

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN *WEBSITE*
WWW.TAKADELI.COM MENGGUNAKAN METODE
*WEBQUAL 4.0***

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana



Oleh
Leni Artati Br Brutu
123410015

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2017**

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN *WEBSITE*
WWW.TAKADELI.COM MENGGUNAKAN METODE
*WEBQUAL 4.0***

SKRIPSI



Oleh
Leni Artati Br Brutu
123410015

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM**

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN *WEBSITE*
WWW.TAKADELI.COM MENGGUNAKAN METODE
WEBQUAL 4.0**

**Oleh
Leni Artatti Br Brutu
123410015**

**SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar sarjana**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 17 Februari 2017

**Steffi Adam, S.SI., M.MSI.
Pembimbing**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, dan atau magister), baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi.

Batam, 17 February 2017

Yang membuat pernyataan,

Leni Artati Br Brutu

123410015

ABSTRAK

Teknologi informasi yang berkembang dengan cepat menuntut penyampaian informasi yang cepat dan akurat. Takadeli adalah perusahaan yang bergerak dibidang *cake* berdiri sejak tahun 2003 di Batam. Layanan berbasis internet yang digunakan takadeli adalah *website*, *website* atau yang biasa disebut *web* mampu menyediakan informasi dalam bentuk teks, gambar, suara, maupun gambar bergerak. *Website* Takadeli dapat diakses melalui www.takadeli.com. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan *website* www.takadeli.com menggunakan metode *webqual* 4.0. Untuk mengetahui apakah www.takadeli.com ini sudah baik digunakan atau tidak terhadap pengguna *website*, dan untuk mengetahui tingkat kualitas layanan *website* www.takadeli.com. Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS v.20, untuk pengolahan data menggunakan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan variabel *Usability*, *Information Quality*, *Interaction Quality*, mempunyai hasil yang baik dan cukup baik terhadap tingkat layanan terhadap konsumen. Dilihat dari hasil rekapitulasi dari masing-masing dimensi dimana *usability* dinyatakan baik, dan *information quality* dinyatakan cukup baik, serta *interaction quality* dinyatakan baik.

Kata kunci: Kualitas *website*, *Usability*, *Information Quality*, *Interaction Quality*, *Webqual* 4.0

ABSTRACT

Information technology is expanding rapidly demanding rapid delivery of information and akurat. Takadeli is a company engaged in cake stood since 2003 in the Internet-based Batam. Layanan used takadeli is a website, website or commonly called a web capable of providing information in text form, images, sounds, and moving images. The website can be accessed through www.takadeli.com Takadeli. This study aimed to analyze the quality of website services www.takadeli.com using WebQual 4.0. To determine whether this www.takadeli.com has been either used or not the users of the website, and to determine the level of service quality www.takadeli.com website. In this study using SPSS v.20, for processing data using questionnaires. Results showed variable Usability, Information Quality, Interaction Quality, have good results and good enough on the level of service to consumers. Judging from the results of recapitulation of each dimension where otherwise good usability, and quality information otherwise quite good, as well as the interaction otherwise good quality.

Keywords: :Quality website, Usability, Information Quality, Interaction Quality, Webqual 4.0

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL

SURAT PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR RUMUS	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1.	Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2.	Identifikasi Masalah	6
1.3.	Pembatasan Masalah.....	6
1.4.	Perumusan Masalah	7
1.5.	Tujuan Penelitian.....	7
1.6.	Manfaat Penelitian	8
1.6.1.	Aspek Teoritis (Keilmuan).....	8
1.6.2.	Aspek Praktis.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1	Konsep Teoritis	9
2.1.1.	Pengertian <i>Website</i>	9
2.1.2.	Prinsip situs <i>website</i>	10
2.1.3.	Jenis Situs <i>Website</i>	13
2.1.4.	Fungsi Situs <i>Website</i>	16
2.1.5.	Manfaat Situs <i>Website</i>	17
2.1.6.	Kriteria <i>Website</i> yang Baik.....	18
2.1.7.	Kualitas <i>Website</i>	22
2.1.8.	<i>Webqual</i>	23
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	26
2.3.	Kerangka Berfikir	29

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain penelitian	30
3.2	Operasional Variabel	31
3.3.	Populasi dan Sampel.....	33
3.3.1	Populasi.....	33
3.3.2	Sampel.....	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1	Alat Pengumpulan Data.....	36
3.5.	Metode Analisis Data	36
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	37
3.5.2.	Uji Kualitas Data	39
3.5.2.1.	Uji Validitas Data	40
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas Data	41
3.6.	Lokasi dan Jadwal Peneliti	43
3.6.1.	Lokasi Penelitian	43
3.6.2.	Jadwal Penelitian	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	45
4.1.1	Profil Responden.....	45
4.1.2	Hasil Uji Validitas	49
4.1.3	Hasil Uji Reliabilitas	54
4.1.4	Hasil Analisis Deskriptif	55
4.2	Pembahasan	60
4.2.1	Tingkat <i>Usability Website</i>	60
4.2.2	Tingkat <i>Information Quality Website</i>	62
4.2.3	Tingkat <i>Interaction Quality Website</i>	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	65
5.2	Saran	66

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1	Indikator <i>Webqual</i> 4.0.....25
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu26
Tabel 3.1	Variabel Kualitas Layanan.....32
Tabel 3.2	Skala Linkert.....36
Tabel 3.3	Skala Numerik LSR.....39
Tabel 3.4	Koefisien Korelasi <i>Range Validitas</i>41
Tabel 3.5	Indeks Koefisien Reliabilitas42
Tabel 3.8	Jadwal Penelitian44
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....45
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia46
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....47
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....48
Tabel 4.5	Hasil Uji Validitas50
Tabel 4.6	Hasil Keseluruhan Uji Reliabilitas54
Tabel 4.7	Hasil keseluruhan Uji Deskriptif55

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 <i>Website www.Takadeli.com</i>	4
Gambar 2.1 Kerangka pemikiran	29
Gambar 3.1 Desain Penelitian	30
Gambar 4.1 Diagram <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
Gambar 4.2 Diagram <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Usia	47
Gambar 4.3 Diagram <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Pendidikan	48
Gambar 4.4 Diagram <i>Pie Chart</i> Berdasarkan Pekerjaan.....	49

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 <i>Likert'Sumated Rating</i>	38

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Teknologi informasi yang berkembang dengan cepat menuntut penyampaian informasi yang cepat dan akurat. Salah satu cara yang dilakukan perusahaan atau individu untuk menyajikan informasi yang cepat dan akurat adalah dengan menggunakan teknologi internet. Internet merupakan salah satu media yang sangat banyak digunakan oleh masyarakat pada masa kini guna untuk melakukan promosi atau hanya sekedar pemberitahuan atau memperoleh informasi saja.

Dengan internet juga pelaku bisnis tidak lagi kesulitan dalam memperoleh informasi apapun untuk menunjang aktivitas bisnisnya, bahkan saat ini dapat diperoleh berbagai macam informasi, sehingga informasi harus disaring untuk mendapatkan informasi yang tepat dan relevan. Pengguna internet dalam bisnis berubah dari fungsi sebagai alat untuk pertukaran informasi secara elektronik menjadi alat untuk aplikasi strategis bisnis seperti : pemasaran, penjualan, dan pelayanan pelanggan. Kebutuhan informasi saat ini semakin meningkat tidak membuat para pemberi informasi merasa kesulitan untuk menyebarkan informasi lagi. Hal ini bisa dilihat dari banyak komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur, dagang, dan jasa untuk saling tukar informasi. Pertukaran informasi

ini dapat terjadi karena ada teknologi dan komunikasi yang diciptakan oleh para peneliti-peneliti di dunia ini. Penelitian di bidang teknologi informasi selalu mengalami perkembangan yang signifikan. Untuk dapat melakukan pertukaran informasi maka dibutuhkan suatu aplikasi sebagai penghubung kepada pengguna, aplikasi tersebut salah satunya adalah *web* atau *website*. Sejak adanya aplikasi *web* dan semakin banyak pula para perusahaan atau pembisnis yang beralih menggunakan *website* untuk menawarkan barang atau jasa yang dimiliki perusahaan tersebut.

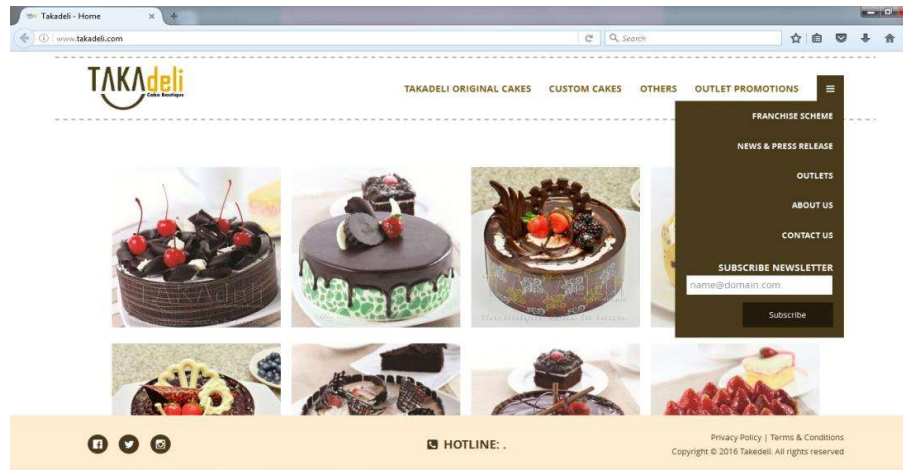
Menurut Simarmata (2009: 47-49) secara teknis, *Web* adalah sebuah sistem dengan informasi yang disajikan dalam bentuk teks, gambar, suara, dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah server *web* internet yang disajikan dalam bentuk hiperteks. Informasi *web* dalam bentuk teks umumnya ditulis dengan format HTML (*Hypertext Markup Language*). Informasi lainnya disajikan dalam bentuk grafis (dalam format GIF, JPG, PNG), suara (dalam format AU, WAV), dan objek multimedia lainnya (seperti MIDI, Shockware, Quictime Movie, 3D World). *Web* dapat diakses oleh perangkat lunak *client web* yang dapat disebut *browser*. *Browser* membaca halaman – halaman *web* yang tersimpan dalam server *web* melalui protocol yang disebut HTTP (*Hypertext Transfer Protocol*). Sebagaimana dokumen hiperteks, dokumen-dokumen pada *web* dapat memiliki tautan (*link*) dengan dokumen lain, baik yang tersimpan dalam *server web* yang sama maupun pada *server web* lainnya.

Sebuah *website* akan sering dikunjungi oleh pengguna jika sebuah *website* memiliki kemudahan dalam mengakses dan berinteraksi. Dengan adanya

kemudahan dalam mengakses *website* maka pengunjung akan merasa nyaman dan kemungkinan besar akan mengakses kembali dihari yang akan datang. Perkembangan teknologi informasi yang demikian pesat memberikan dampak perubahan layanan perusahaan. Layanan kepada pengguna juga dapat dilakukan secara online, contohnya adalah perusahaan- perusahaan yang menjual dan mempromosikan barang atau jasa melalui *website* perusahaannya.

Takadeli adalah perusahaan yang bergerak dibidang *cake* berdiri sejak tahun 2003 di Batam dan telah menjadi pemain utama dalam industri *cake* di Batam. Takadeli telah diakui para konsumennya mempunyai keunggulan di bidang kualitas dan inovasi produk yang terus-menerus berkesinambungan.

Dengan adanya perkembangan teknologi informasi, Takadeli menggunakan layanan berbasis internet dimana perkembangan internet telah mendukung penggunaan sebuah *website* sebagai sarana penyampaian informasi yang dibutuhkan pelanggan. Menurut Husda (2012: 161) internet adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi (pemerintah maupun swasta) (Mac Bride, 1997). Layanan informasi yang diberikan situs *website* takadeli disusun beberapa menu diantaranya, takadeli *original cakes, custom cakes, others, outlet promotion*, dan beberapa halaman seperti *franchise scheme, news & press release, outlets, about us, contact us*, dan *subscribe newsletter*. *Website* takadeli dapat diakses melalui www.takadeli.com



Gambar 1.1 Website Takadeli

Layanan yang diberikan dari *website* takadeli sebagai media sumber informasi dianggap sangat penting, karena hal tersebut berdampak terhadap kepuasan pelanggan dan masyarakat luas yang akan mengakses *website* tersebut. Desain *website* yang mudah dipahami, menarik dan informasi yang *up to date* akan mempengaruhi pengguna untuk menggunakan *website* tersebut.

Pada saat ini *Website* www.takadeli.com tidak banyak dimanfaatkan karena tampilan yang sederhana, sehingga para pengguna *website* merasa bosan untuk menggunakan *website* kembali.

Namun dalam hal lain, dengan informasi *website* www.takadeli.com belum memadai dan kurang spesifik dimengerti pengguna *website*, sehingga pengguna sering datang langsung ke *outlite* takadeli.

Begitu juga interaksi dengan *website* masih kurang dikarenakan *website* www.takadeli.com saat ini tidak bisa melakukan transaksi pemesanan secara langsung, sehingga para konsumen lebih memilih langsung ke *outlite* terdekat.

Terlepas dari itu semua, tentunya sebuah *website* tidaklah terlepas dari masalah, informasi yang diberikan manfaatnya kurang dirasakan oleh pengunjung *website* dan tampilan *website* yang sederhana pada saat ini.

Webqual merupakan salah satu metode teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari *servqual* yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Menurut Sanjaya (2012: 3) ada tiga area atau dimensi dari *website* yang diinginkan oleh pengguna yaitu dilihat dari dimensi kemudahan pengguna (*usability*), kualitas informasi (*Information quality*) dan kualitas interaksi (*interaction quality*).

Untuk melakukan pengembangan *website* www.takadeli.com tersebut, pihak Takadeli memerlukan hasil kualitas layanan *website* yang sekarang berjalan dalam periode satu tahun terakhir. Dari hasil pengukuran kualitas layanan *website* ini, diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai persepsi pengguna akhir terhadap kualitas *website* www.takadeli.com yang meliputi dimensi *usability*, *information quality*, dan *interaction quality*.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Furkonudin et al (2016: 2.3-7) menyatakan bahwa pengukuran kualitas *web* yang dilakukan oleh konsumen akan membantu perusahaan untuk dapat melakukan pemeliharaan dan perbaikan terhadap *website* untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumennya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **ANALISIS KUALITAS LAYANAN WEBSITE WWW.TAKADELI.COM MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0** ”

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang dan permasalahan tersebut dapat diidentifikasi beberapa masalah yang muncul antara lain:

1. *Website* www.takadeli.com tidak banyak dimanfaatkan karena tampilan yang sederhana
2. Informasi *website* www.takadeli.com belum memadai dan kurang spesifik dimengerti pengguna.
3. Masih rendahnya interaksi pada *website* www.takadeli.com

1.3. Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak meluas, maka perlu diadakan pembatasan masalah. Dalam penelitian ini, peneliti hanya membahas :

1. Alamat *website* yang diteliti pada penelitian ini adalah www.takadeli.com
2. Kualitas *website* www.takadeli.com diteliti menggunakan metode *Webqual 4.0* meliputi dimensi *usability*, *information quality*, *service interaction quality*;

1.4. Perumusan masalah

Untuk memperjelas masalah yang akan diteliti, maka masalah tersebut dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat pengguna (*usability*) *website* www.takadeli.com ?
2. Bagaimana tingkat kualitas informasi (*information quality*) *website* www.takadeli.com ?
3. Bagaimana tingkat kualitas interaksi (*interaction quality*) *website* www.takadeli.com ?

1.5. Tujuan penelitian

Dari rumusan masalah yang ditetapkan, maka penulis menetapkan tujuan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui bagaimana tingkat pengguna (*usability*) *website* takadeli.com.
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas informasi (*information quality*) *website* takadeli.com .
3. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas interaksi (*interaction quality*) *website* takadeli.com

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Aspek Teoritis (Keilmuan)

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak kampus untuk menambah ilmu pengetahuan terutama berhubungan dengan teori-teori analisis kualitas *website* dengan menggunakan metode *webqual* 4.0.

1.6.2. Aspek Praktis

1. Bagi perusahaan, manfaat hasil penelitian ini dapat menjadi data empiris bagi perusahaan terkait dengan *website* www.takadeli.com dan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk pengembangan *website* www.takadeli.com kedepannya.
2. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan sarana mengaplikasikan ilmu-ilmu yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Selain itu penelitian ini juga menambah dan memperluas wawasan serta pengetahuan penulis dalam bidang penelitian yang berkaitan dengan variabel kualitas layanan *website* yang diukur dengan metode *webqual* 4.0.
3. Bagi kampus, diharapkan penelitian ini dapat menjadi tambahan referensi sehubungan dengan variabel yang menjadi pembahasan dalam penelitian yaitu kualitas layanan *website* yang diukur menggunakan metode *webqual* 4.0.
4. Bagi peneliti lain, hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi penyusunan program pemecahan masalah selanjutnya dalam analisis kualitas layanan *website* yang diukur dengan metode *webqual* 4.0.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

Berikut adalah uraian teoritis yang digunakan pada penelitian ini serta penjelasan tentang variabel-variabel dan indikator yang terdapat pada analisis kualitas *website* www.Takadeli.com menggunakan metode *webqual* 4.0

2.1.1 Pengertian *Website*

Menurut Ali dan Wangdra (2010: 177) internet atau *word wide web* (www) merupakan jaringan data yang menawarkan sumberdaya informasi yang tak terhitung banyaknya. Setiap akses informasi di internet dimulai dengan www dan http, seperti <http://www.yahoo.com>, http adalah *Hyper Text Mark Up Language*. *WWW* memanfaatkan sepenuhnya segala kemungkinan yang dapat dilakukan dengan sebuah komputer multimedia. Menurut Husda (2012: 166) *website* atau situs web adalah setiap komputer atau tempat (*space*) dalam sebuah komputer yang terhubung dengan internet dan menjalankan fungsi dan proses sebagai *server web* yang berisi dokumen-dokumen dalam format HTML. Sebuah *website* memiliki URL (alamat *website*) atau *domain name* (nama domain) yang biasanya berakhir.com .net .org dan lain-lain; contoh: bismilah.co.nr. Menurut Hamdani (2008: 278) (dalam jurnal maslan, 2014: 2), situs (*website*) adalah perusahaan-perusahaan penyedia layanan internet. Sedangkan yang menyediakan layanan

atau memberikan jaringan pada pemilik situs tersebut dikenal dengan nama provider. Perusahaan provider semata-mata mendapatkan uang dari jaringan yang dipakai oleh para pengakses internet, seperti halnya menggunakan telepon. Sedangkan pemilik situs mendapat keuntungan dari terkenalnya karena memasang iklan di *website* tersebut, mendapat keuntungan dari pemasangan iklan, mendapat keuntungan dari pemasangan barang atau jasa, bukan dari kantong pengakses internet. Jadi menurut peneliti *website* adalah suatu kumpulan- kumpulan halaman yang menampilkan berbagai macam informasi teks, data, gambar diam ataupun bergerak, data animasi, suara, video, maupun gabungan dari semuanya, baik itu bersifat statis maupun dinamis, yang dimana membentuk satu rangkaian bangunan yang saling berkaitan dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan halaman atau *hyperlink*.

2.1.2 Prinsip Situs *Website*

Menurut Suyanto (2007:13-17) ada beberapa prinsip sebuah *website* yaitu sebagai berikut :

1. Keseimbangan

Sebuah situs *web* dapat dikatakan ideal jika mempertimbangkan keseimbangan objek tampilannya. Keseimbangan adalah hasil susunan satu atau lebih elemen desain sehingga antara yang satu dengan yang lainnya memiliki bobot yang sama. Secara sederhana dapat dikiaskan bahwa keseimbangan dalam desain ini dengan sebuah balok. Bila sisi kanan dan kiri memiliki berat yang sama, ia akan tegak, tidak miring, keseimbangan

tidak hanya dipengaruhi oleh ukuran objek itu tetapi juga oleh kekontrasan dan bentuk. Keseimbangan adalah aturan dari kekontrasan visual. Ketika menyusun elemen-elemen dalam suatu halaman situs maka yang harus dipertimbangkan adalah bobot visual dari setiap elemen. Bobot elemen biasanya dapat lebih dikenali dari ukuran objek dan kepadatan detail atau tekstur. Bila kekontrasan antar elemen terlalu besar, keserasian dan keseimbangan akan hilang. Hubungan antara proporsi dan ukuran harus benar-benar dipertimbangkan pada saat ingin menghadirkan keseimbangan. Setiap objek dalam halaman web harus dipertimbangkan hubungannya dengan objek lain. Sebuah objek yang besar akan terlihat besar bila di sampingkan terdapat objek yang berukuran kecil. Hal ini tentu sangat berpengaruh terhadap keseimbangan tampilan. Ada tiga jenis keseimbangan yaitu :

a. Keseimbangan Simetris (Formal)

Keseimbangan simetris mempunyai elemen yang berbobotnya sama pada dua sisi dari garis vertical imajiner halaman *web*. Tata letak simetris ini menghasilkan desain yang statis dan berkesan formal, sederhana, mudah pembuatannya, tetapi membosankan dan kurang menarik. Keseimbangan simetris ini sering disebut dengan keseimbangan formal.

b. Keseimbangan Asimetris (Informal)

Keseimbangan asimetris mempunyai elemen yang tidak sama bobotnya pada dua sisi dari garis vertical imajiner halaman *web*.

Tata letak desainnya tampak lebih dinamis karena adanya ruang kosong. Keseimbangan asimetris menumbuhkan kesan santai dan kasual. Desainer harus menentukan *layout* dengan teliti untuk menciptakan kesan bahwa desain itu seimbang dalam membuat tata letak yang asimetri, agar tetap tampak seimbang.

c. Keseimbangan radial

Pada keseimbangan radial semua elemen memencar keluar dengan model melingkar dari titik tengah suatu objek. Keseimbangan radial lebih mudah untuk diimplementasikan karena objek akan seimbang bila objek berada di tengah. Untuk itu dengan menempatkan objek pada posisi tengah maka desain akan tampak seimbang.

2. Kontras

Kontras mudah dipahami, yaitu dengan melihat dari dua objek yang berlainan sehingga tampilan desain berkesan menonjol dan menarik perhatian. Pemberian kontras pada suatu objek haruslah positif, karena kontras yang diberikan negatif maka objek tersebut akan menjadi samar-samar, bahkan tidak terlihat karena oleh *background*.

3. Konsistensi

Konsistensi membuat pengunjung nyaman karena dapat menjelajahi situs dengan mudah. Ketika pengunjung membuka suatu halaman situs yang konsisten, dia akan langsung tahu kemana harus pergi dan dia juga tahu sedang berada di mana.

4. Ruang Kosong

Ruang kosong atau *whitespace* biasanya disebut dengan ruang negative, suatu istilah yang menggambarkan suatu ruang terbuka di antara elemen-elemen desain, ruang kosong memisahkan atau menyatukan elemen-elemen *layout*, menegaskan sebuah elemen, atau sebagai tempat istirahat bagi mata.

2.1.3 Jenis Situs *Website*

Menurut Suyanto (2007: 5-11), *Website* berdasarkan jenisnya dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. Alat Pemasaran

Sebuah situs yang dibuat dengan tujuan untuk mempromosikan dan memasarkan produk atau jasa layanan suatu perusahaan. Dapat juga berupa *company profile*. Kini media pemasaran tidak hanya media cetak saja. Media elektronik sejenis situs juga dapat digunakan sebagai media pemasaran. Pemasaran melalui internet lebih cepat sampai dan memiliki jangkauan yang lebih jauh lebih luas. Hal yang harus diperhatikan dalam merancang situs *web* dapat menjadi asset pemasaran tersendiri. Ketika akan menentukan URL hendaknya disesuaikan dengan posisi yang diinginkan. Halaman *web* harus cukup menarik dan mengesankan pengunjung. Fokuskan aspek-aspek desain kepada audien yang akan dituju untuk memastikan bahwa mereka secara cepat dapat mengetahui apa yang

ditawarkan. Letak dan posisi menu tidak boleh terlalu banyak, tetapi harus *simple* dan juga menampilkan informasi latar belakang perusahaan.

2. Nilai Tambah

Biasanya sebuah halaman *web* pada awalnya disusun sebagai sarana promosi, karena media promosi di *web* lebih murah dan efektif dibandingkan media promosi konvensional seperti brosur, majalah atau Koran.

3. Katalog

Sebuah situs yang digunakan sebagai katalog elektronik yang menampilkan produk-produk yang dijual oleh perusahaan. Dengan menggunakan situs *web* apalagi jika produk yang tersedia sangat banyak, peng-update-an dapat dilakukan dengan mudah, efisien, dan lebih ekonomis.

4. *E-commerce*

E-commerce merupakan suatu kumpulan yang dinamis antara teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Di sini perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Bila halaman *web* yang akan disusun adalah halaman *web* yang berorientasi bisnis, tujuan yang harus dicapai halaman *web* itu adalah meningkatkan order penjualan dari pelanggan yang sudah ada, menciptakan penjualan order baru dari pelanggan-pelanggan baru, dan menekan keseluruhan biaya pengeluaran. Untuk mencapai ketiga tujuan tersebut bukanlah hal yang

mudah, tetapi bila halaman *web* itu mampu mencapai ketiganya maka keuntungan perusahaan pasti akan meningkat tajam.

5. *E-learning*

E-learning sembarang pengajaran dan pembelajaran yang menggunakan elektronik (*LAN*, *WAN*, atau *internet*) untuk menyampaikan isis pembelajaran, interaksi, atau bimbingan. Ada pula yang menafsirkan *e-learning* sebagai bentuk pendidikan jarak jauh yang dilakukan *internet*. *E-learning* merujuk pada penggunaan teknologi *internet* untuk mengirimkan serangkaian solusi yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan.

6. Komunitas

Sebuah situs yang dibuat dengan tujuan untuk memungkinkan pengunjung berkomunikasi secara bersamaan. Pengunjung bisa berbagi pengalaman, cerita, ide, dan lainnya, bisa juga mencari dan menambah teman, atau untuk membuat suatu perkumpulan baru.

7. Portal

Portal adalah aplikasi berbasis *web* yang menyediakan akses suatu titik tunggal dari informasi *online* terdistribusi, seperti dokumen yang didapat melalui pencarian, kanal berita, dan *link* ke situs khusus.

8. Personal

Situs personal merupakan situs yang memiliki tujuan untuk mempromosikan atau menginformasikan tentang seseorang, biasanya berisi

tentang biodata, portofolio (kumpulan hasil karya yang pernah dibuat), prestasi, atau sebagai diary yang menceritakan kehidupan sehari-hari yang di publish agar orang lain dapat mengetahui dan mengenal tentangnya.

2.1.4. Fungsi Situs *Website*

Menurut Hermawan (2008: 5) (dalam jurnal Maslan 2014) secara umum *web* mempunyai fungsi sebagai berikut :

1. Fungsi komunikasi

Situs *web* yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya adalah situs *web* dinamis. Karena dibuat menggunakan pemrograman *web* maka dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi-fungsi komunikasi, seperti *web main, form contact, chatting, formum* dan yang lainnya.

2. Fungsi Informasi

Situs *web* yang memiliki kontennya karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isinya. Situs ini sebaiknya berisi dan grafik yang dapat di download dengan cepat. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan elemen-elemen bergerak seperti *shockwave* dan *java* diyakini sebagai langkah yang tepat, diganti dengan fasilitas yang memberikan fungsi informasi seperti *news, profil, company, library, reference* dan lain-lain.

3. Fungsi Entertainment

Situs *web* juga dapat memiliki fungsi entertainment. Bila situs *web* kita berfungsi sebagai sarana hiburan maka penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak dapat meningkatkan mutu persentasi desainnya, meski

tetap harus mempertimbangkan kecepatan downloadnya. Beberapa fasilitas yang memberikan fungsi hiburan adalah game online, film online, music online, dan sebagainya.

4. Fungsi Transaksi

Situs *web* dapat dijadikan sarana transaksi bisnis, baik barang, jasa, atau lainnya. Situs *web* ini menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui elektronik. Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, transfer, ataupun dengan membayar secara langsung.

2.1.5. Manfaat Situs *Website*

Menurut Yuhefizar (2013: 4), *website* mempunyai banyak manfaat, karena kemampuannya dalam menyampaikan informasi dalam berbagai cara, kemampuannya dalam berinteraksi dan kemampuannya dalam menjalankan layanan-layanan tertentu, seperti aplikasi bisnis, aplikasi perbankan, aplikasi pembelajaran online dan seterusnya. Secara umum manfaat dari *website* adalah:

1. Media untuk memperkenalkan diri atau mempromosikan institusi/lembaga, tentunya dengan menyediakan informasi yang akurat dan jelas pada *website*.
2. Media untuk berkomunikasi antara perusahaan dengan *clientnya* antara pengelola sekolah dengan siswanya, antara pemerintah dan warganya, atau media komunikasi untuk *stake holder* yang terkait dengan *website* tersebut dan masyarakat umum.
3. Media untuk berbagai informasi

4. Media untuk belajar dan mengajar
5. Media untuk berbisnis dan seterusnya.

2.1.6. Kriteria *Website* yang Baik

Menurut Suyanto (2007: 61), kriteria *web* yang baik antara lain :

1. *Usability*

Usability adalah sebagai suatu pengalaman dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs *web* sampai pengguna dapat mengoprasikannya dengan mudah dan cepat. Situs *web* harus memenuhi lima syarat untuk mencapai tingkat *usability* yang ideal, antara lain: mudah untuk dipelajari, efisiensi dalam penggunaan, mudah untuk di ingat, tingkat kesalahan rendah dan kepuasan pengguna.

2. Sistem Navigasi (stuktur)

Kemudahan bernavigasi dalam situs *web* melibatkan sistem navigasi situs *web* secara keseluruhan dan desain *interface* situs *web* tersebut. Navigasi membantu pengunjung untuk menemukan jalan yang mudah ketika menjelajahi situs *web*, memberitahu dimana mereka berada, kemana mereka bisa pergi. Dengan demikian mereka dapat menemukan apa yang mereka cari dengan cepat dan mudah. Syarat navigasi yang baik :

- a. Mudah dipelajari
- b. Tetap konsiten
- c. Memungkinkan *feedback*
- d. Muncul dalam konteks

- e. Menawarkan alternative
- f. Memerlukan perhitungan waktu dan tindakan
- g. Menyediakan pesan visual yang jelas dan mudah dipahami
- h. Menggunakan label yang jelas dan mudah dipahami
- i. Mendukung tujuan dan perilaku *user*

3. *Graphic design* (desain visual)

Kepuasan visual seseorang *user* secara subyektif melibatkan bagaimana desainer visual situs *web* tersebut membawa mata *user* menikmati dan menjelajahi situs *web* dengan melalui *layout*, warna, bentuk, dan tipografi. Grafik membuat halaman menjadi indah tetapi bisa juga memperlambat akses dengan semakin besarnya ukuran *file*. Beberapa tip untuk membuat desain visual yang baik :

- a. Gunakan desain visual untuk menciptakan kejelasan kegunaan, sesuaikan dengan tujuan situs *web* tersebut, dan desainnya harus mampu mengomunikasikan, mendukung dan menyempurnakan tujuan *web* itu secara visual.
- b. Buatlah situs *web* yang berkesan profesional orizinal
- c. *Keep it clean and simple*. Jaga situs *web* agar tetap bersih dan sederhana. Jangan sampai *user* teralihkan perhatiaanya dari tujuan awal dibuatnya situs *web*.
- d. Jaga grafik agar berukuran kecil dan gunakan fasilitas *optimize* pada program pengolah grafik.

e. Gunakan format yang tepat. Format *JPEG* dan *PNG 24 bit* digunakan untuk foto. Format *GIF* dan *PNG 8 bit* digunakan untuk *image* berwarna sederhana.

4. *Contents*

Sebaiknya apapun situs *web* secara desain grafis, tanpa konten yang berguna dan bermanfaat maka akan kurang berarti. Konten yang baik akan menarik, relevan, dan pantas untuk target audien situs *web* tersebut. Beberapa tip untuk membuat konten yang baik :

- a. Kenali audien
- b. Jaga konten agar tetap *up to date*
- c. Nyatakan kebijakan dengan jelas
- d. Dahulukan kualitas diatas kuantitas
- e. Buat tulisan pada halaman *web* agar dapat mudah dan cepat di *scan*.

5. *Compatibility*

Situs *web* harus kompatibel dengan berbagai perangkat tampilannya (*browser*), harus memberikan alternative bagi *browser* yang tidak dapat melihat situsnya. Beberapa tip untuk meningkatkan kompabilitas:

- a. Tes di berbagai *browser*. Pertimbangan bahwa browser yang dipakai *user* bisa *browser* yang berbeda, versi yang berbeda, atau dengan *setting* yang berbeda, dan lain-lain.
- b. Pastikan situs *web* bekerja paling tidak di *platform PC*

- c. Jika memungkinkan, tawarkan pilihan tampilan situs, baik halaman web yang pelan (versi grafis atau animasi) atau cepat (versi *HTML*)
- d. Kalau memakai *plug-in*, pastikan pengunjung dapat dengan mudah mendownloadnya
- e. *Loading time*
- f. Menurut *jeffrei veen* dan *web monkey.com*: kita hanya memiliki 3 detik untuk menyakinkan user untuk tidak menutup *windows* atau pergi ke situs lain. Jadi letakkan sesuatu di layar dalam waktu 3 detik dan buatlah sesuatu itu menarik. Aturan ini diperlunak oleh *web review*, yaitu dengan 8 detik, jika situs *web* itu mempunyai sebuah *image fotografi* atau *artwork* (dalam artian yang sebenarnya) yang besarnya 40kb (satuan *image*).

Beberapa tip untuk meningkatkan *loading time*:

1. Uji coba untuk kecepatan koneksi
2. Jika menggunakan grafik, jaga grafik agar berukuran kecil dan gunakan fasilitas *optimize* pada program pengolah grafik.
3. Lakukan *slicing* pada *image* secara efektif
4. Gunakan atribut pada *image*
5. Lakukan penajemen table yang baik
6. Gunakan animasi dan suara seefektif/ sekecil unguin.

6. *Functionality*

Seberapa baik sebuah situs *web* bekerja dari aspek teknologinya, ini bisa melibatkan programmer dengan script-nya, missal *HTML(DHTML), PHP, ASP COLDFUSION, CGI,SSI*, dan lain-lain.

7. *Accessibility*

Halaman web harus bisa dipakai oleh setiap orang, baik anak-anak, orang tua, dan orang muda, termasuk orang-orang cacat. Ada berbagai hambatan yang ditemui dari sisi penggunaan untuk bisa menikmati halaman *web itu*.

8. *Interactivity*

Buat situs *web* memungkinkan pengunjung berinteraksi dengan situs *web*, kita sebagai pemilik/pembuat, pengunjung lain, dan dengan komputernya.

2.1.7. Kualitas Website

Jurnal Maslan (2014: 6), kualitas informasi mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi. Mengembangkan enam item pertanyaan untuk mengukur kepentingan persepsi dan keberagaman informasi dari informasi yang disajikan dan laporan-laporan yang dihasilkan oleh sistem informasi tersebut. Seperti pengukuran isi *web* harus personal, relevan, mudah dipahami dan aman. Indikator yang diukur meliputi :

1. Kelengkapan (*completeness*)
2. Ketepatan (*precision*)
3. Akurasi (*accuracy*)
4. Keandalan (*reliability*)
5. Kekinian (*currency*)

6. Bentuk keluaran (*format of output*)

Pengukuran- pengukuran kualitas informasi diatas merupakan hasil penelitian Delone dan McLean dan sudah terbukti keakuratannya dalam melakukan pengukuran terhadap informasi yang dibangun.

2.1.8 WebQual

Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode *servqual* yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. *Webqual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya. Metode *webqual* mempunyai versi dan kegunaan dari yang pertama sekali digunakan sampai saat ini. Maslan (2014: 6).

Menurut Barnes & vidgin (dalam jurnal Irawan 2012: 489), instrument *webqual* menggunakan pendekatan *perception* dan *importance* dari pengguna. Metode *webqual* 1.0 menitik beratkan analisa kualitas informasi dan memiliki kekurangan di interaksi layanan, *webqual* 2.0 yang sebaliknya lebih menekankan pada analisa terhadap interaksi tetapi terasa kurang pada analisis kualitas informasi. Kedua instrument di coba untuk diterapkan pada penelitian kualitas situs lelang *online*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis kualitas situs dikategorikan ke dalam tiga focus area yang berbeda, yaitu : kualitas situs, kualitas informasi yang disediakan dan kualitas interaksi yang ditawarkan oleh

layanan. Hasil penelitian inilah yang dikenal sebagai *webqual* 3.0, analisa lanjutan terhadap *webqual* 3.0 menghasilkan pendekatan model *webqual* 4.0 yang akhirnya mengganti dimensi pertama, yaitu kualitas situs menjadi dimensi *usability* (kegunaan).

Menurut sanjaya (2012) (dalam Maslan,2014:6), *Webqual* disusun berdasarkan penelitian pada tiga area (dimensi) kualitas yaitu sebagai berikut :

1. Dimensi kemudahan pengguna (*usability*)

Menurut sanjaya (2012) (dalam Maslan,2014:6) *Usability* adalah atribut kualitas yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar muka (*interface*). Kata "*usability*" juga merujuk pada suatu metode untuk meningkatkan kemudahan pemakai selama proses desain. Sedangkan menurut Suyono (2009:61) *usability* adalah sebagai suatu pengalaman penggunaan dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs *web* sampai pengguna dapat mengoprasikaannya dengan mudah dan cepat. Berdasarkan defenisi tersebut dapat disimpulkan bahwa *usability* adalah kemudahan dan kecepatan dalam pengoprasian suatu aplikasi atau *web* dengan tampilan desain yang disampaikan pada pengguna.

2. Dimensi kualitas informasi (*information quality*)

Kualitas informasi tergantung dari tiga hal yaitu : informasi harus akurat, tepat waktu, dan relevan.

3. Dimensi kualitas interaksi (*interaction quality*)

Kualitas interaksi adalah sejauh mana sistem dapat berinteraksi kepada pengguna, baik organisasi atau penggunaan lainnya, agar hubungan terhadap sistem dapat berjalan dengan terus menerus. Sedangkan menurut Suyanto (2009:69), interaksi adalah apa yang melibatkan pengguna situs *web* sebagai *user experience* dengan situs *web* itu sendiri. Berdasarkan defenisi tersebut interaksi layanan adalah keterlibatan pengguna situs *web* ketika mempelajari situs *web* itu sendiri sehingga timbul rasa percaya dan empati.

Berikut tabel dari dimensi dan item menurut Barnes dan Vidgin, 2002 (dalam jurnal Irawan, 2012: 490).

Tabel 2.1. Indikator *Webqual 4.0*

Dimensi	<i>Webqual 4.0</i> Item
<i>Usability</i> (Kemudahan pengguna)	<ol style="list-style-type: none">1. Mudah di pelajari2. Interaksi dengan <i>website</i> mudah3. Interaksi dengan <i>website</i> dapat dimengerti4. Kemudahan untuk navigasi5. Kemudahan menemukan alamat <i>website</i>6. Tampilan yang menarik7. Desain <i>website</i> tampak sesuai8. <i>Website</i> tampak menyenangkan9. <i>Website</i> memberikan sebuah pengalaman positif
<i>Information Quality</i> (Kualitas informasi)	<ol style="list-style-type: none">1. Informasi yang tersedia akurat2. Informasi yang disajikan terpercaya3. Informasi yang disediakan <i>up to date</i>4. Informasi yang di sajikan relevan5. Informasi yang di sediakan mudah di pahami6. Informasi yang tersedia cukup terperinci7. Informasi yang di sajikan dalam format yang sesuai
<i>Interaction Quality</i> (Kualitas interaksi)	<ol style="list-style-type: none">1. Memiliki reputasi yang baik2. Memberikan layanan menarik3. Mudah berkomunikasi4. Memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut ini akan dikemukakan beberapa penelitian terdahulu dalam bentuk table yang digunakan sebagai bahan dasar pertimbangan penelitian.

Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu

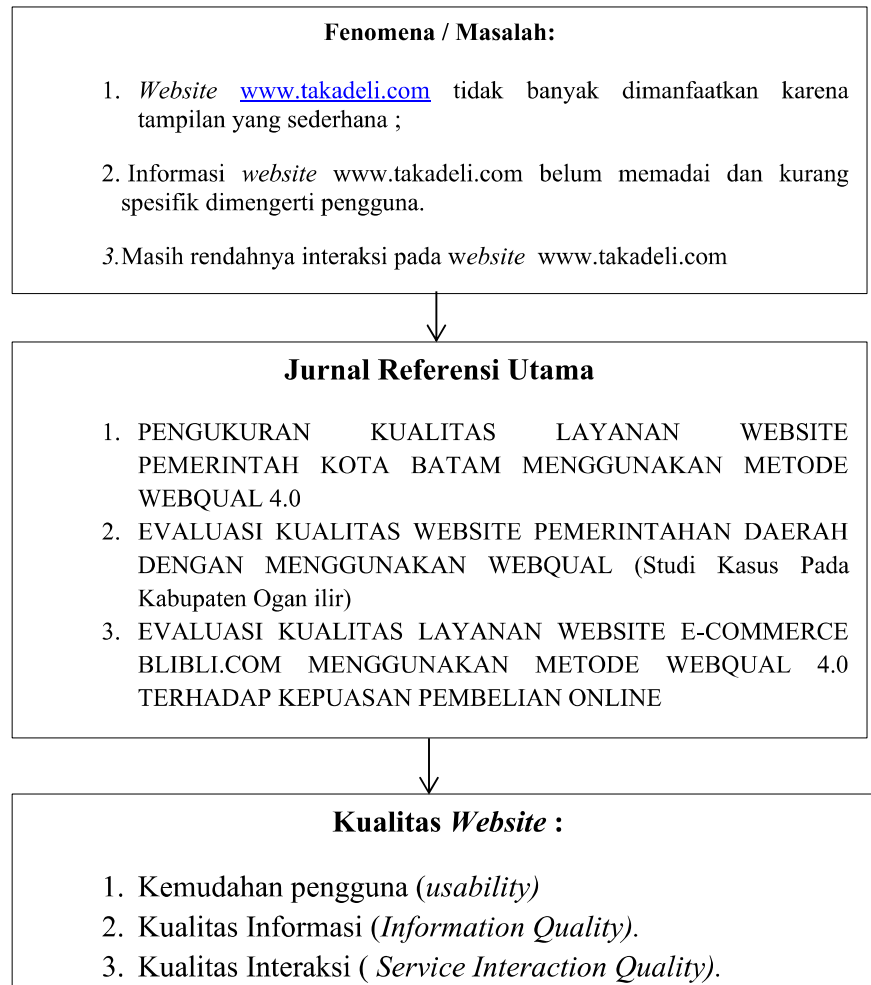
No	Peneliti	Judul Jurnal	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Furkonudin, emi suryadi, Darmanto(2016) Sumber: Seminar Nasional teknologi informasi dan Multimedia ISSN: 2302-3805	EVALUASI KUALITAS LAYANA WEBSITE E-COMMERCE BLIBLI.COM MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 TERHADAP PEMBELIAN ONLINE	1.Kegunaan 2. kualitas informasi 3.kualitas interaksi	Kuantitatif Kuisisioner	Hasil penelitian dan analisa yang dilakukan terhadap tingkat kepuasan pelanggan website blibli.com menggunakan metode <i>webqual 4.0</i> dan perhitungan skala likert menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan terhadap variabel keputusan pembelian online secara simultan.
2.	Candra Irawan (2012)	Evaluasi Kualitas Website Pemerintah Daerah Dengan Menggunakan Webqual (Studi Kasus Pada Kabupaten Ogan Ilir) Sumber: Jurnal Sistem Informasi, Vol.4, No.2, oktober 2012	1.Kualitas Usabilitas, 2. Kualitas Informasi, 3. Kualitas interaksi	Kuantitatif Kuisisioner,	Dari persamaan regresi menunjukkan bahwa variabel independen yang dianalisis berupa item-item pertanyaan pada ketiga dimensi <i>WebQual</i> (<i>usability</i> , kualitas informasi dan kualitas interaksi) berkontribusi positif terhadap kualitas <i>website</i> dalam penelitian ini. Kualitas <i>website</i> dikatakan sangat bagus apabila bernilai sebesar 117,275Oleh karena itu dapat diperoleh kesimpulan bahwa kualitas <i>website</i> Pemda Ogan Ilir dikatakan cukup bagus.
3.	Zahreza Fajar Setiara Putra, Mohammad Sholeh, Naniek Widyastuti (2014)	ANALISIS KUALITAS LAYANAN WEBSITE BTKP-DIY MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 Jurnal JARKOM Vol. 1 No. 2 Juni 2014 ISSN:2338-6313	1.Kualitas Usabilitas, 2. Kualitas Informasi, 3. Kualitas interaksi	Kuantitatif, Kuisisioner	Dari hasil penilaian yang telah dilakukan menggunakan metode <i>Webqual 4.0</i> diperoleh hasil bahwa rata-rata pengguna website BTKP-DIY merasa puas dengan fasilitas, menu dan isi yang ada di dalam website BTKP-DIY baik dari nilai keseluruhan responden maupun setiap variabel penelitian.

4	Andi Maslan (2014)	PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN WEBSITE PEMERINTAH AN KOTA BATAM MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 Sumber: Jurnal ilmiah Informatika ISSN:2337-8379	1.Kualitas Usabilitas, 2. Kualitas Informasi, da 3. Kualitas Interaksi	Kuantitatif Kuisisioner,	1. Website memiliki tampilan yang menarik dipersepsikan oleh pengguna sudah cukup baik atau cukup berkualitas dengan nilai persentase mencapai 70,02 %. 2.Desain sesuai dengan jenis website “ persepsi menggunakan terhadap kualitas website sudah baik atau berkualitas dengan persentase 70,29 %. 3.Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi “ dipersepsikan juga di kategori baik atau berkualitas dengan persentase 69,10 %
4.	Miftah Nasution, Mudjahidin (2013) sumber: JURNAL TEKNIK POMITS Vol. 2, No. 1, (2013) ISSN: 2337-3539	Analisis Kualitas Layanan <i>Website</i> Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Surabaya I Dengan Menggunakan Webqual	1.usability, 2. information quality 3. service quality 4. design quality.	Kuisisioner	1. Adanya hubungan yang positif dan signifikan antara ketiga variabel konstruk yang membentuk model penelitian variabel kualitas layanan, tingkat kepuasan, dan intensitas penggunaan kembali website. 2. Berdasarkan hasil analisis keempat dimensi kualitas <i>website</i> dengan <i>importance Performance Analysis</i> (IPA) yang diukur dari tiap-tiap indikatornya menemukan bahwa atribut <i>website</i> KPPN Surabaya I yang sangat perlu untuk mendapat perhatian adalah masalah <i>respon time</i> tampilan <i>website</i> , masalah <i>update</i> konten informasi serta masalah kesulitan interaksi dengan <i>website</i> . Ketiga atribut ini memiliki kesenjangan (gap) yang paling besar antara persepsi yang dirasakan pengguna saat ini dengan harapan ideal.
5	Sony cahyo Wibisono, Amir hamzah, Uning lestari (2015) Sumber: Jurnal Jarkom vol.2. No.2ISSN: 2338:6313	ANALISIS KUALITAS PROYEK WEBSITE MILIK BANK BOYOLALI TERHADAP PENGGUNA AKHIR (METODE WEBQUAL 4.0)	1.Dimensi kegunaan 2. Dimensi Kualitas informasi 3. Dimensi kualitas interaksi	Kuantitatif Kuisisioner	Mendapatkan interpretasi memuaskan dari responden. Dari peilaian maka website Boyolali memiliki interpretasi yang baik dalam tiga dimensi penilaian webqual (dimensi kegunaan, dimensi kualitas informasi, dan dimensi kualitas interaksi).

7.	Alhidayah jamalludin, Sulistiowati, Julianto Lemantara (2016)	ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE TERHADAP KEPUASAN PENGGUNAB ERDASARKA N METODE WEBQUAL 4.0 PADA WEBSITE STIKOM CAREER CENTER (SCC) SURABAYA	1.Usability 2.Information quality 3.Service interaction	Kuantitatif Kuisisioner	1. Kualitas penggunaan (<i>Usability</i>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (<i>User Satisfaction</i>) website <i>scc.stikom.edu</i> , artinya setiap peningkatan penggunaan akan meningkatkan kepuasan pengguna. 2. Kualitas informasi (<i>Information Quality</i>) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna (<i>User Satisfaction</i>) website <i>scc.stikom.edu</i> , artinya setiap peningkatan kualitas informasi akan meningkatkan kepuasan pengguna. 3. Interaksi pelayanan (<i>Service interaction</i>) tidak berpengaruh positif dan signifikan.
8.	Taufik fitriyadi, Alimuddin yasin, rahmat Hidayat (2014) Sumber: Seminar Nasional Teknologi Informasi dan multimedia ISSN: 2302-3805	BENCHMARK WEBSITE BHINEKA.COM DAN ELEVENEIA.CO.ID DENGAN METODE DENGANMET ODE WEBQUAL	1.usability 2. kualitas Informasi 3.Interaksi pelayanan	Kuantitatif Kuisisioner	Dari hasil penelitian yang dilakukan penulis dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini penulis menggunakan 11 kriteria penilaian untuk mengukur antara website elevenia.co.id dan bhinneka.com yaitu dari sisi, halaman navigasi, tampilan menarik, daya saing, informasi yang akurat, mempunyai informasi relevan, detail informasi, reputasi perusahaan, rasa aman dalam transaksi, mudah proses komunikasi, keyakinan kesesuaian barang aslinya, dan kesan yang di dapatkan.

2.3 Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir pada penelitian ini disusun seperti gambar 2.1 berikut:



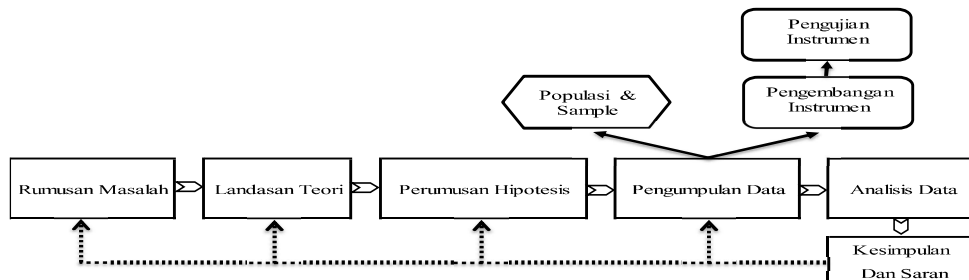
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Menurut Musfiqon (2012: 84) setiap penelitian memiliki rancangan (*research design*) tertentu. Rancangan yang dibuat menggambarkan prosedur atau langkah-langkah yang ditempuh meliputi waktu penelitian, sumber data, dan kondisi arti data, serta bagaimana data dihimpun dan diolah.

Menurut Martono (2011: 131) desain penelitian adalah penjelasan mengenai berbagai komponen yang akan digunakan peneliti serta kegiatan yang akan dilakukan selama proses penelitian. Penyusunan desain penelitian merupakan tahap awal dan tahap yang sangat penting dalam proses penelitian. Penyusunan desain penelitian adalah tahap perencanaan penelitian yang biasanya disusun secara logis dan mampu memvisualisasikan rencana dan proses penelitian secara praktis. data dan kemudian menarik beberapa kesimpulan dari data tersebut



Gambar 3.1. Desain Penelitian

Komponen dan proses penelitian ini diarahkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian ini yaitu : 1) Bagaimana tingkat pengguna (*usability*) *website* www.takadeli.com?; 2) Bagaimana tingkat kualitas informasi (*information quality*) *website* www.takadeli.com; dan 3) Bagaimana tingkat kualitas interaksi (*interaction quality*) *website* www.takadeli.com. Guna menjawab rumusan

masalah tersebut penelitian merujuk pada penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas dimensi yang sama yaitu kualitas layanan *website*.

Pada penelitian ini tidak dirumuskan hipotesis. Hal ini dikarenakan penelitian ini merupakan penelitian pertama yang dilakukan pada objek penelitian, sehingga belum ada data empiris yang dapat dijadikan sebagai landasan untuk membentuk hipotesis.

3.2. Operasional Variabel

Variabel merupakan pusat perhatian didalam sebuah penelitian kuantitatif. Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan Sugiyono (2012: 38). Operasionalisasi variabel merupakan hal yang penting karena variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya. Tanpa operasionalisasi variabel, peneliti akan mengalami kesulitan dalam menentukan pengukuran hubungan antar variabel yang masih bersifat konseptual.

Definisi operasional yang akan dijelaskan peneliti adalah kualitas layanan dalam bentuk dimensi *webqual 4.0* yaitu dimensi *usability*, *information quality*, dan *interaction quality* terhadap kepuasan pelanggan. Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian, sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian mengenai

Analisis Kualitas Layanan *Website* www.takadeli.com menggunakan Metode *Webqual 4.0*.

Adapun operasional variabel dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan penjelasannya sebagai berikut :

Tabel 3.1. Variabel Kualitas Layanan

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Kode
<i>Usability</i>	Mudah di pelajari	Saya merasa mudah untuk mempelajari pengoprasian <i>website</i> Takadeli.com	USA 1
	Interaksi dengan <i>website</i> mudah	Saya merasa mudah dalam berinteraksi dengan <i>website</i> Takadeli.com	USA 2
	Interaksi dengan <i>website</i> dapat dimengerti	Saya merasa mudah untuk memahami <i>website</i> Takadeli.com	USA 3
	Kemudahan untuk navigasi	Saya merasa mudah dalam melakukan navigasi dengan <i>website</i> Takadeli.com	USA 4
	Kemudahan menemukan alamat <i>website</i>	Saya merasa <i>website</i> Takadeli.com mudah ditemukan	USA 5
	Tampilan menarik	Desain tampilan <i>website</i> Takadeli.com sesuai dengan jenis <i>website</i> toko online	USA 6
	Desain <i>website</i> tampak sesuai	<i>Website</i> Takadeli.com tampak menyenangkan	USA 7
	<i>Website</i> tampak menyenangkan	<i>Website</i> Takadeli.com memberikan pengalaman positif bagi saya	USA 8
	<i>Website</i> memberikan sebuah pengalaman positif	<i>Website</i> Takadeli.com memberikan informasi yang akurat	USA 9
	Informasi yang tersedia akurat	<i>Website</i> Takadeli.com memberikan informasi yang akurat	IQ1
<i>Information Quality</i>	Informasi yang di sajikan terpercaya.	<i>Website</i> Takadeli.com memberikan informasi yang dapat dipercaya.	IQ2
	Informasi yang di sediakan <i>up to date</i> .	<i>Website</i> Takadeli.com memberikan informasi yang <i>up to date</i>	IQ3
	Informasi yang di sajikan relevan.	<i>Website</i> Takadeli.com memberikan informasi yang relevan	IQ4
	Informasi yang di sediakan mudah di pahami.	<i>Website</i> Takadeli.com memberikan informasi yang mudah dipahami	IQ5
	Informasi yang tersedia cukup terperinci	<i>Website</i> Takadeli.com memberikan informasi yang cukup terperinci	IQ6
	Informasi yang di sajikan dalam format yang sesuai	<i>Website</i> Takadeli.com memberikan informasi dengan menggunakan format yang sesuai	IQ7

<i>Interaction Quality</i>	Memiliki reputasi yang baik	<i>Website</i> Takadeli.com memiliki reputasi yang baik	ITQ1
	Memberikan layanan menarik	<i>Website</i> Takadeli.com memberikan layanan untuk menarik minat dan perhatian	ITQ2
	Mudah berkomunikasi	<i>Website</i> Takadeli.com membuat pengguna mudah berkomunikasi dengan pihak takadeli	ITQ3
	Memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan	Saya merasa yakin bahwa <i>website</i> Takadeli.com dapat menerima layanan sesuai dengan yang dijanjikan	ITQ4

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sujarweni (2014: 65) populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan.

Sedangkan menurut Sugiyono (2014: 61), populasi adalah wilayah generalis yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang ada. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/ sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek yang diteliti itu.

Populasi dalam penelitian ini memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Individu yang merupakan *Customer* ataupun *Non Customer* Takadeli Cake Botique yang berusia diatas 19 Tahun.
2. Pernah menggunakan atau mengakses www.takadeli.com

3.3.2. Sampel

Menurut Musfiquon (2012: 89) sampel adalah bagian dari populasi. Keberadaan sampel mewakili populasi. Bahkan analisis data yang didapatkan dari sampel penelitian akan diberlakukan sama kepada populasi penelitian, terutama populasi target. Oleh karena itu, dalam pengambilan sampel perlu dilakukan secara cermat dengan teknik yang sesuai agar keberadaan sampel benar-benar mewakili populasi. Sedangkan menurut Sugiyono (2014: 62-63) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Didalam penelitian ini, proses pengambilan sampling dilakukan menggunakan teknik *nonprobability sampling*, dimana teknik ini adalah pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Dengan pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/*insidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (*sampling Insidental*).

Dalam jurnal Nirwan (2013) metode penentuan jumlah sampel menggunakan pendapat Malhotra dalam Setiawan (2012:12) yang menyatakan bahwa untuk menentukan ukuran sampel dari populasi ditetapkan sesuai variabel, sub variabel atau butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Menurut Malhotra dalam Setiawan (2012: 12) jumlah sampel (responden) paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah variabel yang akan diteliti, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = 5 \times 20 \text{ sub variabel}$$

n= 100 responden

Berdasarkan perhitungan menggunakan metode Malhotra dalam Setiawan (2012: 12), maka diperoleh jumlah sampel adalah 100 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan data

Menurut Sugiyono (2009: 194-203) teknik pengumpulan data merupakan alat-alat ukur yang diperlukan dalam melaksanakan suatu penelitian. Dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pada penelitian ini terdapat 20 pernyataan yang mengukur kualitas layanan *website*.

3.4.1. Alat Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini alat yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan kemudian diuji dengan alat bantu SPSS versi 20. Kuesioner dalam penelitian ini dengan menggunakan skala *likert*.

Menurut Sugiyono (2012 : 93) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 3.2 Skala Likert

Jawaban	Kode	Skor
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber: Riduwan (2008: 87)

3.5. Metode Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2012: 147). Yang tercakup dalam kegiatan analisis data menurut Sugiyono adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variabel yang diteliti, melakukan penghitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji *hipotesa* yang telah diajukan.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Menurut Sugiyono (2012: 147) statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai mana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Tolak ukur dari pendeskripsian ini adalah dengan pemberian angka, baik dalam jumlah maupun persentase.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala *Likert* dengan skor 1 sampai 5 yang diekspresikan mulai dari yang paling negative, netral sampai yang positif. Dengan skor penilaian skala linkert 5,4,3,2,1 diperoleh 5 sebagai bobot

tertinggi dan skor 1 sebagai terendah. Dalam penetapan peringkat pada setiap variabel penelitian dapat dilihat dari pertandingan antara skor terendah dan skor tertinggi. Skor terendah diperoleh melalui hasil perhitungan bobot terendah dikalikan jumlah sampel, sedangkan skor tertinggi diperoleh melalui bobot tertinggi dikalikan jumlah sampel.

$$\text{Skor terendah} = \text{bobot terendah} \times \text{jumlah sampel}$$

$$\text{Skor tertinggi} = \text{bobot tertinggi} \times \text{jumlah sampel}$$

Keterangan: Bobot terendah = 1

Bobot tertinggi = 5

Sehingga diperoleh skor: skor terendah = $1 \times 100 = 100$

Skor tertinggi = $5 \times 100 = 500$

penulis menggunakan *Skala Likert. Linkert' Summated Ratin* (LSR) adalah metode pengukuran sikap (*attitude*) yang banyak digunakan dalam penelitian sosial karena kesederhanaannya. LSR sangat bermanfaat untuk membandingkan skor sikap seseorang dengan distribusi skala (Furkonudin, 2016 2.3-11).

$$RS = \frac{m-n}{b}$$

Rumus: 3.1 *Linkert' Summated Ratin*

RS = Rentang Skala

m = Angka tertinggi dalam pengukuran

n = Angka terendah dalam pengukuran

b = Banyaknya kelas/ kategori yang dibentuk

Perhitungan LSR untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

Diketahui :

$$m = 500$$

$$n = 100$$

$$b = 5$$

$$\text{maka : } RS = \frac{500 - 100}{5} = 80$$

Dengan rentang skala 0,8 maka *skala numerik* adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3 *Skala Numerik LSR*

No	Rentang Skala	Kriteria
1	420-500	Sangat Setuju / Sangat Baik
2	340-419	Setuju / Baik
3	260-339	Netral
4	180-259	Tidak Setuju / Tidak Baik
5	100-179	Sangat Tidak Setuju / Sangat Tidak Baik

Sumber : Furkonudin, (2016: 2.3-11)

Skor = Jumlah total masing- masing variabel

Rata – rata = Skor dibagi dengan jumlah responden

3.5.2 Uji Kualitas Data

Menurut Indriantoro dan Supomo (2009: 179) kesimpulan penelitian yang berupa jawaban atau pemecahan masalah penelitian, dibuat berdasarkan hasil proses pengujian data yang meliputi pemilihan, pengumpulan, dan analisis data. Kesimpulan oleh karenanya, tergantung pada kualitas data yang dianalisis dan instrumen yang digunakan untuk pengumpulan dan penelitian. Ada dua konsep yang mengukur kualitas data, yaitu : reabilitas dan validitas, artinya suatu

penelitian akan menghasilkan yang jika ditanya kurang reliabel dan kurang valid. Sedangkan kualitas data penelitian ditentukan oleh kualitas instrument yang digunakan untuk mengumpulkan data.

3.5.2.1 Uji Validitas Data

Menurut Umar (2009 : 166) uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner yang harus dibuang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Penggunaannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer misalnya melalui paket komputer SPSS v.20. Uji validitas dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur mengukur apa yang ingin kita teliti atau sejauh mana dapat mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat test maka alat tersebut semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian ini uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang telah disiapkan dapat mengukur variabel yang diinginkan. Validitas berhubungan dengan tujuan dari pengukuran. Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Alat ukur yang tidak valid akan memberikan hasil ukuran menyimpang dari tujuan.

Dalam menentukan kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0.05 artinya suatu item dianggap memiliki tingkat keberterimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item. Azwar (1999), dalam (Wibowo, 2012:

26) menyatakan jika suatu item memiliki nilai capaian korelasi minimal 0,30 dianggap memiliki daya pembeda yang cukup memuaskan atau dianggap valid.

Pengujian untuk membuktikan valid atau tidaknya item-item kuisioner dapat dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi *Person Product Moment*. Pada penelitian ini pengujian *Person Product Moment* dilakukan dengan bantuan *software* SPSS v.20.

Tabel 3.4 Koefisien Korelasi Range Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi
0,60 – 0,799	Tinggi
0,40 – 0,599	Cukup Tinggi
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 – 0,199	Sangat Rendah

Sumber: Riduwan (2008: 38)

Selain mencari validitas dengan melihat besarnya nilai probabiliti, nilai validitas juga didapatkan dengan cara membandingkan nilai koefisien korelasi hitung terhadap nilai r-tabel (Wibowo, 2012: 37).

3.5.2.2 Uji Realiabilitas

Menurut Wibowo (2012: 52) reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Reabilitas dapat juga berarti indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur dapat menunjukkan dapat dipercaya atau tidak.

Penerapan uji ini dengan maksud untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi instrument dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Ada beberapa metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas alat ukur yaitu: metode Kuder Richardson, Tes ulang, Bentuk Paralel atau Sejajar, Belah Dua, *Anova Hoyt*, dan Alpha. Dalam penelitian ini akan digunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Metode ini merupakan suatu metode untuk mencari reliabilitas internal (*internal consistency*), dengan menganalisis reliabilitas alat ukur dari satu kali pengukuran. Metode ini diusulkan oleh Cronbach, sehingga biasa disebut pengujian koefisien reliabilitas *Cronbach Alpha* (Riense dan Abdi, 2008: 180). Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika, nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *productmoment*, atau nilai r tabel. Dapat pula dinilai dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0.6 nilai yang kurang dari 0.7 dapat diterima dan nilai diatas 0.8 dianggap baik (Wibowo, 2015: 53). Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini:

Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas

Nilai Interval	Kriteria
< 0.20	Sangat rendah
0.20 – 0.399	Rendah
0.40 – 0.599	Cukup
0.60 – 0.799	Tinggi
0.80 – 1.00	Sangat Tinggi

Sumber: Wibowo (2012)

3.6 Lokasi Dan Jadwal Penelitian

Dalam menentukan sebuah penelitian dengan tujuan memperoleh data yang lengkap dan akurat, maka diperlukan tempat dan waktu penelitian. Tempat penelitian adalah obyek yang dijadikan pusat penelitian untuk menghasilkan data selengkap mungkin sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.

3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Takadeli *Cake Boutique* sebagai obyek penelitian yang menggunakan atau mengunjungi *website* www.takadeli.com. Penelitian ini untuk mengetahui apakah *website* www.takadeli.com sudah berjalan sesuai dengan yang diharapkan sesuai dengan metode *webqual* 4.0 .

3.6.2. Jadwal Penelitian

Adapun jadwal penelitian dilakukan mulai bulan september,23-2016 sampai dengan Januari 2017.

Tabel 3.8 Jadwal Penelitian

No.	Kegiatan	Waktu Kegiatan																												
		Sep, 23 '16				Okt, 10'16				Nov, 22'16				Des ,04'16				Jan, 05'17				February,08 '17								
		1	2	3	4	4	3	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4					
1	Identifikasi dan Perumusan Masalah			■	■	■																								
2	Kerangka Penelitian						■	■	■	■																				
3	Menyusun Metode Penelitian										■	■																		
4	Penyebaran Kuisisioner													■	■	■	■	■												
5	Pengolahan dan Analisis Data															■	■	■	■											
6	Laporan Hasil Penelitian																										■	■		

Sumber: Data Diolah (2017)