

**EVALUASI KUALITAS WEBSITE OLX DENGAN
MENGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0**

SKRIPSI



**Oleh:
Lola Andriani
123130029**

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

**EVALUASI KUALITAS WEBSITE OLX DENGAN
MENGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0**

SKRIPSI

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



Oleh:

Lola Andriani

123130029

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

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 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 ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar sarjana yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Batam, 17 Februari 2017

Yang membuat pernyataan,



LOLA ANDRIANI
123130029

**EVALUASI KUALITAS WEBSITE OLX DENGAN
MENGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0**

**Oleh:
Lola Andriani
123130029**

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

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

Batam, 17 Februari 2017

**Muhammad Taufik Syastra, S.Kom., M.SI.
Pembimbing**

ABSTRAK

Website sebagai media informasi elektronik dapat menyajikan berbagai informasi secara cepat, efektif dan efisien. Pemanfaatan teknologi informasi secara optimal merupakan salah satu komponen utama dalam memberikan layanan terhadap pelanggan. Situs web atau yang sering disingkat dengan istilah situs adalah sejumlah halaman yang memiliki topik saling terkait. Terkadang disertai dengan berkas-berkas gambar, video, atau jenis-jenis berkas lainnya. Disamping itu website juga mempunyai keuntungan tersendiri yaitu efisien dan dapat diakses kapanpun dan dimana pun. webqual 4.0 disusun berdasarkan penelitian pada tiga dimensi yaitu usability, information quality, dan interaction quality. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian adalah Untuk mengetahui tingkat penggunaan *website* OLX, mengetahui bagaimana tingkat kualitas informasi *website* OLX dan untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas interaksi *website* OLX. dalam proses analisis digunakan tahap penarikan sampel responden terhadap 120 pengguna website OLX. tahap berikutnya adalah analisis data yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis deskriptif. dalam penelitian menggunakan skala likert. penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Tingkat usability website Olx baik dengan presentasi 79,48% , Tingkat kualitas informasi website Olx baik dengan presentasi 77,48%, Tingkat kualitas interaksi pelayanan website Olx baik dengan persentasi 78.57%, Dimensi webqual 4.0 yang memiliki nilai tertinggi pada website Olx adalah dimensi usability.

Kata Kunci : Website OLX, Webqual 4.0

ABSTRACT

Website as electronic information media can present a variety of information quickly, effectively and efficiently. Optimal utilization of information technology is one of the main components in providing services to customers. Web sites or often abbreviated to as the site is a page that has a topic related. Sometimes accompanied by files of images, video, or other file types. Besides, the website also has the distinct advantage that is efficient and can be accessed anytime and anywhere. WebQual 4.0 is based on three-dimensional research, namely usability, information quality, and interaction quality. The goal of the study is to determine the level of use of the website OLX, know how the level of information quality OLX website and to determine how the level of quality of interaction OLX website. in the analysis process used for sampling stage 120 respondents to the OLX website. The next stage is the analysis of data consisting of validity, reliability, and descriptive analysis. research using Likert scale. It was concluded that the level of good usability OLX website with presentation of 79.48%, Tier good quality information OLX website with presentation of 77.48%, The quality level of service interaction OLX website either as a percentage 78.57%, Dimension WebQual 4.0 Highest value on OLX website is the dimension of usability.

Keywords: *Website OLX, WebQual 4.0*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Putra 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 terimakasih kepada:

1. Bapak Muhammad Taufik Syastra, S.Kom., M.SI. Selaku Dosen Pembimbing, yang telah dengan sabar membantu serta membimbing penulis dalam memberikan sumbangan berupa pikiran, pengarahan, motifasi, saran, dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
2. Bapak Amrizal, S.Kom., M.SI. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Putra Batam.
3. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putra Batam.
4. Seluruh Pengguna *website* Olx.com Batu Aji Batam yang menjadi responden dalam penelitian ini.

5. Keluarga besar penulis, Bapak dan Ibu, yang telah memberikan Do'a dan perhatian serta dukungannya yang sangat besar kepada penulis.
6. Seluruh rekan-rekan seperjuangan mahasiswa/i Program Studi Sistem Informasi angkatan 2012 yang telah banyak memberikan masukan dan motifasi kepada penulis sehingga selesainya skripsi ini.

Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua, akhirnya dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah semoga ALLAH membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufikNya kepada kita semua, Amin.

Batam, 17 Februari 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR RUMUS	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah.....	4
1.4. Perumusan Masalah.....	4
1.5. Tujuan Penelitian.....	5
1.6. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Konsep Teoritis	7
2.1.1. Pengertian <i>Website</i>	7
2.1.2. Jenis Situs <i>Web</i>	8
2.1.3. Kegunaan <i>Website</i>	9
2.1.4. Manfaat <i>Website</i>	10
2.1.6. Kriteria <i>Website</i> yang Baik.....	11
2.1.6. Kualitas <i>Website</i>	13
2.1.7. WebQual 4.0.....	15
2.2. Penelitian Terdahulu.....	18
2.3. Kerangka Pemikiran	19

BAB III METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian	20
3.2.	Operasional Variabel	20
3.2. 1.	Indikator <i>Usability</i>	20
3.2.2	Indikator Kualitas Informasi.....	22
3.2.3.	Indikator Kualitas Interaksi Pelayanan.....	23
3.3.	Populasi dan Sampel.....	24
3.3.1	Populasi	24
3.3.2.	Sampel	24
3.4 .	Teknik Dan Alat Pengumpulan Data.....	25
3.4.1.	Teknik Pengumpulan Data	25
3.4.2.	Alat Pengumpulan Data.....	25
3.5.	Metode Analisis Data	26
3.5.1.	Analisis Deskriptif.....	26
3.5.2.	Uji Kualitas Data	27
3.5.2.1.	Uji Validitas Data	27
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas.....	28
3.6 .	Lokasi dan Jadwal Penelitian	29
3.6.1.	Lokasi Penelitian	29
3.6.2.	Jadwal Penelitian	29

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1.	Hasil Penelitian.....	30
4.1.1.	Profil Responden	30
4.1.2.	Hasil Uji Kualitas Data.....	39
4.1.2.1	Hasil Uji Validitas	40
4.1.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas	41
4.1.3.	Hasil Analisis Deskriptif	42
4.1.3.1.	Analisis Deskriptif indikator <i>Usability</i>	42
4.1.3.3.	Analisis Deskriptif Indikator Kualitas Interaksi Pelayanan	44
4.2.	Pembahasan	45
4.2.1	Tingkat Dimensi <i>Usability</i> Pada Kualitas <i>Website</i> Olx.....	45

4.2.3. Tingkat Dimensi Kualitas Interaksi Pelayanan Pada Kualitas <i>Website</i> Olx	55
---	----

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	61
5.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Dimensi <i>WebQual</i>	17
Tabel 2.2.	Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1.	Indikator <i>Usability</i>	21
Tabel 3.2.	Indikator Kualitas Informasi	22
Tabel 3.3.	Indikator Kualitas Interaksi Pelayanan.....	23
Tabel 3.4.	Skala <i>Likert</i>	26
Tabel 3.5.	Koefisien <i>Validitas</i>	27
Tabel 3.6.	Koefisien <i>Reliabilitas</i>	28
Tabel 3.7.	Jadwal Penelitian.....	29
Tabel 4.1.	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	31
Tabel 4.2.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	32
Tabel 4.3.	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	33
Tabel 4.4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	35
Tabel 4.5.	Profil Responden berdasarkan Frekuensi Penggunaan Olx.....	36
Tabel 4.6.	Profil Responden Frekuensi Penggunaan Terakhir	38
Tabel 4.7.	Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4.8.	Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.9.	Hasil Analisis Deskriptif Indikator <i>Usability</i>	42
Tabel 4.10.	Hasil Analisis Deskriptif Indikator Kualitas Informasi.....	43
Tabel 4.11.	Analisis Deskriptif Indikator Kualitas Interaksi Pelayanan.....	44

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Alur Ketangka Pemikiran.....	19
Gambar 3.1 Desain Penelitian.....	20
Gambar 3.2 Rentang Skala.....	28
Gambar 4.1 Pie Chart Profil Responden Berdasarkan Usia	32
Gambar 4.2 Pie Chart Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Gambar 4.3 Pie Chart Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
Gambar 4.4 Pie Chart Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
Gambar 4.5 Pie Chart Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Website Olx	37
Gambar 4.6 Pie Chart Profil Responden Berdasarkan Penggunaan Terakhir	39

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1. Rumus Sampling.....	24

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Data Kuesioner

Lampiran 3. Gambar Output Dari Pengolahan SPSS

Lampiran 4. Foto Responden

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Website sebagai media informasi elektronik dapat menyajikan berbagai informasi secara cepat, efektif dan efisien. Pemanfaatan teknologi informasi secara optimal merupakan salah satu komponen utama dalam memberikan layanan terhadap pelanggan. Situs *web* atau yang sering disingkat dengan istilah situs adalah sejumlah halaman yang memiliki topik saling terkait. Terkadang disertai dengan berkas-berkas gambar, video, atau jenis-jenis berkas lainnya. Disamping itu *website* juga mempunyai keuntungan tersendiri yaitu efisien dan dapat diakses kapanpun dan dimana pun. Hermawan (2007: 61) dalam Maslan (2014) *Website* yang baik harus memiliki beberapa kriteria yaitu: pengguna dapat mengoperasikan dengan mudah, tampilan menarik, *content* yang relevan, serta *loading timenya* yang tidak terlalu lama. Agung (2000: 176) dalam Zahreza *et al* (2014) *Website* merupakan kumpulan halaman *web* yang saling terhubung dan file-filenya saling terkait. Hamdani (2008: 278) dalam Maslan (2014) situs (*Website*) adalah perusahaan-perusahaan penyedia layanan Internet. Salah satu *web* atau situs jual beli yang saat ini mendominasi pasar *online* di Indonesia berdasarkan ranking atau peringkat yang ke 45 pada bulan Juli 2016 diperoleh dari Alexa.com adalah OLX.co.id yang sebelumnya bernama Tokobagus.com

OLX Indonesia (sebelumnya bernama tokobagus.com) adalah sebuah situs *web* iklan baris Indonesia yang difokuskan untuk membeli dan menjual produk serta jasa secara daring. OLX Indonesia adalah tempat untuk mencari barang baru atau bekas berkualitas seperti produk elektronik, otomotif, rumah, peralatan rumah tangga, aneka jasa dan juga lowongan kerja. Situs *web* ini hadir pada tahun 2005 dengan nama tokobagus.com dan merupakan pusat jual beli *online* terbesar di Indonesia. Pasang iklan gratis adalah salah satu layanan yang disediakan oleh OLX Indonesia untuk para penjual dengan tidak dikenakan biaya. Tidakan yaitu, OLX indonesia juga dapat menjadi *search engine* yang *friendly* karena hanya bukan situs yang dapat menemukan iklan yang di publikasikan, tetapi juga orang-orang yang mencari produk dan jasa melalui *search engine* seperti *google* juga akan menemukan iklan tersebut. OLX Indonesia memiliki slogan “Cara Tepat Jual Tepat”. Situs ini juga menyediakan tab spesifikasi produk atau jasa yang dibutuhkan, seperti merk, tipe, tahun maksimum dan minimum, serta harga maksimum dan minimum. OLX Indonesia juga tersedia dalam bentuk *mobile Version* dan *Official Application For android*. Tidak ada biaya pemasangan iklan kecuali apabila meminta layanan promosi tambahan (promosi *point*) untuk iklan-iklan yang dipasang. Biaya yang dikenakan tersebut hanya bersifat “dianjurkan” bukan “diharuskan”. Jadi apabila tidak ingin menggunakan layanan promosi tambahan, anda tidak perlu membayar.

Normalnya, Iklan di OLX hanya bertahan selama tujuh hari setelah itu, Iklan penjualakan di nonaktifkan meskipun penjual bisa *me-refresh* iklan namun hanya akan bertahan dalam beberapa hari saja yaitu maksimal satu bulan tayang.

OLX menyatakan tidak bertanggung jawab atas semua jaminan dan kondisi, termasuk segala implikasi dari jaminan, kualitas, kelayakan atas informasi yang disampaikan pemasang iklan. Dalam keadaan apapun OLX Indonesia tidak bertanggungjawab atas kerugian, baik khusus, langsung, tidak langsung atau bersifat konsekuensial. Terjadinya berbagai macam penipuan sangat besar karena penyediaan layanannya yang gratis dan terbukanya untuk umum. Banyaknya pesaing pada bidang jual beli *online* bermunculan, seperti Berniaga.com, dan bukalapak.com.

Webqual 4.0 adalah salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari *SERVQUAL* yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. *WebQual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya. *Webqual 4.0* disusun berdasarkan tiga dimensi yaitu *usability*, *information quality*, dan *interaction quality*. (Sanjaya, 2012)

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas, membuat penulis tertarik untuk mengangkat judul **“Evaluasi Kualitas Website OLX dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0”**

1.2. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Banyaknya pesaing pada bidang jual beli *online* bermunculan, seperti Berniaga.com, dan Buka Lapak.com, Bli-bli.com.
2. Masa tayang iklan yang terbatas.
3. Penyediaan layanan yang gratis dan terbuka untuk umum menimbulkan berbagai macam penipuan.

1.3. Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Kriteria responden dikhususkan kepada pengguna *website* OLX yang sudah menggunakan *Website* minimal dua kali.
2. Responden dikhususkan kepada masyarakat kecamatan Batu Aji Batam.
3. Kriteria responden dikhususkan kepada pengguna *website* OLX dengan periode Juli – Desember 2016.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang dijelaskan pada subbab sebelumnya, maka peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah tingkat penggunaan *website* OLX ?
2. Bagaimanakah tingkat kualitas informasi *website* OLX?
3. Bagaimanakah tingkat kualitas interaksi *website* OLX?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat penggunaan *website* OLX.
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas informasi *website* OLX.
3. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas interaksi *website* OLX.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Aspek Teoritis

Peneliti berharap penelitian ini dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi yang berhubungan dengan kualitas layanan *website* dengan menggunakan metode *webqual* 4.0.

2. Aspek Praktis

Dari segi aspek praktis manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

3. Bagi Penulis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis karena mendapat pengalaman meneliti berharga dan menambah pengetahuan mengenai evaluasi kualitas *website* Olx dengan menggunakan metode *webqual* 4.0 .

4. Bagi OLX

Memberikan bahan pertimbangan atau masukan kepada pihak manajemen yang mengelola *website* tentang tindakan apa yang harus dilakukan manajemen demi keberhasilan implementasi layanan *website* Olx.

5. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi dan acuan untuk penelitian selanjutnya dengan variabel penelitian menggunakan metode *webqual 4.0*

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Teoritis

2.1.1 Pengertian *Website*

Website merupakan kumpulan halaman *web* yang saling terhubung dan file-filenya saling terkait. *Web* terdiri dari *page* atau halaman, dan kumpulan halaman yang dinamakan *homepage*. *Homepage* berada pada posisi teratas, dengan halaman-halaman terkait berada dibawah *homepage* disebut *child* dalam *page*, yang berisi *hyperlink* ke halaman *web* (Agung, 2000) dalam (Fajar *et al*, 2014)

Sebuah situs *web* (sering pula disingkat menjadi situs saja, *Website* atau *site*) adalah sebutan bagi sekelompok halaman *web* (*web page*) yang umumnya merupakan bagian dari suatu nama domain (*domain name*) atau *subdomain* di *Word Wide Web* (*WWW*) di *internet protocol* yang menyampaikan informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser* baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk suatu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*) (Ali Zaki: 2009) dalam Harmaningtyas (2014).

Sovia (2011) *website* adalah keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi.

2.1.2. Jenis Situs *Web*

Berdasarkan jenisnya *website* dapat dikategorikan sebagai berikut (Maslan: 2014):

1. Alat pemasaran

Sebuah *web* yang dibuat dengan tujuan untuk mempromosikan dan memasarkan produk atau jasa layanan suatu 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 dan koran.

3. Portal

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

4. 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 dapat mengetahui dan mengenal tentangnya.

2.1.3. Kegunaan *Website*

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

1. Fungsi Komunikasi

Situs *web* ini 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, forum* dan yang lainnya.

2. Fungsi Informasi

Situs *web* yang memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian 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, Profile, Company, Library, Reference* dan lain-lain.

3. Fungsi *entertainment*

Situs *web* juga memiliki fungsi *entertainment*. Bila situs *web* kita berfungsi sebagai sarana hiburan maka penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak dapat meningkatkan mutu presentasi 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 transaksi elektronik. Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, *transfer*, ataupun dengan membayar secara langsung.

2.1.4. Manfaat *Website*

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 *client*-nya, antara pengelola sekolah dengan siswanya, antara pemerintah dengan warganya, atau media komunikasi untuk *stakeholder* yang terkait dengan *website* tersebut dan masyarakat umum.

3. Media untuk berbagi informasi.
4. Media untuk belajar dan mengajar.
5. Media untuk berbisnis.

2.1.6. Kriteria *Website* yang Baik

Hermawan (2007: 61) dalam Maslan (2014) dilingkungan internet, kualitas sistem dinilai oleh pengguna diantaranya adalah segi:

1. Ketergantungan (*Usability*)

Situs *web* harus memenuhi lima syarat untuk mencapai tingkat *usability* yang ideal, antara lain: mudah dipelajari, efisien dalam penggunaan, mudah untuk diingat, tingkat kesalahan rendah. Atribut kualitas yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar muka (*interface*). Kata “*usability*” juga metode untuk meningkatkan kemudahan pemakaian selama proses desain.

2. Sistem Navigasi (*Struktur*)

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 biasa pergi. Dengan demikian mereka dapat menemukan apa yang mereka cari dengan cepat dan mudah. Syarat navigasi yang baik adalah:

- a. Mudah dipelajari
 - b. Tetap konsisten
 - c. Memungkinkan *feedback*
 - d. Muncul dalam konteks
3. Desain Visual (*Realibility*)

Kepuasan visual seseorang *user* secara subjektif melibatkan bagaimana desainer visual situs *web* tersebut membawa mata *user* menikmati dan menjelajahi situs *web* dengan menjelajahi situ *web* dengan melalui *layout*, warna, bentuk, dan tipografi. Grafik membuat halaman *web* menjadi indah tetapi biasa juga memperlambat akses dengan semakin besarnya ukuran file.

4. Lama Respon (*Loading Time*)

Jumlah lama waktu yang dihitung dari akhir permintaan tersebut dilayani, ini berkaitan dengan kecepatan sistem website itu sendiri.

5. *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.

6. *Accessibility*

Halaman *web* harus bisa digunakan oleh setiap orang, baik anak-anak, orang tua, dan orang muda, termasuk cacat.

7. *Interactivity*

Buat situs *web* yang memungkinkan pengunjung berinteraksi dengan situs *web*.

2.1.6. Kualitas *Website*

Ada beberapa kualitas *website*, adapun kualitas *website* sebagai berikut:

(Simarmata, 2010)

1. *Usabilitas*

Isu seperti kemampuan untuk dipahami dan dipelajari, keakraban, operabilitas, kecerian, dan etika adalah faktor desain penting yang tidak bisa diabaikan oleh perancang *web*. Sistem harus diterapkan untuk memungkinkan pemahaman perilaku dan kemampuan, bahkan bagi pengguna *internet* yang bukan pakar. Estetika antarmuka pengguna, konsisten dan mudah digunakan adalah atribut sistem yang mudah untuk dipelajari dengan kurva pembelajaran cepat.

2. *Fungsionalitas*

Sistem harus mencakup semua fitur-fitur penting untuk memenuhi kebutuhan tugas-tugas. Akurasi, kesesuaian, pemenuhan, interoperabilitas, dan keamanan adalah isu yang harus di selidiki di dalam perancangan sistem *e-commerce* untuk menyakinkan bahwa sistem akan melaksanakannya seperti yang diharapkan. Aplikasi *e-commerce* harus mempunyai kemampuan pencarian dan pengambilan

kembali, navigasi, dan fitur-fitur *browsing* dan fitur-fitur aplikasi berkaitan dengan domain (Olsina *et al*, 1998).

3. Reliabilitas Sistem

Pembuatan sistem yang dapat dipercaya melibatkan isu pemahaman seperti toleransi kesalahan, frekuensi kesalahan, keterpulihan, dan kedewasaan. Sistem harus memelihara tingkat kinerja yang ditetapkan dalam hal kesalahan perangkat lunak dengan kemungkinan kerusakan yang minimum. Sistem juga harus mempunyai kemampuan untuk membangun kembali tingkat kinerjanya. Suatu sistem harus secara konsisten menghasilkan hasil yang sama dan memenuhi atau bahkan melebihi harapan penggunanya. Aplikasi *e-commerce* harus mempunyai pengenalan tautan yang benar, mekanisme pemulihan, dan masukan pengguna (*user input*).

4. Efisien

Tujuan sistem *e-commerce* adalah untuk meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya, atau mengombinasikan keduanya. Pengguna mengharapkan sistem berjalan pada cara yang efisien untuk mendukung tujuan mereka. Kinerja waktu tanggap sistem, seperti halnya kecepatan generasi halaman dan grafis, harus cukup tinggi untuk mencukupi permintaan pengguna. Akses yang cepat untuk informasi juga harus diuji selama sistem berjalan untuk memastikan bahwa kebutuhan pengguna secara terus-menerus ditemui pada satu sisi, dan sistem tetap bermanfaat dan kompetitif di sisi yang lainnya.

5. Pemeliharaan

Beberapa fitur rumit yang berhubungan dengan pemeliharaan aplikasi *e-commerce* adalah kemampuan untuk bisa dianalisis, diubah, untuk stabil, dan untuk diuji. Dalam hal ini, target utamanya adalah untuk mengumpulkan data yang akan membantu para perancang untuk mengerti keseluruhan sistem dalam format modular dan arsitektur yang terbaik, dari suatu sudut pandang pemeliharaan masa depan dengan perubahan teknologi yang cepat, terutama pada area rekayasa *web*, seperti halnya kebutuhan pengguna yang kaku untuk pembaruan situs *web* yang berlanjut, modifikasi sistem yang mudah, baik dalam konten dan dalam cara konten ini diperkenalkan, merupakan faktor kesuksesan kritis untuk pengembangan dan peningkatan suatu sistem *e-commerce*.

2.1.7. WebQual 4.0

Maslan (2014) *WebQual* merupakan suatu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari *SERVQUAL* yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. *WebQual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan informasi dimensi dan butir pertanyaannya.

Pingky et al (2014) Terdapat beberapa versi dari model *WebQual* dimana setiap versi digunakan dalam penelitian yang berbeda yang disesuaikan dengan populasi dan kebutuhan penelitian yaitu sebagai berikut:

1. *WebQual* 1.0, terdiri atas 4 dimensi yaitu *usefulness*, *easy of use*, *entertainment*, dan *interaction* *WebQual* versi pertama ini kuat dalam dimensi kualitas informasi, tetapi lemah dalam *service interaction*
2. *WebQual* 2.0, terbagi dalam 3 area yang berbeda yaitu *quality of website*, *quality of information*, dan *quality of service interaction*. pada *webqual* 2.0 dikembangkan aspek interaksi dengan mengadopsi kualitas pelayanan
3. *WebQual* 3.0, diuji mengidentifikasi 3 dimensi atas kualitas *website e-commers* yaitu *usability*, *information quality*, dan *quality of service interaction*
4. *WebQual* 4.0, diperoleh dari pengembangan *WebQual* versi 1 sampai 3 dan juga disesuaikan dan dikembangkan dari *SERVQUAL*. *WebQual* 4.0 terdiri dari dimensi yaitu *usability*, *information Quality*, dan *interaction service*.

Sanjaya (2012: 3) dalam Maslan (2014), ada tiga area atau dimensi dari *website* yang diinginkan oleh pengguna yaitu dilihat dari dimensi kemudahan pengguna (*Usability Quality*), Kualitas Informasi (*Information Quality*), Kualitas Interaksi (*Service Interaction Quality*).

Barnes & Vidgin, (2002) dalam Irawan (2012) dimensi dan item yang menjelaskan model WebQual 4.0

Tabel 2.1 Dimensi *WebQual*

Dimensi	WebQual 4.0 Item
Usability (Kegunaan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan untuk dioperasikan 2. Pengguna dapat berinteraksi dengan jelas 3. Pengguna dengan mudah mengerti menggunakan <i>website</i> OLX 4. Kemudahan untuk navigasi 5. Kemudahan untuk menemukan alamat <i>website</i> 6. Tampilan yang atraktif 7. Tepat dalam penyusunan tata letak informasi 8. Tampilan sesuai dengan jenis <i>website</i> jual beli online 9. Adanya penambahan pengetahuan dari informasi <i>website</i>
Kualitas Informasi	<ol style="list-style-type: none"> 10. Menyediakan informasi yang cukup jelas 11. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya 12. Menyediakan informasi yang up to date 13. Menyediakan informasi yang relevan 14. Menyediakan informasi yang mudah dibaca 15. Menyediakan informasi mudah dipahami 16. Menyediakan informasi yang cukup detail 17. Menyajikan informasi dalam format yang sesuai
Kualitas Interaksi Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 18. Mempunyai reputasi yang baik 19. Mendapatkan keamanan untuk melengkapi transaksi 20. Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi 21. Kemudahan untuk menarik minat dan perhatian 22. Adanya suasana komunitas 23. Kemudahan untuk memberi masukan (<i>feed back</i>) 24. Tingkat kepercayaan yang tinggi atas informasi yang disampaikan <i>website</i>

Sumber: Irawan (2012)

2.2. Penelitian Terdahulu

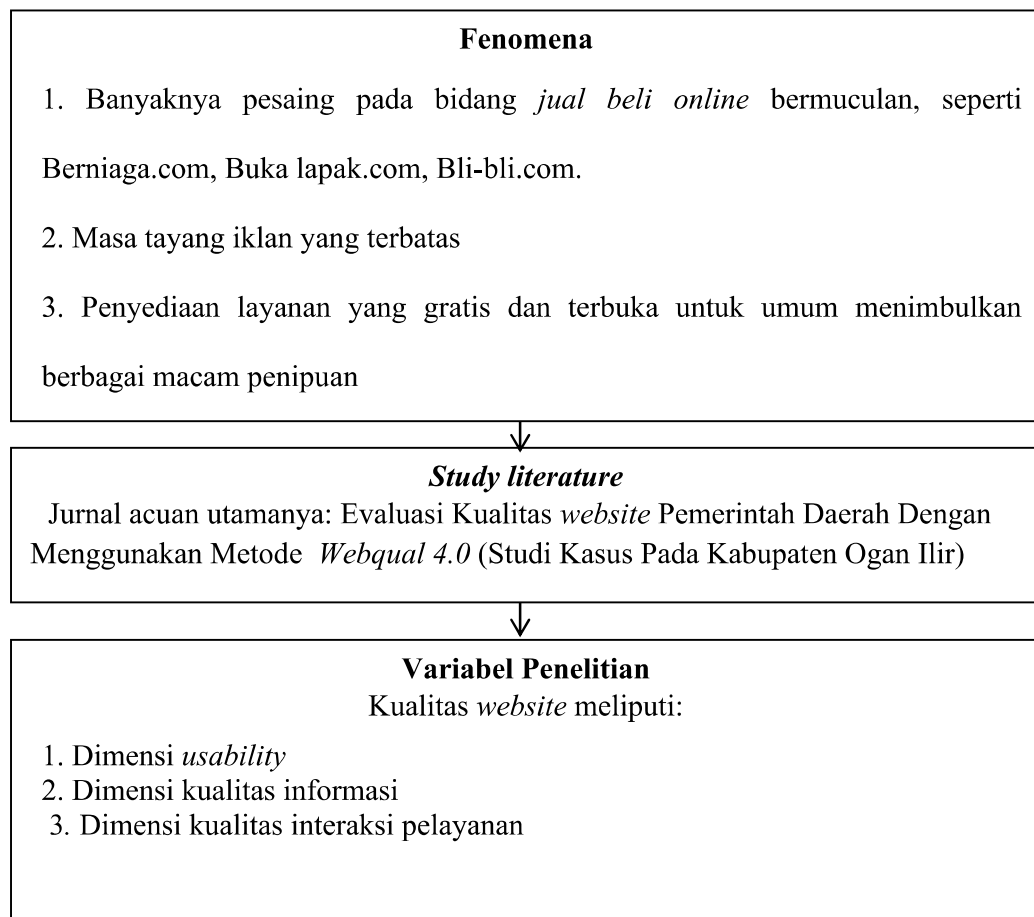
Berikut ini ada beberapa penelitian yang telah dilakukan terdahulu sehingga kita bisa membandingkan penelitian yang kita buat dengan yang sudah dilakukan pada sebelumnya, penelitian terdahulu tersebut dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Hasil
1.	Candra irawan, 2012	Evaluasi kualitas <i>website</i> pemerintah daerah dengan menggunakan <i>webqual</i>	Kualitas <i>website</i> pemda ogan ilir dikatakan cukup bagus mempunyai nilai diantara 52-90 dengan rata-rata 73,3375.
2.	Andi maslan, 2014	Pengukuran Kualitas Layanan <i>Website</i> Pemerintah kota batam menggunakan metode <i>webqual</i> 4.0	<i>Website</i> pemerintah kota batam telah memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi
3.	Imam sanjaya, 2012	Pengukuran kualitas layanan <i>website</i> kementerian kominfo dengan menggunakan metode <i>webqual</i> 4.0	Salah satu dimensi <i>webqual</i> , yaitu kualitas informasi, tidak mempengaruhi kepuasan pengguna secara signifikan
4.	Pingky Stella Rosita, <i>et al</i> 2014	<i>Benchmarking websitee-commerce</i> menggunakan teknik pengukuran <i>webqual</i>	Persentase kepuasan pelanggan terhadap <i>website e-commerce</i> di Indonesia tertinggi mencapai 72,18% .
5.	Furkonudin, <i>et al</i> , 2016	Evaluasi kualitas layanan <i>website e-commerce</i> Blibli.com menggunakan metode <i>webqual</i> 4.0 Terhadap keputusan pembelian <i>online</i>	Menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikansi antara variabel kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi pelayanan terhadap variabel keputusan pembelian <i>online</i> secara simultan.

2.3. Kerangka Pemikiran

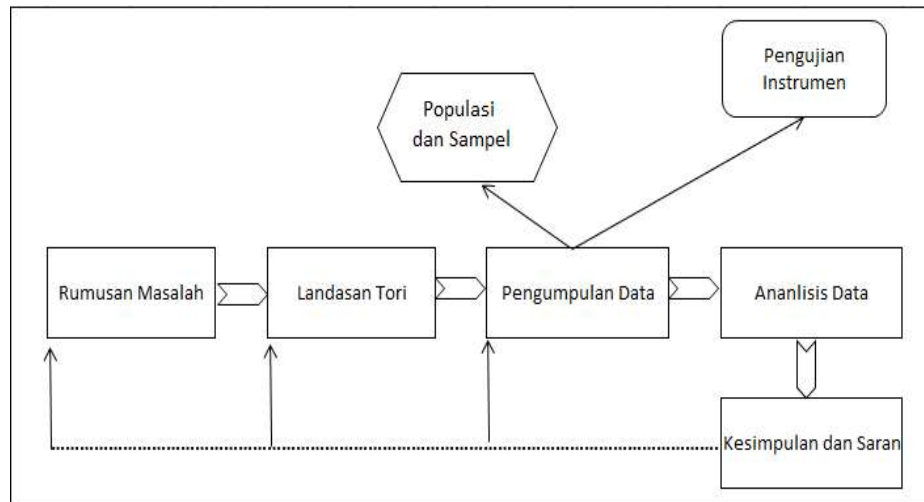
Berdasarkan tinjauan teoritis yang dikemukakan, maka kerangka penelitian yang akan diusulkan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Alur Kerangka Pemikiran

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian



Sumber : Sugiyono (2012: 30)

Gambar 3.1 Desain Penelitian

3.2. Operasional Variabel

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah Kualitas *website*. Operasional variabel pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

3.2. 1. Indikator *Usability*

Pada tabel 3.1 dibawah ini merupakan tabel dari operasional variabel Kualitas *website* dimensi *usability*.

Tabel 3.1 Indikator *Usability*

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran	No Pernyataan
<i>Usability</i>	Kemudahan untuk dioperasikan	<i>Website</i> OLX mudah digunakan	<i>Likert</i>	1
	Interaksi dengan website jelas dan dapat di mengerti	Pengguna dapat berinteraksi dengan jelas dengan menggunakan website OLX	<i>Likert</i>	2
		Pengguna mudah mengerti menggunakan <i>website</i> OLX	<i>Likert</i>	3
	Kemudahan untuk Navigasi	<i>Website</i> OLX memiliki arahan yang membantu pengunjung menemukan apa yang dibutuhkan (misalnya barang bekas atau baru)	<i>Likert</i>	4
	Kemudahan menemukan alamat <i>website</i>	<i>Website</i> OLX mudah ditemukan pada mesin pencari (misalnya <i>google,yahoo, bing</i> dll)	<i>Likert</i>	5
	Tampilan yang atraktif	Tampilan <i>Website</i> OLX menarik	<i>Likert</i>	6
	Tepat dalam penyusunan tata letak informasi	<i>Website</i> OLX memiliki tepat penyusunan tata letak informasi yang tepat	<i>Likert</i>	7
	Tampilan sesuai dengan jenis <i>website</i> jual beli <i>online</i>	<i>Website</i> OLX memiliki tampilan yang sesuai dengan jenis <i>website</i> jual beli <i>online</i>	<i>Likert</i>	8
Adanya penambahan pengetahuan dari informasi <i>website</i>	Pengguna mendapatkan tambahan pengetahuan dari informasi yang tersedia pada <i>website</i> OLX	<i>Likert</i>	9	

3.2.2 Indikator Kualitas Informasi

Pada tabel 3.2 dibawah ini merupakan tabel dari operasional variabel kualitas *website* dimensi kualitas informasi.

Tabel 3.2. Indikator Kualitas Informasi

Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran	No pernyataan
Kualitas Informasi	Menyediakan Informasi yang cukup jelas	<i>Website</i> OLX menyediakan informasi yang jelas	<i>Likert</i>	10
	Menyediakan informasi yang dapat dipercaya	Informasi di <i>Website</i> OLX dapat dipercaya	<i>Likert</i>	11
	Menyediakan informasi yang <i>up to date</i>	Informasi di <i>Website</i> OLX sangat <i>uptodate</i> (terkini)	<i>Likert</i>	12
	Menyediakan informasi yang relevan	Informasi yang disajikan oleh <i>Website</i> OLX relevan/sesuai dengan kebutuhan pengguna	<i>Likert</i>	13
	Menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami	Informasi yang disediakan oleh <i>Website</i> OLX mudah dibaca	<i>Likert</i>	14
		Informasi yang disediakan oleh <i>Website</i> OLX mudah dipahami oleh pengguna	<i>Likert</i>	15
Menyediakan informasi yang cukup detail	<i>Website</i> OLX menyediakan informasi yang detail/rinci bagi pengguna	<i>Likert</i>	16	
	Menyajikan informasi dalam format yang sesuai	Informasi yang disajikan dalam <i>Website</i> OLX memiliki format yang sesuai dengan kebutuhan pengguna	<i>Likert</i>	17

3.2.3. Indikator Kualitas Interaksi Pelayanan

Pada tabel 3.3 dibawah ini merupakan tabel dari operasional variabel Kualitas *website* dimensi Kualitas Interaksi.

Tabel 3.3 Indikator Kualitas Interaksi Pelayanan

	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran	No pernyataan
Kualitas Interaksi	Mempunyai reputasi yang baik	<i>Website</i> OLX memiliki reputasi yang baik	<i>Likert</i>	18
	Mendapatkan keamanan untuk melengkapi transaksi	<i>Website</i> OLX menjamin keamanan pengguna dalam bertransaksi	<i>Likert</i>	19
	Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi	Pengguna merasa aman ketika memberikan informasi data pribadi pada saat bertransaksi di <i>Website</i> OLX	<i>Likert</i>	20
	Kemudahan untuk menarik minat dan perhatian	<i>Website</i> OLX mudah menarik minat dan perhatian pengguna dalam bertransaksi	<i>Likert</i>	21
	Adanya suasana komunitas	Pengguna merasa berada dalam suatu komunitas ketika bertransaksi pada <i>Website</i> Olx	<i>Likert</i>	22
	Kemudahan untuk memberi masukan (<i>feed back</i>)	Pengguna mudah untuk memberikan saran & masukan bagi <i>OLX</i>	<i>Likert</i>	23
	Tingkat kepercayaan yang tinggi atas informasi yang disampaikan <i>website</i>	Pengguna percaya pada informasi yang disampaikan di <i>Website</i> OLX	<i>Likert</i>	24

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Dalam penelitian ini, Jumlah populasi tidak diketahui. Namun peneliti menetapkan Karakteristik populasi dari penelitian ini adalah responden di khususkan kepada pengguna *website* OLX yang sudah menggunakan website minimal dua kali pada periode Juli- Desember 2016 pada masyarakat Batu aji Batam.

3.3.2 Sampel

Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui maka, metode penentuan jumlah *sampel* menggunakan pendapat Malhotra dalam Setiawan (2012: 121) dalam Rasyid (2013: 87) jumlah sampel (*responden*) paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah variabel atau sub variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini terdapat 24 indikator, maka jumlah sampel penelitian yang dapat dihitung sebagai berikut:

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

Rumus 3.1 *Sampling*

Maka sampel yang akan dijadikan sampel sebagai berikut:

$$n = 5 \times 24$$

$$n = 120$$

Maka jumlah sampel yang akan jadi responden sebanyak 120 orang,

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini digunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu pengambilan sampel aksidental menentukan sampel berdasarkan kebetulan yang ditemui atau siapa saja pun yang dipandang oleh peneliti cocok sebagai sumber data. (Sumarni dan Wahyuni, 2006: 78).

3.4 . Teknik Dan Alat Pengumpulan Data

3.4.1. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan kuesioner (angket) untuk mengumpulkan datanya.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini berupa daftar pernyataan (kuesioner) yakni dengan menyebarkan kuesioner penelitian. Pernyataan (kuesioner) tersebut kepada 120 responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian terdiri dari 24 item.

Setelah item-item dapat diukur, maka diperlukan alat untuk mengukur dengan menggunakan skala *Likert*. 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. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* dengan skor 1-5 yang diekspresikan mulai dari yang paling *negative*, netral sampai dengan positif, seperti dibawah ini :

Tabel 3.4 Skala Likert

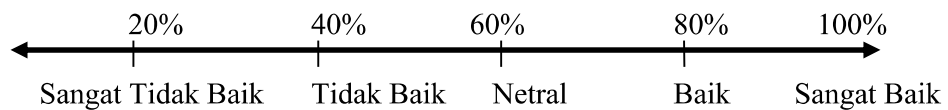
No	Skala Sikap		Bobot Skor
1.	Sangat Setuju	(SS)	5
2.	Setuju	(S)	4
3.	Ragu-ragu	(RR)	3
4.	Tidak Setuju	(TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju	(STS)	1

Sumber: Sugiyono (2012: 94)

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini akan dilakukan statistik deskriptif terhadap responden. Deskripsi data penelitian meliputi deskripsi dimensi-dimensi indikator serta instrumen penelitian beserta karakteristik-karakteristiknya. Untuk menentukan rentang skala dapat diketahui pada gambar sebagai berikut:



Gambar 3.2 Rentang Skala

Sumber: Riduwan dan Kuncoro (2012: 28)

Keterangan:

Angka 0%-20% = Sangat tidak baik

Angka 21%-40% = Tidak Baik

Angka 41%-60% = Netral

Angka 61%-80% = Baik

Angka 81%-100% = Sangat Baik

3.5.2. Uji Kualitas Data

3.5.2.1. Uji Validitas Data

Jika instrumen itu valid, maka dilihat kriteria penafsiran mengenai indeks korelasinya (r) sebagai berikut:

Tabel 3.5 Koefisien Validitas

No	Nilai Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,80-1,000	SangatTinggi
2	0,60-0,799	Tinggi
3	0,40-0,599	CukupTinggi
4	0,20-0,399	Rendah
5	0,00-0,199	SangatRendah

Sumber: Wibowo (2012:36)

Pengujian untuk menentukan *valid* dan tidaknya item-item kuesioner dapat dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi *pearson product moment* dengan menggunakan program SPSS 20.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini akan digunakan metode Cronbach's Alpha. Metode ini sangat populer digunakan pada skala uji yang berbentuk *Likert* (*scoring scale*) misalnya pengukuran skala 1-5.

Kriteria diterima dan tidaknya suatu data atau reliable atau tidaknya suatu data dapat dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0,6. Nilai yang kurang dari 0,6 dianggap memiliki reliabilitas kurang, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan 0,8 dianggap baik (Sekaran, 1992) dalam Wibowo (2012: 53). Berikut tabel yang direkomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut:

Tabel 3.6 Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	<0,20	SangatRendah
2	0,20 – 0,399	Rendah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Tinggi
5	0,80 – 1,00	SangatTinggi

Sumber: Wibowo (2012: 53)

3.6 . Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Batam kepulauan Riau Kecamatan Batu Aji.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian berikut akan menjelaskan dilaksanakannya penelitian ini yang dimulai dari tahap analisis masalah, analisis data, pembuatan laporan dan penyebaran kuesioner. Berikut gambaran jadwal penelitian.

Tabel 3.7 Jadwal Penelitian

Tahap	Prosedur	Bulan					
		Sep' 16	Okt' 16	Nov '16	Des' 16	Jan '17	Feb' 17
1	Studi perpustakaan	■					
2	Penentuan Topik		■				
3	Penentuan Judul						
4	Penentuan objek penelitian		■				
5	Pengajuan bab 1			■			
6	Pengajuan bab 2						
7	Pengajuan bab 3				■		
8	Pembagian kuesioner						
9	Pengolahan data					■	
10	Pengajuan bab 4 dan 5 serta jurnal						■
11	Pengumpulan skripsi						■

Sumber : Data Olahan Sendiri