasarkan hasil rumusan masalah yang telah diulas, adapun tujuan yang direncanakan untuk diraih peneliti, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kemudahan pengguna (*usability*) *website* oyoos.com.
2. Untuk mengetahui tingkat kualitas informasi (*information quality*) *website* oyoos.com.
3. Untuk mengetahui tingkat kualitas interaksi (*interaction quality*) *website* oyoos.com.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna (*user satisfaction*) *website* oyoos.com.
5. untuk mengetahui pengaruh secara parsial kemudahan pengguna (*usability*) terhadap kepuasan pengguna pada *website* oyoos.com.

6. untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas informasi (*information quality*) terhadap kepuasan pengguna pada *website* oyoos.com.
7. untuk mengetahui pengaruh secara parsial kualitas interaksi (*interaction quality*) terhadap kepuasan pengguna pada *website* oyoos.com.
8. untuk mengetahui pengaruh secara simultan kemudahan pengguna (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi (*interaction quality*) terhadap kepuasan pengguna pada *website* oyoos.com.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini yang selanjutnya diharapkan untuk dapat juga diterima pihak lain ataupun peneliti lain, sebagai berikut:

1.6.1 Manfaat Teoritis

Ditemukan manfaat secara teoritis yang dimaksudkan yaitu dapat diterima oleh pihak lain ataupun peneliti lain selanjutnya dapat meningkatkan juga memperluas referensi dan teori yang berkaitan dengan penggunaan metode *Webqual* 4.0 tentang analisis kualitas sistem informasi, hal lainnya yang menjadi manfaat yaitu dapat menjadi petunjuk dan pedoman bagi peneliti lain saat ingin melakukan penelitian.

1.6.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Penulis

Diharapkan bisa menambah dan memperluas pengetahuan dan wawasan penulis dalam menganalisis sistem informasi yang ada di perusahaan maupun instansi, kemudian diharapkan dapat berguna dalam dunia kerja.

2. Bagi Mahasiswa

Diharapkan dapat membantu mahasiswa dalam melakukan penelitian sebagai bahan tambahan dan juga pedoman penelitian terkhusus dalam metode *webqual* 4.0 dapat menjadi bahan untuk dibahas.

3. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat bermanfaat untuk perusahaan sebagai sumber informasi yang dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas informasi yang sekarang sedang digunakan, serta dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengambil keputusan untuk meningkatkan pelayanan perusahaan dan mengevaluasi kualitas sistem informasi yang digunakan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Dasar

2.1.1 Sistem Informasi

Sistem informasi dikenal sebagai sistem di dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mengolah serta menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pihak yang bersangkutan (R. W. Sari et al., 2019). Dapat diartikan juga sistem informasi adalah sekumpulan dari beberapa elemen yang berinteraksi dalam membentuk suatu kesatuan dengan tujuan mencapai sebuah *device* (Junita & Silalahi, 2021).

Sistem informasi adalah komponen-komponen yang saling berkaitan yang bekerja sama dalam mengumpulkan, mengelola, menyimpan, dan menampilkan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, pengaturan, analisis dan visualisasi pada sebuah organisasi (Mulyanto et al., 2020).

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan sistem informasi merupakan sekumpulan komponen yang bekerja sama dan berkaitan dalam mengumpulkan, mengelola, menyimpan, dan menampilkan informasi untuk mencapai sebuah tujuan dalam mengambil keputusan, mengkoordinasi, mengatur, menganalisis dan mengvisualisasi dalam organisasi.

Dalam (Rochman et al., 2019) menyebutkan bahwa terdapat 6 poin yang termasuk di dalam komponen semua jenis sistem informasi:

1. *Hardware* merupakan perangkat keras dari sebuah sistem informasi dalamnya berisi seluruh perangkat keras yang digunakan secara fisik baik

oleh komputer server atau komputer *client*. Beberapa contoh dari *hardware* yaitu monitor, printer, memori, CPU, *keyboard*, *harddisk* dan yang memiliki peran lain dalam jaringan komputer.

2. *Software* merupakan perangkat lunak yang dimiliki sistem informasi, yaitu sebuah program *operating system* (OS) untuk memantau, mengatur, mengolah dan juga mengkaji data. *Software* juga diketahui sebagai kumpulan program komputer yang dapat menolong sistem informasi mengoperasikan kewajibannya dan dapat dijalankan selayaknya.
3. *Database* (Basis Data) adalah kumpulan data dalam sistem informasi yang tertata atas tabel dan *file*. Diketahui bahwa sistem informasi memberikan informasi yang didapat dari satu ataupun sejumlah data yang diinput dan diproses, maka diperlukannya sebuah aplikasi untuk pengarsipan, pengolahan, dan penyajian data dan informasi secara terkomputerisasi.
4. *Network* (Jaringan) adalah media untuk menghubungkan elemen atau antar subsistem, sehingga memungkinkan terjadinya jalinan yang cepat dalam melangsungkan pertukaran data dan informasi.
5. Prosedur merupakan representasi atas suatu data tertentu dikerjakan dan dianalisa agar dapat menghasilkan produk dari sebuah sistem informasi.
6. *User* (Pengguna) merupakan pihak yang memiliki tanggung jawab dalam mengoperasikan dan melakukan perkembangan pada sistem informasi tersebut.

2.1.2 Analisis

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Analisis merupakan penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan, karangan, dan lainnya) untuk mendapatkan fakta yang tepat (asal usul, sebab penyebab, sebenarnya dan hal lainnya). Secara umum, analisis adalah tindakan yang memuat sejumlah kegiatan seperti menguraikan, menyeleksi, memisahkan suatu materi atau informasi menjadi kelompok yang lebih kecil sehingga dapat lebih mudah dipahami (Sepang et al., 2019). Sedangkan menurut (Halawa et al., 2020) analisis merupakan proses melihat balik ulasan penelitian yang berguna untuk memverifikasi data analisis statistik yang telah ditentukan sebelumnya.

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan analisis adalah sebuah tindakan melihat kembali ulasan penyelidikan, penguraian, dan pemisahan terhadap suatu peristiwa ataupun informasi untuk mendapatkan fakta atau informasi yang lebih tepat dan mudah dipahami.

2.1.3 Website

Menurut Yuhefizar dalam (Kinaswara et al., 2019) *website* merupakan kumpulan semua halaman web yang berguna untuk memperlihatkan beragam informasi berbentuk tulisan, gambar dan suara dari sebuah domain yang dibentuk dari suatu rangkaian yang saling terkait. Suatu halaman web yang sudah terhubung antara yang satu dengan yang lain disebut sebagai *hyperlink*, sedangkan teks yang terhubung dengan teks yang lain dikenal sebagai *hypertext*.

Menurut Jasmandi dalam (Hendrawan et al., 2020) *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman web beserta *file* pendukungnya, seperti gambar, video, dan

file digital lainnya yang diletakkan di *host* atau web server yang umumnya dapat diakses menggunakan internet.

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan *website* adalah kumpulan dari semua halaman dari *website* dengan *file* pendukungnya yang memperlihatkan berbagai informasi yang terbentuk dari rangkaian yang saling terhubung dan diletakkan dalam web server yang dapat diakses menggunakan internet.

2.1.3.1 Jenis-Jenis Website

Dalam (Dewi & Wardijono, 2021) mengklasifikasikan jenis-jenis *website* berdasarkan berbagai kategori, yaitu sebagai berikut:

1. Berdasarkan sifatnya

a. *Website* dinamis

Dikenal sebagai sebuah *website* yang menyediakan *content* atau isi yang selalu berganti-ganti setiap saat. contohnya *website* berita, seperti, www.kompas.com, www.detik.com, dan lain sebagainya.

b. *Website* statis

Merupakan *website* yang *content* ataupun isinya sangat jarang diubah . Bahasa pemrograman yang digunakan HTML dan belum memanfaatkan database, contohnya web *profile* organisasi, dan lain lain.

2. Berdasarkan fungsinya

a. *Personal web*

Merupakan *website* yang dimiliki seseorang (individu) yang memiliki isi informasi pribadi seseorang.

b. *Commercial web*

Merupakan website yang isinya adalah konten lengkap yang mendeskripsikan semua informasi yang dimiliki sebuah perusahaan.

c. *Government web*

Merupakan website yang dimiliki oleh instansi pemerintahan dan pendidikan mempunyai tujuan agar dapat memberikan pelayanan kepada pengguna mulai dari layanan berita, e-mail, dan jasa-jasa lainnya.

d. *Non-profit organization web*

Merupakan sebuah web yang dipunyai oleh organisasi yang bersifat non-profit atau tidak bersifat bisnis.

3. Berdasarkan bahasa pemrograman yang digunakan

a. *Server side*

Merupakan website yang menggunakan bahasa pemrograman yang tergantung kepada tersedianya server, seperti PHP, ASP dan lain sebagainya. Jika tidak ada server, website yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman di atas tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

b. *Client side*

Merupakan website yang tidak membutuhkan server dalam menjalankannya dan cukup diakses melalui *browser* saja.

2.1.3.2 Kriteria *Website* yang baik

Dalam (R. W. Sari et al., 2019) menjelaskan bahwa dari buku dengan judul *Step by Step WEB Design; Theory and Practices*, terdapat sejumlah karakter yang bisa dikatakan sebagai karakter *website* yang baik antara lain:

1. Kegunaan (*Usability*)

Berhubungan dengan pertanyaan “bisakah pengguna mendapatkan cara untuk menggunakan situs web tersebut dengan efektif” atau *usability* diartikan sebagai pengalaman *user* dalam berinteraksi dengan situs web atau internet hingga pengguna dapat menjalankannya dengan sederhana dan efisien.

2. Sistem Navigasi (Struktur)

Navigasi adalah format yang membantu pengguna dalam mendeteksi jalur yang mudah ketika mengeksplorasi situs web. Navigasi dapat dilihat dalam beragam media seperti tulisan, gambar, dan animasi.

3. *Graphic Design* (Desain grafis)

Kepuasan visual pengguna secara subjektif yang melibatkan seperti apa desainer visual situs web tersebut mengajak mata pengguna menikmati dan mengeksplorasi situs web lewat warna, *layout*, bentuk, dan tipografi.

4. Kompatibilitas (*Compatibility*)

Situs web harus kompatibel, harus memberikan opsi lain bagi *browser* yang tidak dapat melihat situsnya.

5. Lama respon (*Loading time*)

Penggunaan lama respon akan sangat berpengaruh bagi pengguna disebabkan karena semakin cepat respon *browser* yang dipakai maka semakin efisien juga pengguna dalam mengumpulkan informasi. Akan tetapi jika ketika menggunakan halaman web respon yang didapat lama sampai memakan waktu beberapa detik memungkinkan pengguna untuk menutup *browser*.

6. Konten (*Contents*)

Konten yang baik akan menarik, signifikan dan layak untuk dijadikan incaran pengguna situs web. Model penulisan dan bahasa yang digunakan wajib cocok dengan incaran pengguna. Kurangi kesalahan penulisan, kemudian tata bahasan, serta tanda baca dalam setiap halaman, *header* dan judulnya.

7. Fungsionalitas (*Functionality*)

Sebaik apakah sebuah situs web berjalan sesuai dengan aspek teknologinya, ini bisa meliputi programmer dengan *script*-nya, misalnya HTML (DHTML), PHP, ASP, *ColdFusion*, CGI, SSI, dan lain-lain.

8. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Beranda web harus bisa dipergunakan oleh setiap orang baik itu orang tua, remaja, anak-anak, serta orang cacat. Ada beragam gangguan yang dijumpai dari pihak pengguna untuk dapat menikmati beranda web seperti untuk beranda fisik, bagaimana meningkatkan pengguna konten saat satu atau lebih indra diberhentikan atau diminimalisir kerjanya terutama untuk user

yang memiliki kesulitan dan kekurangan indra penglihatan. Selain itu ada juga gangguan infrastruktur contohnya akses internet yang lambat.

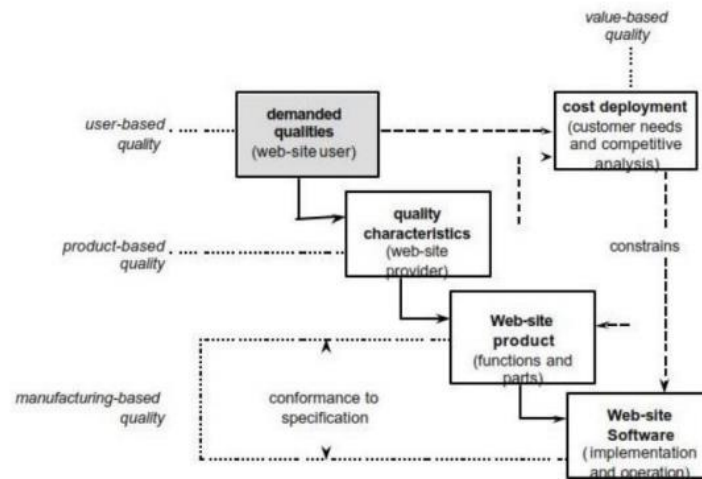
9. Interaktivitas (*Interactivity*)

Interaktivitas adalah segala hal yang meliputi pengguna situs web sebagai pengalaman pengguna dengan situs web tersebut. Fondasi dari interaktivitas adalah *hyperlinks* (link) dan prosedur *feedback*. Gunakanlah *hyperlink* untuk membantu pengguna ke topik lebih lanjut, sumber berita, topik terkait, atau lainnya.

2.1.4 *Webqual 4.0*

Webqual adalah suatu metode pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi dari pengguna akhir, sudah ditingkatkan sejak tahun 1998 dan juga sudah menghadapi beberapa iterasi dalam penyusunan poin-poin pertanyaannya. Pengembangannya sudah mencapai versi 4.0 yang disusun berdasarkan penelitian 3 area yaitu kualitas informasi, kualitas interaksi, dan kemudahan penggunaan (Nofirman et al., 2019).

Webqual menjadi salah satu tindakan yang efektif dalam berinteraksi dan berbisnis dengan pelanggan. Metode *Webqual* dikembangkan oleh Stuart Barnes dan Richard Vidgen menjadi salah satu metode yang dikembangkan dari metode *Servqual Zeithaml* dan sebelumnya sering digunakan pada dalam mengukur kualitas jasa pada *Webqual* yang berlandaskan pada *Quality Function Deployment* (QFD).



Gambar 2.1 *Quality Function Deployment Website*

Sumber: (Ramadan, 2020)

Webqual merupakan sebuah proses yang terstruktur dan teratur dalam mengenali dan membawa suara pelanggan melewati setiap tahap peningkatan produk dan atau jasa pelaksanaannya (Sulistyowati & Meisiana, 2019).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui fakta bahwa *webqual* merupakan suatu alat praktis dalam berkomunikasi dan bertransaksi pengukurannya didasarkan pada persepsi dari pengguna akhir dan sudah dikembangkan mencapai versi 4.0.

2.1.4.1 Dimensi *Webqual* 4.0

Terdapat beberapa pendeskripsian tiap-tiap dimensi *Webqual* 4.0 menurut beberapa sumber, yaitu:

1. Menurut (Riyanto & Bachri, 2019)
 - a. *Information Quality*

Berpokok pada penelitian tentang sistem informasi. Sejumlah pertanyaan yang ditingkatkan pada bagian ini disusun bedasar pada literatur yang berfokus pada kualitas dari data, informasi dan sistem.

b. *Service Intercation Quality*

Berpokok pada penelitian tentang kualitas pelayanan yang tentang marketing, perdagangan bentuk elektronik (*e-commerce*), dan sistem informasi.

c. *Usability*

Berpokok pada penelitian tentang bidang *Human Computer Interaction* (HCI) tentang pengaruh atau dampak antara manusia, komputer dan web *usability*.

2. Menurut (Fathoni et al., 2019)

a. *Usability Quality*

Merupakan mutu yang mempunyai hubungan atas rancangan *website* seperti penampilan, kemudahan penulusuran, serta pencarian.

b. *Information Quality*

Merupakan mutu yang berlandaskan isi dari *website*, pantas atau tidaknya informasi untuk kenginan dan tujuan si pengguna seperti keakuratan, struktur, serta keterlibatannya.

c. *Service Interaction Quality*

Merupakan mutu yang berlandaskan pada pelayanan interaksi yang dioperasikan si pengguna ketika menggunakan *website* ke bidang yang lebih lebar, kemudian terwujud keyakinan dan empati contohnya

perasaan aman dalam bertransaksi dan membagikan informasi melalui *website*.

3. Menurut (Winardi et al., 2021)

- a. *Usability* (kegunaan) adalah prespektif penilaian kualitas penggunaan *website* yang diukur dari segi interaksi dan desain dari *website*.
- b. *Information quality* (kualitas informasi) adalah prespektif penilaian yang diukur dari kualitas informasi terhadap pengguna *website* tersebut.
- c. *Service interaction quality* (kualitas layanan interaksi) adalah prespektif penilaian yang diukur dari layanan *website* dan juga keamanan informasi pengguna.

4. Menurut (Apriliani et al., 2020)

- a. *Usability* (kegunaan) adalah sebuah mutu yang berhubungan dengan konsep sebuah *website*, dimisalkan tampilan pada *website*, kemudahan dalam pencarian dan penggambaran yang diberikan pengguna.
- b. *Information quality* (kualitas informasi) adalah sebuah mutu diketahui dari isi yang ada dalam *website*, pantas atau tidaknya informasi diteruskan seperti informasi yang teapat, format dan keterkaitannya.
- c. *Service interaction quality* (kualitas layanan interaksi) adalah sebuah mutu yang memiliki hubungan dengan pengalaman dan perasaan pengguna ketika menavigasi *website*.

Berdasarkan uraian dimensi *webqual* 4.0 di atas maka peneliti menggunakan teori menurut (Apriliani et al., 2020) sebagai bahan acuan dalam

penjabaran indikator dimensi *webqual* 4.0, indikator-indikator tersebut dapat perhatikan tabel dibawah ini:

Tabel 2. 1 Dimensi Penggunaan pada *Webqual* 4.0

No	Deskripsi Indikator
1	Mudah untuk mempelajari pengoperasian <i>website</i> oyoos.com.
2	<i>Website</i> oyoos.com jelas dan mudah dipahami
3	Mudah untuk bernavigasi/menelusuri <i>website</i> oyoos.com
4	<i>Website</i> oyoos.com mudah untuk digunakan
5	<i>Website</i> oyoos.com memiliki tampilan yang menarik

Tabel 2. 2 Dimensi Kualitas Informasi pada *Webqual* 4.0

No	Deskripsi Indikator
1	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi yang akurat
2	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi yang terpercaya
3	Informasi yang di sajikan <i>website</i> oyoos.com <i>up to date</i>
4	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi yang relevan dengan apa yang dibutuhkan
5	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami
6	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi yang lengkap dan terperinci
7	Informasi yang di sajikan <i>website</i> oyoos.com menggunakan format yang umum

Tabel 2. 3 Dimensi Kualitas Interaksi pada *Webqual* 4.0

No	Deskripsi Indikator
1	<i>Website</i> oyoos.com memiliki reputasi baik
2	Aman saat berinteraksi melalui <i>website</i> oyoos.com
3	<i>Website</i> oyoos.com sangat menjaga informasi pribadi
4	<i>Website</i> oyoos.com memberikan ruang untuk personalisasi pengguna
5	<i>Website</i> oyoos.com memberikan ruang untuk komunitas
6	<i>Website</i> oyoos.com memberikan kemudahan untuk berkomunikasi
7	Semua layanan dalam <i>website</i> oyoos.com berjalan dengan baik dan optimal

2.1.5 Kepuasan Pengguna

Pada tingkat ini kepuasan pengguna sebagai pemeran penting, bagi perusahaan ataupun untuk pemerintahan dalam memberikan pelayanan. Menurut Kotler dalam (Nofirman et al., 2019) Kepuasan adalah perasaan gembira maupun rasa sedih seseorang atas suatu produk yang didapatkan dari hasil membandingkan kinerja produk dan keinginan dengan tujuan-tujuannya, sedangkan menurut Westbrook & Reilly menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah pandangan emosional terhadap pengalaman yang memiliki kaitan dengan produk atau jasa yang diperoleh.

Kualitas pelayanan yang baik terhadap pengguna bisa menambah nilai tambah bagi perusahaan dan menambah rasa kepuasan pelanggan terhadap perusahaan, sehingga meningkatkan daya saing dan manfaat bagi perusahaan. Tingkat kepuasan pengguna terbagi atas 3 tingkat, yaitu tidak puas, puas, dan sangat puas. Tingkat kepuasan pengguna merupakan ulasan bagi perusahaan untuk memperbaiki ataupun merubah dan juga menginovasi produk dan layanan untuk mengembangkan dan menjaga kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan (Septa & Umar, 2019).

Berdasarkan sejumlah definisi kepuasan dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pengguna adalah perasaan yang dialami pengguna website terhadap pengalaman setelah membandingkan layanan atau kinerja *website* dengan harapan juga keinginan terhadap layanan *website* tersebut.

2.1.5.1 Indikator Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler&Keller Dalam (Wachyuni & Wiweka, 2020) menjabarkan aspek-aspek yang diketahui sebagai pembentuk kepuasan pengguna:

1. *Re-Purchase*

Kepercayaan konsumen dapat mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli kembali produk atau jasa.

2. *Word of mouth*

Respon dari perspektif konsumen ketika menikmati dan merasa puas dengan produk atau jasa, secara khusus dapat berbentuk tanggapan atau rekomendasi.

3. *Brand Image*

Merek mempunyai beberapa fungsi seperti mengumpulkan informasi, memberikan karakter atau pembeda, menciptakan perasaan yang positif, meningkatkan kepekaan konsumen dan memberikan keuntungan bagi pelanggan, memberikan perasaan sesuai antara *brand* dengan sebuah produk, sampai memberikan alasan untuk membeli produk.

4. *Kualitas Produk (Product Quality)*

Dengan memiliki kualitas produk yang baik, konsumen akan merasa puas dalam melakukan transaksi.

5. *Harga (Price)*

Harga merupakan hal sensitif bagi pelanggan biasanya harga murah itulah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

6. *Kualitas Service (Service Quality)*

Apabila jasa yang diperoleh pelanggan sinkron dengan yang diinginkan maka kualitas pelayanan dipresepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya jika jasa yang diterima tidak sesuai dengan keinginan maka kualitas pelayanan dipresepsikan buruk. Dalam hal ini jasa atau pelayanan yang diberikan mempengaruhi kepuasan pengguna.

7. *Faktor Emosional (Emotional Factor)*

Merupakan faktor yang mempengaruhi model hidup seseorang, emosi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengguna dan merupakan peran penting terutama dalam bidang jasa

Terdapat tujuh indikator yang dijadikan fondasi dalam penilaian kepuasan pengguna dalam (Wachyuni & Wiweka, 2020) dengan tujuan dapat menyajikan informasi mengenai kondisi kepuasan pengguna dalam menggunakan *website* oyoos.com, dapat diperhatikan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. 4 Indikator Kepuasan Pengguna

No	Deskripsi Indikator
1	Saya akan mengunjungi <i>website</i> oyoos.com kembali
2	Saya mendengar hal positif tentang <i>website</i> oyoos.com
3	Saya senang berinteraksi menggunakan <i>website</i> oyoos.com
4	Kualitas dalam penggunaan <i>website</i> oyoos.com sangat baik
5	Harga yang diberikan <i>website</i> oyoos.com sudah sesuai dengan yang diinginkan
6	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi yang jelas mengenai data pelanggan, jadwal, metode dan jumlah pembayaran konsumen
7	Informasi data yang diberikan terjaga dengan baik

2.2 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian oleh (Nofirman et al., 2019) berjudul “Pengaruh Kualitas *Website* BPS Kab. Siak Terhadap Kepuasan Pengguna *Website* Menggunakan Metode *Webqual 4.0*” dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa ketiga variabel memberikan kontribusi sebesar 63,80% terhadap kepuasan pengguna, dimana variabel yang memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan pengguna adalah kemudahan penggunaan 36,40% sedangkan yang memberikan kontribusi terkecil adalah kualitas interaksi sebesar 9,20%.
2. Penelitian oleh (Ramadan, 2020) berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas *Website* Admin PMB BSI-Group Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode *Webqual 4.0*” dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *website*, variabel kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *website*, variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *website*.
3. Penelitian oleh (Tulodo & Solichin, 2019) berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan *Perceived Usefulness* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan” Berdasarkan analisa dan pembahasan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, kualitas informasi dan *perceived usefulness*

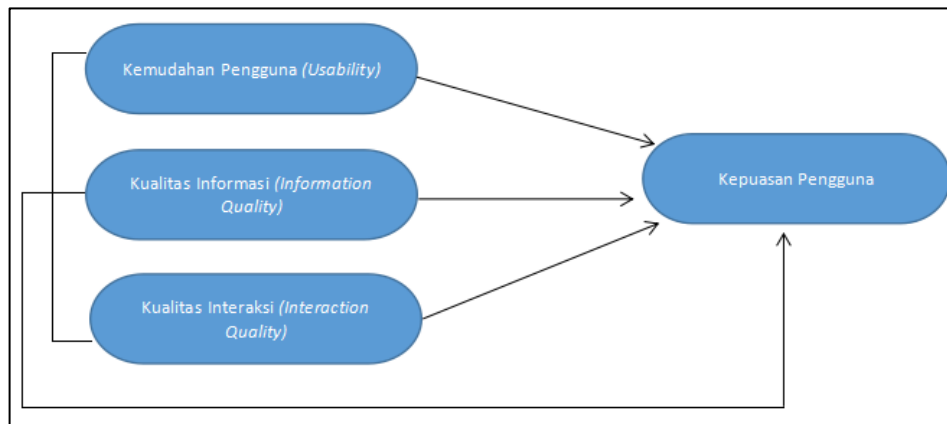
berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, dan kepuasan pengguna terhadap kinerja individu.

4. Penelitian oleh (Riyanto & Bachri, 2019) berjudul “Analisis Pengukuran Kualitas *Website* Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan *Webqual 4.0*” Berdasarkan analisis deskriptif yang sudah dikerjakan pengguna berpendapat bahwa kualitas yang diinginkan pada kualitas *website* masuk kedalam kelompok sangat penting. Kemudian performa kualitas *website* yang diharapkan pengguna tergolong cukup rendah dan pengguna berpendapat bahwa kualitas yang diharapkan pada kualitas *website* Ebill Tour masuk kedalam kategori cukup baik. Berlainan dengan penilaian pada tingkat kepuasan yang mempunyai hasil masih sangat kurang dibandingkan dengan harapan pengguna. Jadi, pengguna *website* belum merasa puas terhadap kualitas yang diberikan.
5. Penelitian oleh (Latief & Canta, 2022) berjudul “Analisis Kualitas *Website* SMK Negeri 2 Penajam Paser Utara Menggunakan Metode *Webqual 4.0*” Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui bahwa *website* SMK Negeri 2 Penajam Paser Utara belum memuaskan kebutuhan pengguna, dari 4 variabel yang ditingkatkan, sesudah dilakukan analisis dua hipotesis memiliki pengaruh positif dan signifikan atas pengguna *website* SMK Negeri 2 Penajam Paser Utara, dari hasil uji t variabel *Usability* dan variabel *Interaction Quality* mempunyai nilai positif dan secara bersamaan memiliki pengaruh positif dan juga signifikan. Sementara satu hipotesis tidak

memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengguna *website* SMK Negeri 2 Penajam Paser Utara yaitu Variabel *Information Quality*.

6. Penelitian oleh (M. N. K. Sari & Utamajaya, 2022) berjudul “Pengaruh Kualitas *Website* Traveloka Menggunakan *Webqual* 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna” Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap kepuasan pengguna pada komunitas Traveloka di telegram, diperoleh bahwa kualitas penggunaan dan kualitas interaksi tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna *website* Traveloka, sedangkan kualitas informasi berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna *website* Traveloka artinya setiap peningkatan kualitas informasi akan meningkatkan kepuasan pengguna terhadap *website*.
7. Penelitian oleh (Az-zahra et al., 2022) berjudul “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Kawasan Agrowisata Cicantayan Menggunakan *Webqual* 4.0” Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa hasil analisis variabel kualitas kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi mendapatkan kategori sangat baik. Setelah dilakukan analisis regresi, didapatkanlah hasil yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh pada variabel kemudahan, kualitas informasi, kualitas interaksi terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil uji regresi kemudahan, kualitas informasi dan kualitas interaksi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

2.3 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

Sumber: (Penulis, 2022)

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut maka terdapat 4 hipotesis dan juga rumusan masalah dan tujuan penelitian.

1. Ho: Tingkat Kemudahan Pengguna (*Usability*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak baik.
H1: Tingkat Kemudahan Pengguna (*Usability*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House baik.
2. Ho: Tingkat Kualitas Informasi (*Information Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak baik.
H2: Tingkat Kualitas Informasi (*Information Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House cukup baik.
3. Ho: Tingkat Kualitas Layanan (*Interaction Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak baik.
H3: Tingkat Kualitas Layanan (*Interaction Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House cukup baik.

4. Ho: Tingkat Kepuasan Pengguna (*User Satification*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak baik.

H4: Tingkat Kepuasan Pengguna (*User Satification*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House cukup baik.

5. Ho: Kemudahan Pengguna (*Usability*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satification*).

H5: Kemudahan Pengguna (*Usability*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satification*).

6. Ho: Kualitas Informasi (*Information Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satification*).

H6: Kualitas Informasi (*Information Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satification*).

7. Kualitas Layanan (*Interaction Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satification*).

H7: Kualitas Layanan (*Interaction Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satification*).

8. Ho: *Usability, Information Quality, Interaction Quality* secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kualitas Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

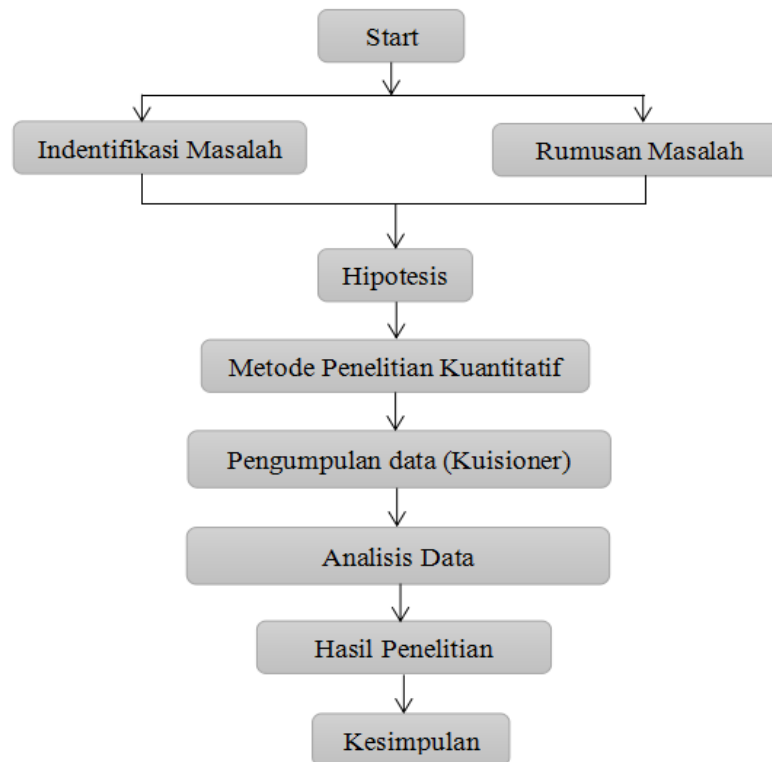
H8: *Usability, Information Quality, Interaction Quality* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kualitas Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Didalam desain penelitian, hal penting adalah membuat cetak biru yang berguna sebagai metode yang akan digunakan dalam sebuah penelitian. Ketika melakukan proses penelitian berupa pengambilan data metode penelitian adalah pedoman yang utama, dengan desain penelitian yang akurat diharapkan akan bisa membantu peneliti. pedoman penelitian harus dimiliki oleh peneliti untuk menentukan metode apa yang digunakan oleh peneliti. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif dan diolah menggunakan SPSS 20 sehingga menghasilkan sebuah kesimpulan dari penelitian ini. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu metode yang mempunyai sifat induktif, objektif, dan ilmiah yang diketahui data data yang dihasilkan berbentuk angka-angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik (Dewi & Wardijono, 2021).



Gambar 3.1 *Rancangan Desain Penelitian*

Sumber: (Penulis, 2022)

3.2 Operasional Variabel

Menurut (Aripradono M.M., M.MT. & Ardiansyah, S. Kom., 2021) terdapat dua variabel yang dapat diklasifikasikan penulis untuk melakukan penelitian, dapat diperhatikan dibawah ini:

1. Variabel Eksogen adalah variabel yang tidak dipengaruhi atau didahului oleh variabel sebelumnya. Dalam penelitian yang termasuk dalam variabel eksogen adalah *Usability (X1)*, *Information Quality (X2)*, *Interaction Quality (X3)*.

2. Variabel Endogen adalah variabel yang dipengaruhi atau didahului oleh variabel sebelumnya. Dalam penelitian yang termasuk dalam variabel endogen adalah Kepuasan Pengguna (Y).

Dapat kita ketahui variabel X dan Y dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.1 Variabel Dalam Penelitian

Variabel	Keterangan
X1	Kemudahan Pengguna (<i>Usability</i>)
X2	Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)
X3	Kualitas Interaksi (<i>Interaction Quality</i>)
Y	Kepuasan Pengguna

Sumber: (Penulis, 2022)

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah seluruh subjek penelitian. Dalam (Harahap, 2020) Sugiyono menjelaskan bahwa “Populasi adalah wilayah yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya”.

Populasi dalam penelitian adalah karyawan yang menggunakan *website* oyoos.com dengan observasi penelitian pada karyawan dari sejumlah hotel di kota Batam yang berpartner dengan OYO yang berjumlah 115 orang.

3.3.2 Sampel

Dalam (Apriliani et al., 2020) menjelaskan bahwa “sampel adalah anggota dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut” Teknik *sampling* dalam penelitian ini menggunakan teknik *sampling* jenuh. Menurut (Apriliani et al., 2020) *sampling* jenuh merupakan teknik penetapan sampel yang memanfaatkan seluruh anggota dari populasi untuk digunakan sebagai sampel.

Didasarkan pada penentuan teknik pengambilan sampel di atas dengan memanfaatkan teknik *sampling* jenuh dari jumlah populasi berjumlah 115 responden, maka yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 115 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dengan melihat kondisi metode pengumpulan data merupakan bagian utama dalam menentukan hasil dari sebuah penelitian, maka peneliti menggunakan teknik wawancara, kuesioner, dan observasi. Penjelasan masing-masing teknik dalam (Dwi Juniansyah et al., 2020) sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti akan melakukan studi pendahuluan untuk dapat menemukan permasalahan yang harus diteliti dan bagaimana mengerjakannya. Dalam kegiatan wawancara ini pihak peneliti mewawancarai beberapa pihak yaitu manajer dan karyawan hotel OYO Kara Guest House di kota Batam. Beberapa hal yang dipertanyakan dalam wawancara ini yaitu berkaitan dengan permasalahan yang terjadi pada *website* oyoos.com, kerjasama yang dilakukan, fasilitas yang diberikan pihak OYO dan beberapa hal lainnya yang berhubungan.

2. Kuesioner

Kuesioner dilakukan dengan cara memberikan beberapa pertanyaan tertulis maupun lisan kepada responden untuk dijawab dan dijadikan bukti. Kuesioner dibagikan kepada pengguna yang memiliki hak akses oyoos.com di beberapa hotel yang menjalin kerjasama dengan OYO di kota Batam.

3. Observasi

Observasi dilakukan apabila penelitian ini memiliki hubungan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala alam dan jika responden yang diamati tidak terlalu besar atau bisa dimengerti. Dalam kegiatan observasi peneliti mengobservasi kegiatan yang dilakukan pengguna dalam memanfaatkan *website* tersebut, kemudian mencoba untuk menggunakan *website* tersebut sebagai bagian untuk mengetahui proses kerja dari *website*.

3.5 Metode Analisis Data

Metode atau teknik analisis data adalah “Pendesripsian dari teknik analisis yang digunakan oleh peneliti dalam memproses dan menganalisa data yang sudah dikumpulkan” contohnya pengumpulan data, pengurangan data, presentasi data dan pengambilan kesimpulan (Effendy & Sunarsi, 2020).

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah media analisis untuk memberikan penjelasan, meringkas, mengurangi, menyederhanakan, menyusun, dan menyajikan data dalam format yang sistematis, sehingga mudah dibaca, dipahami, dan diambil kesimpulannya (Febriastuti & Humdiana, 2021). Analisis deskriptif terbagi menjadi 5 skala ordinal yang diukur dengan jawaban:

1. Sangat Tidak Setuju/ Sangat Tidak Baik = 1
2. Tidak Setuju/ Tidak Baik = 2
3. Netral/ Cukup Baik = 3
4. Setuju/ Baik = 4
5. Sangat Setuju/ Sangat Baik = 5

Dalam (Tukino, 2019) skor paling rendah diperoleh dari hasil menghitung nilai paling rendah dikalikan jumlah sampel, sedangkan skor paling tinggi diperoleh dari hasil menghitung nilai paling tinggi dikalikan jumlah sampel. Dengan demikian didapat perhitungan jika jumlah sampel 115 maka dalam perhitungan skor terendah yaitu $1 \times 115 = 115$ (Min), sedangkan apabila skor tertinggi maka $5 \times 115 = 575$ (Max). Dalam menentukan rentang skala digunakan rumus sebagai berikut:

$$RK = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3. 1 Rentang Skala

Sumber: (Tukino, 2019)

Keterangan:

n: jumlah sampel

m: jumlah alternatif item

Berdasarkan penggunaan rumus diatas, maka didapatkan jumlah rentang skala yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$RS = \frac{115(5-1)}{5} = \frac{115(4)}{5} = \frac{460}{5} = 92$$

Berdasarkan hasil perhitungan didapatkan penjelasan bahwa rentang skala yang didapat adalah 92 dimana tiga variabel merupakan variabel independen dan yang lainnya adalah variabel dependen. Dengan demikian diperoleh rentang skala yang didasarkan pada perhitungan di atas, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 3. 2 Rentang Skala Kriteria Analisis Deskriptif

Rentang Skala	Kategori
115 - 207	Sangat Tidak Setuju/ Sangat Tidak Baik
208 - 299	Tidak Setuju/ Tidak Baik
300 – 391	Netral/ Cukup Baik
392 – 483	Setuju/ Baik
484 – 575	Sangat Setuju/ Sangat Baik

Sumber: Hasil Pengerjaan SPSS 22

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid (sah) atau tidak validnya suatu kuesioner, jika valid maka instrumen tersebut dapat dipakai dalam penelitian ini. Standar yang digunakan dalam uji validitas adalah, bilamana rhitung lebih besar dibandingkan rtabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan taraf signifikansi < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut valid (sah) dan dapat digunakan sebagai data penelitian (Lestari et al., 2019). Uji validitas data memakai rumus dibawah ini:

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

Rumus 3. 2 Uji Validitas Data

Sumber: (Lestari et al., 2019)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah responden

x = Skor pertanyaan

y = Skor total

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur keakuratan suatu kuesioner dan bertujuan untuk mengetahui konsistensi dari instrumen sebagai alat ukur, sebuah instrumen dinyatakan reliabel jika instrumen tersebut dapat memperoleh hasil yang sama dalam beberapa kali pengukuran obyek yang sama (Lestari et al., 2019).

Suatu kuesioner bisa dikatakan handal jika tanggapan responden terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu, dimana reliabilitas dapat dijadikan sebuah acuan untuk mengetahui sampai sejauh mana hasil dari pengukuran relatif konstan apabila di pengukuran dilakukan berulang kali. Uji reliabilitas diperoleh dengan perhitungan pada *cronbach alpha* masing-masing item dan dibantu dengan menggunakan IBM SPSS versi 20. Suatu instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai α positif dan memiliki nilai lebih besar atau sama dengan 0,6. Diketahui apabila semakin tinggi nilai alpha (α), maka semakin handal alat pengukuran yang digunakan (Kurniawan et al., 2019).

$$r_{11} = \frac{n}{(n-1)} \left\{ 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right\}$$

Rumus 3. 3 *Alpha Cronbach*

Sumber: (Fathoni et al., 2019)

Keterangan:

r_{11} : Reliabilitas yang dicari

n : Jumlah item pertanyaan

$\Sigma\sigma_t^2$: Jumlah varians skor tiap item

σ_t^2 : Varians total

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas mempunyai tujuan untuk memverifikasi apakah model regresi, variabel pengganggu ataupun residual terdistribusi normal atau tidak (A. Hidayat & Sadewa, 2020). Nilai residu yang terdistribusi normal akan membentuk pola yang jika diilustrasikan berbentuk lonceng (*Bell shaped curve*) data tersebut dikatakan baik jika menemui pola lonceng yang tidak menyimpang ke kanan ataupun ke kiri, pembahasan ini selanjutnya didukung dengan penggunaan pendekatan grafik normal *probability plot* dimana dapat diperhatikan dari distributif kumulatif yang diilustrasikan dengan garis lurus dari kiri bawah ke kanan atas jika titik menyebar disekitar garis atau mengikuti garis maka data dikatakan terdistribusi normal (Desrianto & Afridola, 2020).

Pengujian normalitas juga dapat dilihat dengan memperhatikan nilai signifikan dengan menggunakan *Kolmogrov-Smirnov* dengan menggunakan rumus nilai signifikannya adalah 5%, data dapat dibuktikan normal jika mendapatkan nilai sig yang lebih tinggi dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$) (Falah, 2019).

3.5.3.2 Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah situasi saat model regresi diketahui adanya korelasi yang sempurna atau menyeluruh antar variabel independen, namun pada regresi yang baik semestinya tidak mengalami korelasi yang sempurna atau menyeluruh diantara variabel independen. Uji multikolinieritas dimanfaatkan untuk

mengetahui ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel bebasnya, maka hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikatnya menjadi terganggu (Zenia et al., 2021).

Dalam menemukan apakah data memiliki permasalahan multikolinearitas atau tidak dalam model regresi, maka dapat dideteksi dari nilai *tolerance* yang lebih dari 0.1 atau VIF (*Variance Inflation Factor*) yang kurang dari 10. Semakin tinggi korelasi antar variabel bebas maka nilai *tolerance* semakin rendah (mendekati 0) dan nilai VIF semakin tinggi. Pedoman umum (*rule of thumb*) untuk batasan nilai VIF dan *tolerance*. Dikatakan tidak mengalami kendala multikolinearitas apabila nilai di bawah 10 untuk VIF ($VIF < 10$) dan di atas 10% untuk *tolerance* (toleransi $> 0,1$) (Syukron & Lestari S, 2020).

3.5.3.3 Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas diaplikasikan untuk menemukan apakah dalam model regresi terjadi perbedaan *variance* residual dari satu peninjauan ke peninjauan yang lainnya. Apabila *variance* diketahui tidak sama maka disebut heterokedastisitas (Zenia et al., 2021).

Jika *variance* dari satu peninjauan ke peninjauan yang lainnya sama dapat dikatakan dengan homokedastisitas, sedangkan apabila *variance*-nya terjadi ketidaksamaan maka dikatakan terjadi heterokedastisitas. Model yang baik adalah model homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas, untuk menyelidiki terjadinya heterokedastisitas atau tidak dapat diverifikasi dengan menggunakan Uji Glejser. Diketahui probabilitas nilai signifikan dengan tingkat kepercayaan

yaitu lebih tinggi dari 5% ($\text{sig} > 5\%$), maka diketahui bahwa model regresi tidak terjadi heterokedastisitas (Ardian, 2019).

3.5.1 Uji Pengaruh (Persamaan Regresi Linier Berganda)

Dalam melihat pengaruh dari variabel bebas *Usability* (X1), *Information Quality* (X2), *Interaction Quality* (X3) dan variabel terikat Kepuasan Pengguna (Y) metode yang digunakan analisis Regresi Linier Berganda, yang memperlihatkan pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Rumus 3. 4 Regresi Linier Berganda

Sumber: (Roz, 2020)

Keterangan:

X1 = *usability*

X2 = *information quality*

X3 = *service interaction*

e = eror

Y = kepuasan pengguna

B1,B2,B3 = koefisien regresi

3.5.1.1 Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) bertujuan untuk mengidentifikasi adanya korelasi yang sempurna atau tidak pada pergantian variabel bebas (kemudahan penggunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi) apakah akan diikuti oleh variabel terikat (kepuasan pengguna) pada porposi yang sama (Riyanto & Bachri, 2019).

Koefisien determinasi pada dasarnya mengidentifikasi seberapa besar potensi dalam menjelaskan variabel-variabel dependen atau bisa disebut sebagai alat ukur besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Angka dari koefisien determinasi di antara 0 dan 1, jika angka dari koefisien determinasi mendekati 1 maka semakin besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (T. Hidayat, 2020).

3.5.1.2 Uji t (Parsial)

Uji T bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari variabel bebas (X) secara parsial terhadap variabel terikat (Y). Tingkat signifikansi yang ditetapkan adalah 0,05, tujuan lainnya dari uji ini menjelaskan signifikansi untuk pengujian hipotesis dalam penelitian.

$$t = T\left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right) \quad \text{Rumus 3. 5 Uji t (Parsial)}$$

Sumber: (M. N. K. Sari & Utamajaya, 2022)

Keterangan:

a = Tingkat kepercayaan (0.05 atau 5%)

n = Jumlah sampel

k = Jumlah variabel independen

Hipotesis variabel independen kemudahan penggunaan (*usability*) dengan variabel dependen kepuasan pengguna.

1. *Usability* dikatakan mempunyai pengaruh secara positif atas kepuasan pengguna apabila diketahui nilai t hitung mempunyai nilai lebih besar (>)

dari nilai t tabel dan nilai signifikan mempunyai nilai lebih kecil ($<$) dari 0,05.

2. *Usability* dikatakan mempunyai pengaruh secara negatif atas kepuasan pengguna apabila diketahui nilai t hitung mempunyai nilai lebih kecil ($<$) dari nilai t tabel dan nilai signifikan mempunyai nilai lebih besar ($>$) dari 0,05.

Hipotesis variabel independen kualitas informasi (*information quality*) dengan variabel dependen kepuasan pengguna.

1. *Information quality* dikatakan mempunyai pengaruh secara positif atas kepuasan pengguna apabila diketahui nilai t hitung mempunyai nilai lebih besar ($>$) dari nilai t tabel dan nilai signifikan mempunyai nilai lebih kecil ($<$) dari 0,05.
2. *Information quality* dikatakan mempunyai pengaruh secara negatif atas kepuasan pengguna apabila diketahui nilai t hitung mempunyai nilai lebih kecil ($<$) dari nilai t tabel dan nilai signifikan mempunyai nilai lebih besar ($>$) dari 0,05.

Hipotesis variabel independen kualitas interaksi (*interaction quality*) dengan variabel dependen kepuasan pengguna.

1. *Interaction quality* dikatakan mempunyai pengaruh secara positif atas kepuasan pengguna apabila diketahui nilai t hitung mempunyai nilai lebih besar ($>$) dari nilai t tabel dan nilai signifikan mempunyai nilai lebih kecil ($<$) dari 0,05.

2. *Interaction quality* dikatakan mempunyai pengaruh secara negatif atas kepuasan pengguna apabila diketahui nilai t hitung mempunyai nilai lebih kecil ($<$) dari nilai t tabel dan nilai signifikan mempunyai nilai lebih besar ($>$) dari 0,05.

3.5.1.3 Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari variabel bebas dengan variabel terikat secara bersamaan atau simultan (Lestari et al., 2019).

Dapat kita ketahui Hipotesis sebagai berikut:

1. H_0 variabel bebas independen X tidak mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat dependen Y.
2. H_1 variabel bebas independen X mempunyai pengaruh secara bersamaan terhadap variabel terikat dependen Y.

Kriteria penilaian Uji F merupakan:

1. Diketahui jika nilai F hitung lebih besar ($>$) dari nilai F tabel, dan nilai sig kurang atau lebih kecil ($<$) dari 0,05 dikatakan H_0 ditolak serta H_1 dan diidentifikasi bahwa semua variabel independen (X) mempunyai pengaruh secara bersamaan atau simultan terhadap variabel dependen (Y).
2. Diketahui jika nilai F hitung lebih kecil ($<$) dari nilai F tabel, dan nilai sig besar atau lebih ($>$) dari 0,05 dikatakan H_1 ditolak serta H_0 diterima dan diidentifikasi bahwa semua variabel independen (X) tidak mempunyai pengaruh secara bersamaan atau simultan terhadap variabel dependen (Y).

F hitung bisa hitung dengan rumus berikut:

$$F = f(k; n - k)$$

Rumus 3. 6 Uji F

Sumber: (Latief & Canta, 2022)

Keterangan:

N: Jumlah anggota sampel

K : Jumlah variabel independen (X)

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Tempat atau lokasi diketahui sebagai sebuah titik berada peneliti mengerjakan penelitiannya, penelitian dikerjakan di OYO Kara Guest House cabang kota Batam yang berlokasi di Jalan Ahmad Yani NO. AA2 – Batam, 29444. Diketahui bahwa OYO Kara Guest House cabang kota Batam lokasinya tepat berada di dalam kawasan Kara Industrial Park, hotel ini memiliki 4 tingkat lantai dan mempunyai 8 staff yang bekerja dan memiliki bakat dibidangnya masing-masing.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Tabel 3.3 Jadwal Penelitian

KEGIATAN	Maret 2022				April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli 2022			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul																				
Studi Pustaka																				
Metode Penelitian																				
Kuisisioner																				
Data Pengolahan																				
Kesimpulan																				
Penyelesaian Skripsi																				