

**ANALISIS WEBSITE FORUM JUAL BELI
KASKUS.COM (FJB) MENGGUNAKAN
METODE WEBQUAL 4.0 STUDY
KASUS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI



Tukko Martunas Sianipar

**Oleh
120110046**

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

**ANALISIS WEBSITE FORUM JUAL BELI
KASKUS.COM (FJB) MENGGUNAKAN
METODE WEBQUAL 4.0 STUDY
KASUS DI KOTA BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh
Tukko Marunas Sianipar
120110046**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
2016**

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Putera Batam maupun di perguruan tinggi lain.
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pemimbing.
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 di cantumkan 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 di perguruan tinggi.

Batam, 27 Juli 2016

Yang membuat pernyataan

Tukko Martunas Sianipar
120110046

**ANALISIS WEBSITE FORUM JUAL BELI
KASKUS.COM (FJB) MENGGUNAKAN
METODE WEBQUAL 4.0 STUDY
KASUS DI KOTA BATAM**

**Oleh
Tukko Martunas Sianipar
120110046**

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

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

Batam, 27 Juli 2016

**Nurul Azwanti, S.Kom.,M.Kom
Pembimbing**

Abstract

Kaskus forum purchase was held as a forum to facilitate the sale and purchase transactions that are unique to all dynamic. The people of Batam utilize kaskus website as a place to get information about products, prices and quality of the product to be bought and sold. The of this study is determine the effect userbility quality, information quality and interection quality to user statisfacition. In this study using Descriptive analysis, Multiple Regreassion Analysis, Test R-square, T-test and Test F. Based on the result of research and discussion are partially and simultaneously influence the variable quality of the user, the quality of information and the quality of the interaction of the user statisfaction. Means in this research can be concluded that the quality of the user, the quakity of information and the quality of interaction and simultaneous partial effect to the statisfaction of users of the website kaskus in Batam.

Keyword: *Website Kaskus, Webqual 4.0 User Statisfaction.*

Abstrak

Kaskus forum jual beli diadakan sebagai wadah untuk memfasilitasi transaksi jual beli yang unik dengan dinamikanya. Masyarakat Kota Batam memanfaatkan website Kaskus sebagai tempat untuk mendapatkan informasi tentang produk, harga dan kualitas produk yang akan dibeli maupun di jual. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pemgguna, kualitas informasi dan kualitas interaksi terhadap kepuasan pengguna. Dalam penellitian ini menggunakan Analisis Deskriptif, Anlisis Regresi Berganda, Uji Rsquare, Uji T dan Uji F. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terdapat pengaruuh yang signifikan antara variable independen dan variable dependen secara parsial dan simultan. Berarti dapat disimpulkan bahwa kualitas pemgguna, kualitas informasi dan kualitas interaksi berpengaruh secara parsial dan simultan terhadap kepuasan pengguna *website* kaskus fjb Kota Batam.

Kata kunci: website kaskus, webqual 4.0, kepuasan pengguna.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan kebaikannya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Prodi Sistem Informasi Universitas Putera Batam.

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

1. Ibu Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam, yang telah memberikan fasilitas dalam belajar mengajar.
2. Bpk Amrizal, S.Kom.,M.SI selaku Kaprodi Sistem informasi
3. Ibu Nurul Azwanti, S.Kom.,M.Kom selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran selama proses bimbingan.
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam
5. Ayah dan Ibu serta saudaraku tercinta yang telah mendukung penulisan baik spirit maupun materi dan selalu mengiringi doa untuk penulis.

Batam, 27 Juli 2016

Tukko Martunas Sianipar

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Identifikasi Masalah	7
1.3	Pembatasan Masalah	7
1.4	Perumusan Masalah	8
1.5	Tujuan Penelitian	8
1.6	Manfaat Penelitian	9
1.6.1.	Secara Teoritis	9
1.6.2.	Secara Praktis.....	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1.	Konsep Teoritis	11
2.1.1.	Internet	11
2.1.1.1.	Website	12
2.1.2	Fungsi Situs Website.....	16
2.1.3	Jenis Situs <i>Website</i>	18
2.2.3	Kriteria Website Yang Baik.....	19
2.3.3	Kualitas Informasi Website.....	21
2.4.3	Pengukuran Kualitas Website	21
2.5.3	<i>Information Quality</i> ’	22
2.6.3	Indikator Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	23
2.7.3	<i>Service Interaction Quality</i>	24
2.8.3	Indikator Kualitas Interaksi (<i>Interaction Quality</i>)	24
2.9.3	<i>Usability</i> (Kemudahan pengguna)	25
2.10.3	Indikator Kemudahan Pengguna (<i>Usability</i>)	25
2.11.3	Kepuasan Pengguna (<i>User Satisfication</i>).....	29
2.12.3	Indikator <i>User Satisfication</i> (KepuasanPengguna)	32
2.13.3	Kualitas Pelayanan.....	33
2.14.3	Kaskus.....	34
2.15.3	Meode <i>Webqual</i>	38
2.16.3	Penelitian Terdahulu	40
2.17.3	Kerangka Berfikir	44

2.18.3	Hipotesis	46
--------	-----------------	----

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	47
3.2	Operasional Variabel	48
3.3	Variabel Independen	48
3.4	Variabel Dependen.....	50
3.5	Populasi dan Sampel	51
3.6	Populasi.....	51
3.7	Sampel.....	52
3.8	Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.9	Alat Pengumpulan Data	54
3.10	Metode Analisis Data.....	55
3.11	Analisis Deskriptif	56
3.12	Uji Kualitas Data.....	57
3.13	Uji Validitas Data	58
3.14	Uji Reabilitas Data.....	60
3.15	Uji Asumsi Klasik.....	61
3.16	Uji Normalitas.....	62
3.17	Uji Heteroskedastisitas.....	63
3.18	Uji Multikolinearitas	63
3.19	Regresi Linier Berganda	64
3.20	Uji R dan R <i>Square</i> (R^2).....	65
3.21	Uji Parsial (Uji-T).....	66
3.22	Uji F (Pengujian Signifikansi Secara Simultan).....	67
3.23	Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	67
3.24	Lokasi Penelitian.....	68

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian	69
4.2	Profil Responden.....	69
4.3	Analisis Deskriptif	74
4.4	Kegunaan (<i>usability</i>)	75
4.5	Kualitas Informasi.....	76
4.6	Kualitas Interaksi	77
4.7	Kepuasan Pengguna	78
4.8	Uji Kualitas Data.....	79
4.9	Hasil Uji Validitas Data	79
4.10	Hasil Uji Reliabilitas Data	82
4.11	Hasil Uji Asumsiklasik	83
4.12	Hasil Uji Normalitas	83
4.13	Hasil Uji Multikolnieritas	86
4.14	Hasi Uji Heteroskedastisitas	87
4.15	Hasil Uji Pengaruh.....	88
4.16	Regresi Linier Berganda	88
4.17	R Square (R^2).....	93

4.18	Hasil Uji T Parsial.....	94
4.19	Hasil Uji F Simultan	95
4.2.	Pembahasan.....	97

BAB V KESIMPULAN

5.1	Kesimpulan	100
5.2	Saran	101

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional variabel kaskus.....	49
Tabel 3.2 Operasional Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>).....	49
Tabel 3.3 Operasional Kualitas Interaksi.....	50
Tabel 3.4 Operasional Kepuasan Pengguna (<i>User Satisfaction</i>).....	50
Tabel 3.5 Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data.....	55
Tabel 3.6 Rentang skala.....	57
Tabel 3.7 Indeks Koefisien Reliabilitas.....	61
Tabel 3.8 Jadwal Penelitian.....	69
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Umur.....	72
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	74
Tabel 4.4 Hasil Penelitian Skor Kemudahan Pengguna (<i>Usability</i>).....	76
Tabel 4.5 Hasil Penelitian Skor Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>).....	77
Tabel 4.6 Hasil Penelitian Skor Kualitas Interaksi (<i>Interaction Quality</i>).....	78
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Skor Kepuasan Pengguna (<i>User Satisfaction</i>).....	79
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kemudahan Pengguna.....	81
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi.....	82
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Interaksi.....	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna.....	83
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Data.....	84
Tabel 4.13 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	87
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas.....	88
Tabel 4.15 Hasil Uji Linier Sederhana Anova.....	90
Tabel 4.16 Hasil Uji Linier Sederhana <i>Coefficiens</i>	91
Tabel 4.17 Hasil Uji R atau R Square.....	94
Tabel 4.18 Hasil Uji T Parsial.....	96
Tabel 4.19 Hasil Uji F Simultan.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tampilan <i>website</i> kaskus.com.....	37
Gambar 2.2 kerangka pemikiran	45
Gambar 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	72
Gambar 4.2 Data Responden Berdasarkan Umur	73
Gambar 4.3 Data Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	75
Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas Pada Histogram.....	85
Gambar 4.5 Hasil Uji Normalitas Pada P-P Plot.....	86
Gambar 4.6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	89

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Teknik sampling kemudahan	53
Rumus 3.2 Rentang Skala	56
Rumus 3.3 <i>Pearson Product Moment</i>	59
Rumus 3.4 <i>Cronbach's Alpha</i>	61
Rumus 3.5 Regresi Linier Berganda	65
Rumus 3.6 Uji T	67
Rumus 3.7 Uji F	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.7 Latar Belakang Penelitian

Saat ini teknologi *internet* sudah banyak dimanfaatkan oleh semua pihak baik untuk sarana hiburan maupun sarana kemajuan usaha dari beberapa pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut yang sering kita sebut dengan transaksi jual beli *online*. *Internet* memberikan kemudahan untuk mendapatkan informasi dan kemudahan untuk berkomunikasi. Selain itu *internet* juga memiliki cakupan yang sangat luas hampir tak terbatas, berbeda dengan media informasi dan komunikasi lainnya yang mempunyai batasan, baik itu berubah batasan area maupun lainnya. Saat ini, hanya mengetik kata kunci, kita bisa mendapatkan informasi dengan cepat. Sehingga Perkembangan *website* dari tahun ketahun sangat meningkat. Melalui perkembangan teknologi informasi tercipta suatu jaringan antar komputer yang saling berkaitan. Jaringan yang dikenal dengan istilah *internet* secara terus-menerus menjadi pesan-pesan elektronik, termasuk *e-mail*, transmisi *file*, dan komunikasi dua arah antar individu atau komputer.

Banyak kalangan yang sudah memiliki *website* untuk dijadikan media informasi didunia maya. Bayangkan apabila anda mempunyai informasi, dan dikelola dengan cepat dalam wadah sebuah *website*, maka informasi tersebut dapat diakses oleh jutaan orang dari seluruh dunia. Perkembangan teknologi pada

saat ini sangatlah pesat terutama dalam bidang *internet*. *Internet* merupakan wadah yang sangat populer di era saat ini. *Internet* digunakan untuk mencari data atau mencari informasi. Dimasa kini untuk mengakses *internetsangat* mudah didapatkan selain menggunakan komputer rumah (PC), *laptop*, bisa juga diakses melalui *handphone*, *internet* mempermudah komunikasi antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya dalam waktu bersamaan sehingga *internet* sangat membantu dalam pencarian data atau informasi, selain itu juga *internet* juga menyediakan kebutuhan akan informasi, berita, jual beli, ilmu pengetahuan dan hiburan.

Kehadiran *internet* sebagai *mediaonline* menghadirkan media baru yang disebut dengan *Website* yang dapat menjangkau semua kalangan secara cepat, tepat dan bersamaan dengan biaya murah. Sebelum mengunjungi sebuah *Website* terlebih dahulu harus terhubung dengan *internet*. Dengan adanya kehadiran teknologi informasi dalam mendukung aktivitas sehari-hari semakin terasa manfaatnya.

Teknologi *internet* memakai *protocol TCP/IP* yang pertama kali dikenalkan dan diuji coba oleh *US deparement of Defence (US DoD)* dalam proyek *Arpanet (Advance Research Projects Agency Network)* pada tahun 1969. *Internet* membuat komunikasi tanpa batas, baik Negara maupun budaya. perkembangan *internet* semakin maju dengan layanan-layanan yang erus bertambah. Seiring dengan kemajuan teknologi *handphone (mobile)*, media *internet* juga dapat diakses melalui *handphone*. *Internet* merupakan salah satu

solusi luar biasa yang pernah diciptakan oleh manusia, informasi apapun dan dari mana pun memungkinkan untuk didapatkan melalui teknologi ini.

Pengguna *Website* pada zaman sekarang ini sedang mengalami peningkatan yang sangat pesat, perusahaan memanfaatkan *website* untuk mempromosikan barang dan jasa mereka agar dikenal oleh masyarakat luas melalui *website*, memanfaatkan *website* sebagai alat bantu untuk mempromosikan barang dan jasa, juga bisa mengurangi biaya promosi jika melakukan promosi ke daerah yang sulit untuk dijangkau, dengan menggunakan *website* setiap orang dengan mudah mengetahui informasi tentang produk tersebut, informasi yang disajikan pun dapat berjumlah besar dan dapat di *up-date* kapan saja, hal ini secara tidak langsung telah memberikan keuntungan bagi perusahaan yang menggunakan *website* sebagai media promosi karena produk atau jasa yang ditawarkan dikenal secara luas oleh masyarakat dan volume transaksi atas produk dan jasa yang ditawarkan dikenal secara luas karena transaksi bisa dilakukan kapan saja dan dimana saja. *Web* adalah sebuah sistem *internet* yang memungkinkan setiap orang tampil selama 24 jam sehari, khususnya dokumen yang ditempatkan di komputer yang tersambung dengan internet sepanjang hari. *Website* sangat penting bagi seorang penjual karena *website* adalah media yang melakukan pemasaran produk dan menawarkan produk-produk yang baru kepada pelanggan atau calon pembeli yang berkunjung ke sebuah *website*. Hanya dari rumah, ruang kantor atau dimana saja, pelanggan atau pembeli dapat melihat produk-produk dari layar komputer dan *smartphone* untuk mengakses informasi

dan melakukan pembayaran dengan metode pilihan yang tersedia. Penjual yang dimaksud adalah yang mewakili dari perorangan ataupun dari perusahaan.

Selain pengelolaan *website* yang baik dan akurat perorangan ataupun perusahaan memerlukan hal lain untuk mendapatkan kepercayaan pelanggannya. Hal ini diperlukan sebagai sebuah kualitas informasi yang baik dalam menawarkan produk-produk di sebuah *website* yang disediakan oleh penjual. Jika penjual memiliki kualitas informasi yang baik dan akurat maka pelanggan akan merasa nyaman dan percaya. Hal ini akan berdampak positif terhadap penjualan dimana citra penjual akan dikenal baik oleh pembeli. Ada juga *website* yang menyediakan layanan dimana bisa mempromosikan suatu produk dan jasa juga tempat berbelanja di *website* tersebut, salah satu *website* yang bisa dijadikan tempat promosi barang dan tempat berbelanja adalah kaskus.com.

Website merupakan halaman situs sistem informasi yang dapat diakses secara cepat, *Website* ini disadari dari perkembangan sistem informasi dan komunikasi. kaskus.com pada masyarakat di kota Batam sebagai sebuah forum yang mengklaim bahwa dirinya adalah *the largest Indonesian company* tentu tak mau kalah dengan pesaingnya.

Menurut Wahana Komputer (2009: 1) *E-commerce (electronic commerce)* sendiri adalah penjualan dan pembelian produk, informasi, dan jasa yang dilakukan dengan memanfaatkan jaringan komputer. *E-commerce* memberikan beberapa kemudahan baik bagi penjual maupun bagi pembeli. Bagi pihak penjual *e-commerce* sangat membantu untuk memperluas daerah pemasaran produk yang akan dijual, sedangkan bagi pihak pembeli *e-commerce* akan mempermudah

mendapatkan dan membandingkan informasi secara detail tentang produk yang akan dibeli.

Dengan hadirnya *e-commerce* memungkinkan pihak konsumen akan semakin bertambah baik itu memasang iklan dan membeli produk secara *online*, pemanfaatan *website* sebagai media promosi memberikan keuntungan dimana para konsumen akan sangat mudah mengakses media tersebut, selain itu konsumen juga dengan cermat akan menganalisis dan membuat suatu perbandingan tentang produk yang dipasarkan di *website* tersebut dengan *website* lainnya.

Bertransaksi dalam media *online* atau melakukan penjualan, pemasaran barang dan jasa merupakan bagian dari e-dagang yang sering disebut juga dengan *e-commerce*, perdagangan yang di aplikasikan kedalam *e-commerce* seperti *customer service*, perkembangan *e-commerce* ini didorong oleh pesatnya perkembangan *internet*, memudahkan para konsumen melakukan pembayaran dengan *online*. Keuntungan yang diperoleh ketika melakukan *e-commerce* adalah untuk meningkatkan pendapatan dengan menggunakan penjualan online yang biayanya lebih murah dan dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Kaskus forum jual beli diadakan sebagai wadah untuk memfasilitasi transaksi jual beli yang unik dengan segala dinamikanya. Kaskus ini merupakan salah satu bagian dari kaskus, dimana orang yang memiliki barang apa saja dapat membuat *tread* untuk menjual barangnya. Demikian pula dengan orang yang ingin mencari sesuatu, tentu saja dapat membuat *tread* untuk mencari barang yang diinginkan. Kaskus ini tidak menyia-nyiakan nama besar yang

didandangnya, kesempatan ini dilakukan untuk melebarkan sayap kaskus lebih lebar dan lebih luas lagi dengan menyediakan *platform* jual beli. Konsepnya memang tidak berbeda jauh dengan situs-situs *online* yang menyediakan layanan jual beli. Transaksi dilakukan dengan landasan saling percaya dan pemikiran yang positif antara penjual dan pembeli. Namun seiring dengan perkembangannya, sering kali ditemukan kasus penipuan di kaskus khususnya di kota Batam. Namun hal ini tidak menyurutkan orang untuk berjualan atau membeli di kaskus.

Masyarakat khususnya di Kota Batam ini memanfaatkan *website* forum jual beli kaskus.com adalah tempat untuk mencari barang baru atau pun barang bekas seperti, produk *handphone* murah, Komputer, *fashion*, mobil bekas, motor, dan property peralatan rumah tangga, aneka jasa dan lowongan kerja. Dengan hadirnya *website* kaskus.com masyarakat di kota Batam lebih mudah untuk mempromosikan barang dan menjual barang di *website* tersebut.

Website kaskus ini tidak hanya melayani pelanggan yang ada di Batam saja, tetapi diseluruh Indonesia. Dan *website* kaskus disajikan untuk pelanggan untuk memperoleh informasi produk yang dijual, harga lain dan sebagainya. Dengan adanya *website* ini pelanggan lebih mudah memperoleh informasi tentang produk, harga, kualitas produk tanpa perlu waktu yang lama. Informasi yang cepat dan akurat juga sebagai salah satu pelayanan dalam mendapatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Faktor kepercayaan pelanggan menjadi hal yang harus diperhatikan oleh kaskus, dimana akan mempengaruhi niat pelanggan untuk melakukan transaksi jual beli produk melalui kaskus.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” **Analisis Website Forum Jual Beli Kaskus.Com (FJB) Menggunakan Metode Webqual 4.0 study kasus di Kota Batam**”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang diuraikan, maka dapat diidentifikasi beberapamasalah yang ditemui dalam transaksi jual beli pada *website* kaskus.com khususnya di Kota Batam.

1. Pelanggan dapat memperoleh informasi tentang produk dan harga barang tetapi dalam *website* tersebut hanya menyediakan berupa informasi harga dan produk.
2. Pelanggan dapat memperoleh kualitas *website* dan kualitas layanan
3. Kurangnya tingkat kepercayaan informasi harga dan kualitas produk.

1.3. Pembatasan Masalah

Agar peneliti lebih terarah pada permasalahan yang dihadapi dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka perlu ditetapkan suatu batasan terhadap permasalahan yang akan diteliti. Hal ini dilakukan supaya langkah-langkah pemecahan tidak menyimpang dari koridor pembahasan. Permasalahan hanya sebatas transaksi jual beli *online*“Analisis *Website* Forum Jual Beli Kaskus.Com (FJB) Menggunakan Metode *Webqual* 4.0 study kasus di Kota Batam”

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh antara kualitas pengguna (*usability quality*) terhadap kepuasan pengguna *website* kaskus.com di Kota Batam?
2. Adakah pengaruh kualitas informasi (*informasi quality*) terhadap kepuasan pengguna *website* kaskus.com di Kota Batam?
3. Bagaimana pengaruh kualitas interaksi (*interaksi quality*) *website* kaskus.com terhadap kepuasan pengguna *website* pada masyarakat kota Batam?
4. Bagaimana pengaruh kualitas interaksi untuk mengetahui pengaruh kualitas pengguna, kualitas informasi dan kualitas interaksi terhadap kepuasan pengguna *website* kaskus.com di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penetapan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pengguna (*usability quality*) *website* kaskus.com terhadap kepuasan pengguna di Kota Batam
2. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas informasi (*informasi quality*) terhadap kepuasan pengguna *website* kaskus.com di Kota Batam

3. Untuk mengetahui pengaruh antara kualitas interaksi (*interaksi quality*) *website* kaskus.com terhadap kepuasan pengguna *website* pada masyarakat kota Batam
4. Untuk mengetahui hubungan antara kualitas interaksi, untuk mengetahui pengaruh kualitas pengguna, kualitas informasi dan kualitas interaksi terhadap kepuasan pengguna *website* kaskus.com di Kota Batam

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari hasil penelitian tentang ” Analisis *Website* Forum Jual Beli Kaskus.Com (FJB) Menggunakan Metode *Webqual 4.0 study* kasus di Kota Batam” sebagai berikut:

1.6.1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu kita lebih memahami tentang pengaruh *website* kaskus.com dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna khususnya masyarakat di Kota Batam.

1.6.2. Secara Praktis

Bagi penulis, penelitian ini untuk menambah ilmu pengetahuan serta pemahaman mengenai pengaruh *website*, kualitas dan kepuasan pengguna. Bagi perusahaan penelitian yang di lakukan ini, diharapkan dapat memberikan sumbangan mengenai apa saja yang mempengaruhi *website* dan kualitas informasi

yang bermanfaat bagi perkembangan dan kemajuan perusahaan pada masa yang akan datang. Bagi penulis, penilaian ini sebagai referensi oleh pihak lain dalam penulisan skripsi dengan topik yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. konsep Teoritis

Berikut adalah uraian tentang teori yang dipergunakan dalam penelitian ini. Adapun tujuan dari menuliskan teori adalah untuk memperkuat hasil dari penelitian yang dituliskan.

2.1.1. Internet

Menurut Husda (2012: 161) mengemukakan *Internet* adalah jaringan komunikasi global yang terbuka dan menghubungkan ribuan jaringan komputer, melalui sambungan telepon umum maupun pribadi (pemerintahan maupun swasta). (Mac Bride, 1997). *Internet* adalah sekumpulan jaringan yang terhubung satu dengan yang lainnya, dimana jaringan menyediakan sambungan menuju global informasi (Oetomo, e al., 2007: 117). *Internet* merupakan media informasi yang modern, karena *internet* dapat memberikan informasi secara cepat, murah, tepat, simpel dan fleksibel.

Sedangkan menurut Maslan (2012: 187) *Internet (Internasional Network)* merupakan sekumpulan jaringan komputer yang menghubungkan berbagai macam situs *web*, seperti situs pendidikan, pemerintahan, komersial, organisasi maupun keuangan.

2.1.1.1. Website

Sebuah halaman *web* mampu memberikan kemudahan bagi perusahaan dalam penyampaian lewat jaringan *online*. Media *web* juga menjadi media informasi perusahaan untuk mencapai tujuan strategis perusahaan. Keunggulan media *web* adalah mempunyai jangkauan umum dan luas. Selain itu, informasi yang disajikan dapat disajikan secara detail dan *up to date*. Menurut (Hamdani, 2008: 278) dalam jurnal Maslan situs (*website*) adalah perusahaan-perusahaan penyedia layanan *internet*. Sedangkan yang menyediakan layanan atau memberikan jaringan pada pemilik situs tersebut dikenal dengan nama *provider*. Sedangkan Menurut (Yuhfizar, 2009: 65) dalam jurnal Maslan, 2014 menjelaskan *website* sebagai komponen dari suatu identitas, yang dipengaruhi oleh pendapat publik dan terbentuk dalam perilaku dan karakter sebuah perusahaan, individu ataupun Negara. Bahkan Toms dan Taves (2004) mengemukakan bahwa situs *web* yang menjadi perhatian utama dikalangan pengguna *internet* adalah *web* perjalanan (*travel web*). *Website* kaskus memberikan informasi dengan menggunakan teknologi informasi seperti situs *web* yang dapat memberikan keuntungan baik kepada pelanggan.

Menurut Kotler (2010: 664) terdapat beberapa keuntungan yang diperoleh pelanggan melalui kemajuan teknologi internet ini, antara lain:

1. Pelanggan dapat memperoleh informasi yang obyektif mengenai beberapa merek dari suatu produk, termasuk informasi mengenai biaya, harga, fitur dan kualitas tanpa harus menunggu bantuan dari tenaga penjual.
2. Pelanggan dapat langsung menanyakan informasi yang diperlukan kepada produsen.
3. Pelanggan dapat mendesain apa yang mereka perlukan.
4. Pelanggan dapat menggunakan agen pencarian dan meminta beberapa produsen sekaligus untuk memberikan penawaran.

Kepercayaan terhadap informasi merupakan penimbangan utama pelanggan dalam mengevaluasi *website* kaskus. Bila pengalaman pengunjung percaya terhadap *website* kaskus, hal ini akan berdampak positif dengan usaha meningkatkan kualitas informasi bagi pelanggan kaskus. Analisis efektivitas *website* kaskus menggunakan isi konten sebagai objek untuk menyertakan pandangan manajemen terhadap tingkat kepentingan setiap fitur dan kualitas isi dari situs *web* demi meningkatkan kualitas dan mutu informasi di kaskus.

Pemakaian informasi merupakan satu komponen yang tidak dapat dipisahkan dari pengelola sistem informasi karena yang sesungguhnya mendayagunakan produk informasi tersebut untuk sesuai dengan kebutuhannya adalah mereka. Dalam hal ini produk informasi dapat dinyatakan bermanfaat bila informasi itu memenuhi kebutuhan pihak pemakainya. Pemakaian informasi merupakan satu komponen yang tidak dapat dipisahkan dari pengelola sistem informasi karena yang sesungguhnya mendayagunakan produk informasi tersebut untuk sesuai dengan kebutuhan mereka. Dalam hal ini produk informasi

dapat dinyatakan bermanfaat bila informasi itu memenuhi kebutuhan pihak pemakainya. Sebaliknya, jika produk informasi itu tidak memenuhi kebutuhannya oleh pihak si pemakainya, maka penyediaan informasi tersebut bisa dikatakan sia-sia, dengan kata lain pengelola informasi tidak menghasilkan perangkat informasi yang berguna.

Menurut Supardi, (2009: 1) *Internet* yang merupakan akronim dari *interconnection Networking* adalah jaringan komputer dengan skala dunia. *Internet* juga merupakan tempat terhubungnya berbagai mesin informasi di dunia ini baik berupa *server*, komputer pribadi, *handphone*, komputer genggam dan sebagainya. (Febrian, 2008: 1-2).

Menurut (Hidayat, 2011: 3) *world wide web* atau biasa di sebut *www* atau juga bisa disebut dengan *web* merupakan salah satu sumber daya *internet* yang berkembang pesat. *Website* adalah keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat dari sebuah *domain* yang mengandung informasi. *web* adalah sebuah sistem penyebaran informasi melalui *internet*. Sedangkan *domain* adalah nama unik yang dimiliki oleh sebuah institusi sehingga bisa diakses melalui *internet*, misalnya: *ephi.web.id*, *yahoo.com*, *google.com*, dan lain-lain (Yuhefizar, 2013 : 3). Sedangkan menurut Silalahi (2013) *web* adalah sejumlah halaman *web* yang memiliki topik saling terkait, terkadang disertai pula dengan berkas-berkas gambar, video, atau jenis-jenis berkas lainnya.

Sedangkan menurut Simarmata mengemukakan (2010: 47) *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 umumnya ditulis dalam format HTML (*hypertext Markup Language*). Informasi lainnya disajikan dalam bentuk grafis (dalam bentuk GIF, JPG, PNG), suara (dalam bentuk AU, WAV) dan objek multimedia lainnya (seperti *MIDI, Shockwave, Quicktime, Movie, 3D world*). *Web* dapat diakses oleh perangkat lunak *client Web* yang disebut *browser*. *Browser* membaca halaman-halaman *web* yang tersimpan dalam *server Web* melalui protokol yang disebut HTP (*hypertext Transfer Protocol*). Sebagai 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. Tautan memudahkan para pengakses *Web* berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya dan “berkelan” dari *server* lainnya. Kegiatan penelusuran halaman *Web* ini bisa disebut *browsing*. Namun ada juga yang menyebutnya *surfing* (berselancar). Pada tahun 1991, Tim Berners-lee mengembangkan visi untuk *Network information Project* pada *Le Centre Europeen de Recherche Nucleaire* (CERN) di swiss. Misinya adalah untuk menciptakan sistem informasi global yang mudah, namun kuat berdasarkan pada *hiperteks*. Dua bagian utama yang muncul dari proyek ini adalah *Hypertext Markup Language* (HTML) dan *Hypertext Transfer Protokol* (HTTP).

HTML (*Hypertext Markup Language*) adalah bahasa markup untuk menyebarkan informasi pada *Web*. Ketika merancang HTML ide ini diambil dari *Standard Generalized Markup Language* (SGML). SGML adalah cara yang terstandarisasi dari perorganisasian dan informasi yang terstruktur di dalam dokumen atau sekumpulan dokumen. Walaupun HTML tidak dengan mudah

dapat dipahami kebanyakan orang. Ketika diterbitkan penggunaannya menjadi jelas. HTP (*Hypertext Transfer Protokol*) adalah komponen sentral lainnya dari proyek awal CERN. HTTP adalah protocol komunikasi *sateless* yang berbasis pada TCP yang awalnya digunakan untuk mengambil kembali file-file HTML dari *server Web* ketika dirancang pada tahun 1991. Versi 1.1 (diterapkan di RFC2616) telah mengalami peningkatan. Versi ini mengizinkan *client* dan *server* menggunakan banyak *headers* untuk menyampaikan status informasi dan deskripsi agen pengguna (*user agen*) dan bertindak sebagai alat yang bersifat elementer untuk autentifikasi pengguna. Versi awal yang diciptakan pada tahun 1991 diacu sebagai HTTP version 0,9. Adalah protokol yang sederhana untuk komunikasi antara *client* dan *server*. Kebanyakan versi yang sekarang ini adalah berasal dari protokol HTP versi 1.1.

2.1.2 Fungsi Situs Website

Menurut Hermawan dalam Maslan (2014: 4), 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, 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 didownload dengan cepat. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan lemen-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 dapat 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.

2.19.3 Jenis Situs *Website*

Website berdasarkan jenisnya dapat dikategorikan sebagai berikut :

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 *web* yang menyediakan akses suatu titik tunggal dari informasi *online* terdistribusi, seperti dokumen yang didapat melalui pencarian, kanal berita, dan *link* ke situs 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 diari yang menceritakan kehidupan sehari-sehari yang di publish agar orang lain dapat mengetahui dan mengenal tentangnya

2.1.4 Kriteria Website Yang Baik

Menurut Hermawan dalam Maslan (2014: 4) di lingkungan *internet*, kualitas sistem di nilai oleh pengguna diantaranya adalah dari segi :

1. Ketergunaan (*usability*)

Situs *web* harus memenuhi lima syarat untuk mencapai tingkat *usability* yang ideal, antara lain :

1. Mudah dipelajari,
2. Efisien dalam penggunaan,
3. mudah untuk diingat,
4. tingkat kesalahan rendah.
5. Atribut kualitas yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar muka (*interface*). Kata “*Usability*” juga merujuk pada suatu 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 bisa pergi.

3. Desain Visual (*realibility*)

Kepuasan visual seorang user secara subjectif 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 bisa 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 orang cacat.

7. Interactivity

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

2.1.5 Kualitas Informasi Website

Kualitas informasi *website* mengukur kualitas keluaran dari sistem informasi. Larcker dan Lessig dalam Maslan (2014: 5) mengemukakan pengukuran kualitas informasi *website* yaitu dengan mengembangkan enam item

pertanyaan untuk mengukur kepentingan persepsi dan kebergunaan informasi dari informasi yang disajikan dan laporan-laporan yang dihasilkan oleh sistem informasi tersebut. Seperti pengukuran isi *web* harus personal, lengkap relevan, mudah di pahami 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*)

2.1.6 Pengukuran Kualitas Website

Pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna baik *website* pemerintahan maupun *website* non pemerintahan mengacu pada tiga dimensi kualitas yaitu sebagai berikut :

1. *usability quality.*
2. *information quality.*
3. *service interaction quality.*

Web Qual merupakan 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. Menurut teori *WebQual*, terdapat tiga dimensi inti yang mewakili kualitas suatu *website*, yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* (Barnes dan Vidgen dalam Suci Ramadhani Arifin, 2015: 85). Kualitas inti *WebQual* berasal dari dukungan dari berbagai literatur primer dan sekunder yang mengacu pada penelitian dari tiga bidang utama. Pada *webqual 4.0* variabel kegunaan telah sangat berkembang, hal ini dapat dilihat pada indikator-indikatornya yang lebih menekankan pada persepsi pengguna dari pada perancang websitenya. Penjelasan dari variabel-variabel *webqual 4.0* menurut penelitian Ahsania et al (2010) sebagai berikut:

2.1.6.1 Information Quality

Berasal dari penelitian mengenai sistem informasi. Pertanyaan-pertanyaan yang dikembangkan di bagian ini dibangun berdasarkan literatur yang berfokus pada kualitas informasi, data dan sistem. Kualitas Informasi tergantung dari tiga hal yaitu : informasi harus akurat, Representasi (*Reprentational*) dan relevan

2.1.6.1.1 Indikator Kualitas Informasi (*Information Quality*)

1. Relevansi (*Relevancy*)

Menurut Wang dan Strong dalam Ahsania et al (2010: 5) mendefinisikan elemen relevan berkaitan dengan tingkat dimana seluruh informasi atau data yang disajikan dapat digunakan dan berguna sesuai dengan tujuan pengakses.(Janda et al, 2002 dalam Ahsania, 2010: 5) menambahkan

kemampuan akses informasi yang relevan adalah sesuai pada situasi yang diinginkan pelanggan (pengakses situs) dan sesuai dengan tujuan menggunakan situs. (Barnes dan vidgen, 2001 dalam Ahsania, 2010: 5) mengemukakan informasi relevan harus sesuai dengan prinsip kekinian yaitu keadaan aktual saat ini.

2. Akurasi (*Accuracy*)

(Barnes dan Vidgen, 2002 dalam Ahsania, 2010: 5) kualitas akurat pada informasi suatu situs meliputi: ketepatan penulisan, informasi yang disajikan dapat dipercaya, kelengkapan sumber informasi atau daftar pustaka, kesalahan informasi dapat diidentifikasi, dan keintegritasan informasi.

3. Representasi (*Reprentational*)

Menurut Wang dan Strong (1997) dalam Ahsania (2010: 5) kualitas representasional pada informasi meliputi aspek kualitas informasi yang meliputi: format informasi yang disajikan (*format*) dan makna dari informasi (*meaning*). Ditambahkan format informasi meliputi: 1) format informasi (unit bahasa, unit informasi) adalah jelas, dan konsisten; 2) makna informasi meliputi: 1. Informasi mudah di intrepresiasi (*interpretable*); 2. Informasi mudah dimengerti (*ease of understanding*).

2.1.6.2 Service Interaction Quality

Berasal dari penelitian mengenai kualitas layanan *marketing*, *e-commerce*, dan sistem informasi. Kualitas interaksi adalah sejauh mana system dapat berinteraksi

kepada pengguna, baik organisasi atau pengguna lainnya, agar hubungan terhadap system dapat berjalan dengan terus menerus.

2.1.6.2.1 Indikator Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*)

1. Kepercayaan (*Trust*)

Menurut Barnes dan Vidgen (2000) dalam Ahsania (2010: 6) mengemukakan bahwa situs dapat dipercaya dan bebas dari resiko atas pertukaran informasi personal pelanggan atau atas transaksi yang dilakukan. (Parasuraman et al, 2000; 2005 dalam Ahsania, 2010: 6) menggunakan istilah elemen keamanan (*security*) sebagai keamanan suatu situs atas informasi personal (misalnya privasi atas informasi sensitif) dan keamanan atas transaksi pembelian *online* yang biasanya dilakukan dengan kartu kredit.

2. Empati (*Emphaty*)

Menurut Riel dan Liljander (2001) dalam Ahsania (2010: 6) mendefinisikan elemen empati suatu situs dimaksudkan sebagai tingkat sejauh mana komunikasi dibuat sedemikian rupa sesuai dengan preferensi pengakses situs dan kesadaran penyedia jasa situs atas kebutuhan personal pengakses situs. (Barnes dan Vidgen, 2001 dalam Ahsania, 2010: 6) menggunakan istilah *customer relationship* yaitu kualitas interaksi situs dengan pelanggan (pengakses situs). Pemahaman situs diatas preferensi pelanggan dengan menyediakan berbagai pilihan interaksi dengan pelanggan yang melalui: *customization*, *community* dan *communication*

2.1.6.3 Usability (Kemudahan pengguna)

Berasal dari penelitian dalam bidang *Human-Computer Interaction* (HCI) atau interaksi manusia dan komputer dan *web usability*. Kata “*Usability*” juga merujuk pada suatu metode untuk meningkatkan kemudahan pemakaian selama proses desain.

2.1.6.3.1 Indikator Kemudahan Pengguna (*Usability*)

1. Kemudahan Navigasi (*easy to navigation*)

Menurut Barnes dan Vidgen dalam Ahsania et al (2010: 6) navigasi situs adalah kemudahan menemukan suatu situs dan kemudahan beroperasi ketika berada dalam situs tersebut. Menurut Parasuraman et al, dalam Ahsania et al, (2010:6) mengemukakan kemudahan navigasi berkaitan bahwa suatu situs berisi fungsi-fungsi atau perintah-perintah yang membantu pengaksesan mencari apa yang dibutuhkan dengan mudah, memungkinkan pengakses bermanuver dengan baik (membolak-balik halaman situs, membuat *link*), jaringan antar link atau halaman yang tertata dengan baik (*organized hyperlink*).

2. Disain Situs (*Web site Design*)

Menurut Barnes dan Vidgen dalam Ashania et al (2010: 6) mengistilahkan tampilan suatu situs dilihat dari disain tersebut pada pengakses situs berkaitan dengan bentuk dan warna dari penampilan gambar, grafik maupun

teks. (Parasuraman et al, dalam Ashania et al 2010: 6) mengemukakan istilah disain grafis untuk menjelaskan elemen desain suatu situs secara teknis, dimana disain grafis situs meliputi : warna, tata letak gambar, tampilan foto, tata grafis, dan animasi. Kemudian penggabungan dari seluruh hal tersebut diatas akan membangun keseluruhan disain situs yang menarik (*attractive*) dan kreatif.

3. Kenyamanan (*Convenience*)

Menurut Szymanski dan Hise dalam Ahsania et al (2010: 7) mengidentifikasikan kenyamanan dalam konteks berinteraksi dengan situs adalah meliputi manfaat atas penghematan waktu (efisiensi waktu), dan proses pencarian (*browsing*) yang mudah dan menyenangkan.

Beberapa penelitian selanjutnya telah memperluas dan mengembangkan metode *WebQual 4.0* menjadi beberapa variabel *WebQual* untuk menilai kualitas sebuah *website*. Menurut Nasution dan Mudjahidin dalam Eko Nugroho (2015: 82) melakukan penelitian untuk mengukur kualitas *website* pemerintahan dari sisi kepuasan pengguna akhir dan keinginan pengunjung situs untuk menggunakan kembali layanan *website*, yang menitikberatkan pada sejauh mana persepsi tentang mutu layanan website yang dirasakan (*actual*) dengan tingkat harapan (*ideal*). Penelitian Nasution dan Mudjahidin dalam Eko Nugroho (2015: 82) menggunakan tiga dimensi utama *WebQual 4.0* (*usability quality, information quality, dan service interaction quality*). Model *WebQual* untuk mengevaluasi kualitas website berdasarkan perspektif pengguna. 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 variabel 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 variabel atas kualitas *website commerce* 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 4 variabel yaitu *Usability*, *Information*, *Service Quality*, dan *Overall*.

Kualitas yang diidentifikasi dalam *WebQual 1.0* membentuk titik awal untuk menilai kualitas informasi dari suatu website di *WebQual 2.0*. Terkait dengan kualitas pelayanan, terutama *ServQual*, digunakan untuk meningkatkan aspek kualitas informasi dari *WebQual* dengan kualitas interaksi. Kualitas layanan umumnya didefinisikan dengan seberapa baik layanan yang disampaikan apakah sesuai dengan eskpektasi pelanggan. Pengembangan *WebQual 2.0* memerlukan beberapa perubahan signifikan pada instrumen *WebQual 1.0* . Dalam rangka memperluas model untuk kualitas interaksi, Barnes dan Vidgen (2001) melakukan analisis terhadap instrumen *ServQual* dan membuat perbandingan rinci antara

ServQual dan *WebQual 1.0*. Tinjauan ini berhasil mengidentifikasi pertanyaan yang mubazir dan kemudian wilayah yang tumpang tindih dihapus, hasilnya sebagian besar pertanyaan-pertanyaan kunci dalam *ServQual* tidak sesuai dengan *WebQual 2.0*, jumlah instrumen dengan 24 pertanyaan tetap dipertahankan (Barnes dan Vidgen, 2001) . *WebQual 1.0* mungkin kuat dalam hal kualitas informasi, namun kurang kuat dalam hal interaksi layanan. Demikian juga untuk *WebQual 2.0* yang menekankan kualitas interaksi menghilangkan beberapa kualitas informasi dari *WebQual 1.0*. Kedua versi tersebut mengandung berbagai kualitas terkait dengan *website* sebagai artefak perangkat lunak. Semua kualitas dapat dikategorikan menjadi tiga wilayah yang berbeda, yaitu kualitas *website*, kualitas informasi, dan kualitas interaksi pelayanan baru *WebQual 3.0* telah diuji dalam domain lelang online.

Analisis dari hasil *WebQual 3.0* membawa pada identifikasi tiga dimensi dari kualitas *website*, yaitu kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi pelayanan. Kegunaan adalah kualitas yang berkaitan dengan desain *website*, semisal penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan tampilan yang disampaikan kepada pengguna. Kualitas informasi adalah kualitas isi *website*, kesesuaian informasi untuk keperluan pengguna seperti akurasi, format, dan relevansi. Kualitas interaksi layanan adalah kualitas interaksi layanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka mempelajari lebih dalam suatu *website*, diwujudkan oleh kepercayaan dan empati, misalnya masalah transaksi dan keamanan informasi, pengiriman produk, personalisasi, dan komunikasi dengan pemilik *website* (Barnes dan Vidgen, 2001). Kegunaan telah menggantikan

kualitas *websites* di *WebQual* versi 4.0 karena menjaga penekanan pada pengguna dan persepsinya dari pada pembuat *website*. Istilah kegunaan juga mencerminkan dengan lebih baik tingkat abstraksi dua dimensi lain dari *WebQual*, yaitu interaksi layanan dan informasi. Kegunaan berkaitan dengan pragmatik tentang bagaimana pengguna melihat dan berinteraksi dengan *website*.

2.1.7 Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*)

Pada umumnya kepuasan pengguna sering diartikan sebagai perbedaan antara harapan (*expectation*), dengan kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dari suatu produk. Kepuasan adalah keadaan subjektif dari kepuasan. Ini adalah pernyataan dimana orang merasa senang dengan pencapaian mereka dengan beberapa usaha. Kepuasan adalah tingkat seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara harapan dengan kinerja yang dirasakan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pengguna akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi, pengguna akan puas (Supranto dalam Tukino, 2015: 164).

Menurut Dastidar dalam Tukino (2015: 164) disebutkan bahwa kepuasan adalah serangkaian reaksi bias yang dimiliki pengguna ketika menggunakan *Website*. *Website* harus menyenangkan untuk digunakan dan dilihat. Persepsi pengguna atas kesenangan mempengaruhi mereka dalam :

1. Anggapan mudah digunakan
2. Motivasi untuk belajar bagaimana menggunakan *Website*

3. Keyakinan dalam keandalan isi informasi
4. Niat/kemauan di masa mendatang
5. Rekomendasi

Kepuasan terhadap *Website* mengacu pada pemenuhan kebutuhan dan ekspektasi konsumen pada *Website*. Keseluruhan persepsi kepuasan biasanya menghasilkan keseluruhan sikap positif terhadap *Website*. Dalam penelitian (Byun & Finnie dalam Tukino, 2015: 165) yang berjudul *Evaluating Usability, User Satisfaction, and Ease Of Access for Successful E-Government Websites* dihasilkan bahwa *usability* sangat mempengaruhi kepuasan pengguna dan niat untuk mengunjungi kembali. Selain itu, *usability* juga mempengaruhi *Ease Of Access* secara langsung tanpa perantara (kepuasan pengguna). *Usability* merupakan salah satu bagian dalam kualitas *Website*. Hal ini berarti bahwa secara tersirat kualitas *Website* mempengaruhi kepuasan pengguna dan niat untuk berkunjung kembali. Niat untuk terus menggunakan *Website* dipengaruhi oleh kepuasan pengguna. Beberapa pengguna tidak mempunyai niat untuk kembali mengunjungi *Website* jika mereka secara fisik tidak puas dengan *Website*, walaupun mereka dapat mencapai tujuan mereka dalam *Website*.

Berdasarkan Byun & Finnie dalam Tukino (2015: 166), pengukuran tingkat kepuasan pengguna diambil berdasarkan penelitian *Spool et al* yang meliputi:

1. *Physical Fatigue*: Berkenaan dengan kelelahan fisik yang dialami pengguna dalam menggunakan *Website*.
2. *Confusing during the task*: Mengenaikan tingkat kebingungan dalam melakukan tugas dalam *Website*.

3. *Degree of stress after finding the correct answer*: Mengenai derajat *stress* yang dirasakan oleh pengguna setelah menemukan apa yang dicari.
4. *Actual speed of tasks*: Mengenai kecepatan *Website* dalam melakukan tugas yang diminta pengguna.
5. *Satisfaction about the quality of information provided*: Mengenai kepuasan pengguna atas kualitas informasi yang disediakan.
6. *Attitude about proceeding to another task after completing a task*: Mengenai sikap pengguna untuk melakukan tugas lain dalam *Website*.

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

2.1.7.1 Indikator *User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna)

Dari penjelasan dimensi diatas, maka penulis dapat menuliskan bahwa menurut Byun & Finnie dalam Tukino (2015: 166), pengukuran tingkat kepuasan pengguna diambil berdasarkan penelitian *Spool et al* yang meliputi :

1. Physical Fatigue

Berkenaan dengan kelelahan fisik yang dialami pengguna dalam menggunakan *Website*

2. Confusing during the task

Mengenai tingkat kebingungan dalam melakukan tugas dalam *Website*.

3. Degree of stress after finding the correct answer

Mengenai derajat stress yang dirasakan oleh pengguna setelah menemukan apa yang dicari.

4. *Actual speed of tasks*

Mengenai kecepatan *Website* dalam melakukan tugas yang diminta pengguna.

5. *Satisfaction about the quality of information provided*

Mengenai kepuasan pengguna atas kualitas informasi yang disediakan.

6. *Attitude about proceeding to another task after completing a task*

Mengenai sikap pengguna untuk melakukan tugas lain dalam *Website*.

2.1.8 Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas berdasarkan sudut pandang tiga pakar kualitas tingkat internasional, yaitu mengacu pada pendapat *Crossby*, dkk (*Crossby* dalam Maslan, 2009: 9) antara lain:

1. Deming mendefinisikan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Crosby mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan.
3. Juran mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian terhadap spesifikasi, jika dilihat dari sudut pandang produsen

Sedangkan secara obyektif kualitas menurut Juran, dalam Maslan (2014: 9) adalah suatu standar khusus dimana kemampuannya (*availability*), kinerja

(*performance*), kendalannya (*reliability*), kemudahan pemeliharaan (*maintainability*) dan karakteristiknya dapat diukur. Menurut Davis dalam Maslan (2014: 9) membuat definisi kualitas yang lebih luas cakupannya, yaitu kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendekatan yang digunakan Davis ini menegaskan bahwa kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk dan jasa tetapi juga menyangkut kualitas manusia, kualitas lingkungan. Sangatlah mustahil menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas tanpa melalui manusia dan proses yang berkualitas.

Menurut Gaspersz Maslan (2014: 9) mendefinisikan kualitas adalah : Totalitas dari karakteristik suatu produk (barang dan atau jasa) yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dispesifikasikan. Kualitas seringkali diartikan sebagai segala sesuatu yang memuaskan pelanggan atau kesesuaian terhadap persyaratan atau kebutuhan. Perusahaan jasa dan pelayanan lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut. Sedangkan perusahaan yang menghasilkan produk lebih menekankan pada hasil, karena konsumen umumnya tidak terlibat secara langsung dalam prosesnya. Untuk itu diperlukan system manajemen kualitas yang dapat memberikan jaminan kepada pihak konsumen bahwa produk tersebut dihasilkan oleh proses yang berkualitas.

2.1.1. Kaskus

Kaskusa adalah forum diskusi dan jual beli terbesar di Indonesia, Kaskus adalah rumah bagi siapa saja untuk menemukan segala hal yang mereka butuhkan. Jutaan orang menggunakan Kaskus untuk mencari informasi, pengetahuan, bergabung dengan komunitas baru, hingga jual beli segala jenis barang dan jasa dengan harga terbaik. Kaskus terbagi kedalam dua jenis forum yaitu Forum dan forum jual beli (FJB). Forum adalah tempat untuk mendiskusikan segala hal. FJB adalah tempat untuk bertransaksi jual beli segala macam produk. Forum diskusi Kaskus kerap memberitakan informasi yang tidak bisa ditemukan di portal-portal berita lain.

FJB Kaskus juga terbukti sebagai tempat paling lengkap untuk menemukan segala macam produk dan jasa. Kaskus didirikan pada tanggal 6 November 1999 oleh tiga pemuda asal Indonesia yang sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat. Pada awalnya Andrew Darwis, Ronald, dan Budi membuat Kaskus untuk memenuhi tugas kuliah mereka. Kaskus sendiri bertujuan untuk mengobati kerinduan mahasiswa Indonesia di luar negeri akan Indonesia melalui berita-berita Indonesia yang diterjemahkan. Di tahun 2006 Kaskus terpaksa berubah domain dari .com menjadi .us karena penyebaran virus Brontok yang menyerang situs-situs besar Indonesia termasuk Kaskus. Sejak saat itulah alamat situs Kaskus berubah menjadi kaskus.us, yang juga sekaligus mengartikan bahwa Kaskus adalah us atau kita. Pada tahun 2008, Andrew Darwis dan Ken Dean Lawadinata memutuskan untuk mengelola kaskus secara profesional.

Situs Kaskus personel dan infrastruktur yang terkait akhirnya diboyong ke Indonesia pada tahun ini. Di Indonesia, kantor Kaskus pertama berlokasi di daerah

Mangga Besar, yang dibantu dengan 2 orang tenaga profesional. Dibawah naungan PT. Darta Media Indonesia, langkah pertama yang dilakukan Kaskus adalah melakukan rebranding. Mematuhi UU ITE (Undang-Undang Informasi dan Transaksi Elektronik) yang berlaku dan mendorong perilaku berinternet sehat, Kaskus mengambil langkah serius untuk menutup dua forum kontroversial yaitu BB17 (Buka-Bukaan 17 Tahun) dan *Fight Club*. Langkah tersebut diapresiasi baik oleh pengguna *internet* Indonesia, hal ini ditandai dengan meningkat pesatnya member Kaskus hingga 300% dengan jumlah member sebanyak 1,2 juta. Di tahun 2009, untuk mengimbangi kebutuhan akan hal ini, maka kantor Kaskus pindah ke daerah Melawai. Disini tenaga profesional Kaskus bertambah hingga lebih dari 60 orang. Sejak tahun 2009, Kaskus menjadi pemain penting di ranah *online* Indonesia. Kaskus menerima banyak penghargaan diantaranya “*The Best Innovation in Marketing*” dan “*The Best Market Driving Company*” oleh *Marketing Magazine*, dan “*The Greatest Brand of the Decade*” (2009-2010) oleh Mark Plus Inc. Kaskus dengan bangga berada di peringkat 1 untuk kategori situs komunitas, dan merupakan situs lokal nomor 1 di Indonesia, menurut Alexa.

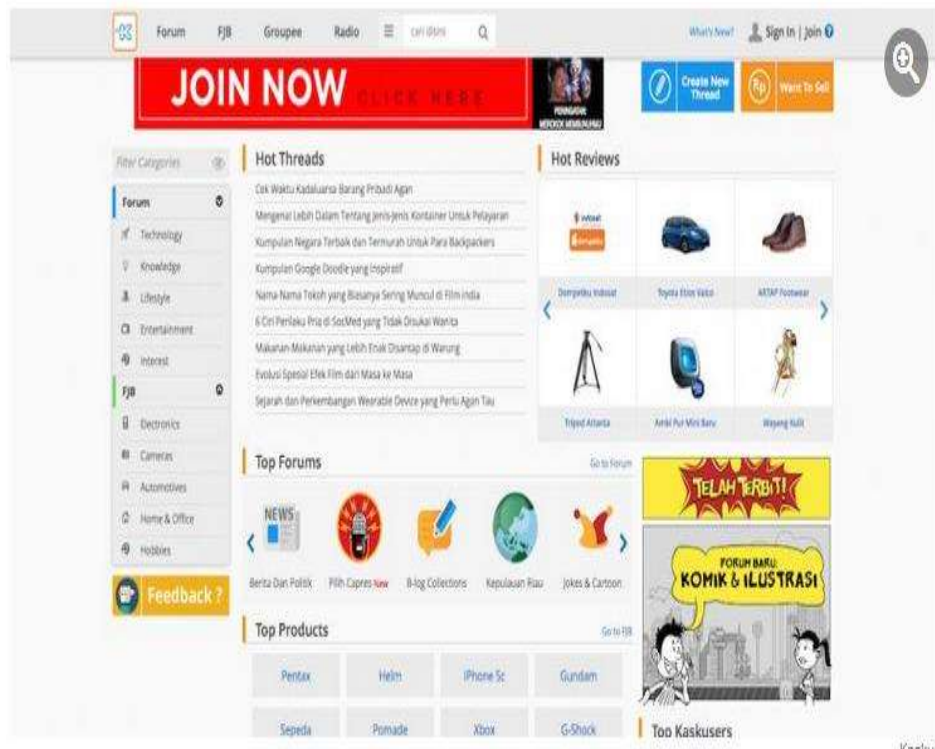
Tahun 2011 Kaskus memulai kemitraannya dengan Global Digital Prima, sebuah perusahaan Indonesia yang berfokus untuk mengembangkan industri digital dan konten lokal Indonesia. Kemitraan ini mendorong pertumbuhan Kaskus yang lebih besar lagi, baik dari sisi infrastruktur, tenaga profesional dan jaringan bisnisnya dalam usaha menjadi situs lokal nomor 1 di Indonesia serta pemain global *online* di dunia. Mengimbangi ekspansi, Kaskus pun memindahkan kantor utamanya ke Menara Palma dan menamakannya Kaskus *Playground*.

Tanggal 26 Mei 2012 menjadi saksi perjalanan Kaskus dimana Kaskus kembali menggunakan alamat situs resmi kaskus.com dan kaskus.co.id, ini dilakukan untuk kembali memperkuat citra Kaskus sebagai situs yang bervisi global namun tetap memiliki identitas Indonesia. Agar senantiasa relevan dengan tren dunia digital, pada Mei 2014 Kaskus kembali meluncurkan versi baru yang dinamakan Kaskus *Evolution*. Pada versi ini Kaskus tampil lebih *fresh, classy* dan *clean*. Membuat navigasi yang lebih intuitif, fitur *search* yang lebih berkualitas di Forum serta Forum Jual Beli (FJB). Ini dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan member Kaskus yang telah mencapai lebih dari 7,8 juta member. (<http://juragansejarah.blogspot.co.id/2015/09/sejarah-kaskus-indonesia-lengkap.html>).

Tampilan aplikasi berikut ini adalah *website* kaskus yang dimiliki oleh PT Darma Media Indonesia, fitur-fitur yang ada di dalamnya bermanfaat untuk menunjang kualitas informasi di *website* kaskus.

Kaskus, CEO Baru Tampilan Baru

Aditya Panji - Kompas Tekno
Kamis, 22 Mei 2014 | 10:07 WIB



Gambar 2.1 website kaskus

2.1.2. Meode Webqual

Webqual merupakan 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 mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya. *Webqual* disusun berdasarkan penelitian pada tiga area (dimensi)

kualitas yaitu sebagai berikut : kepenggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi (*interaction quality*).

1. Dimensi Kemudahan Penggunaan (*usability*) *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 pemakaian selama proses desain.
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 system dapat berinteraksi kepada pengguna, baik organisasi atau pengguna lainnya, agar hubungan terhadap system dapat berjalan dengan terus menerus.

Versi pertama dari instrumen *Webqual* (*Webqual* 1.0) dikembangkan sebagai bagian dari hasil local karya yang diselenggarakan dengan melibatkan para siswa yang diminta untuk mempertimbangkan kualitas website sekolah. Instrumen *Webqual* disaring melalui proses perbaikan secara interaktif dengan menggunakan kuesioner percobaan sebelum disebarkan untuk populasi yang lebih besar. Dua puluh empat pertanyaan didalam instrumen *Webqual* diuji dengan aplikasi dalam ruang lingkup website sekolah bisnis di Inggris. Analisis dari kata yang dikumpulkan mendorong penghapusan atas satu item pertanyaan. Berdasarkan analisis reliabilitas , tersisa 23 pertanyaan yang kemudian dikelompokkan menjadi

empat dimensi utama, yaitu kemudahan penggunaan, pengalaman, informasi, komunikasi dan integrasi (Barnes dan Vidgen, 2001).

Kualitas yang diidentifikasi dalam *Webqual* 1.0 membentuk titik awal untuk menilai kualitas informasi dari suatu website di *Webqual* 2.0. Namun demikian, dalam penerapan *Webqual* pada website berjenis B2C (*Business to Consumer*) terlihat jelas bahwa perspektif interaksi kualitas tidak terwakili dengan baik dalam *Webqual* 1.0. Terkait dengan kualitas pelayanan, terutama SERVQUAL, digunakan untuk meningkatkan aspek kualitas informasi dari *Webqual* dengan kualitas interaksi. Kualitas layanan umumnya didefinisikan dengan seberapa baik layanan yang disampaikan apakah sesuai dengan eskpektasi pelanggan. Pengembangan *Webqual* 2.0 memerlukan beberapa perubahan signifikan pada instrument *Webqual* 1.0 dalam rangka memperluas model untuk kualitas interaksi, Barnes dan Vidgen (2001) melakukan analisis terhadap instrument SERVQUAL dan membuat perbandingan rinci antara SERVQUAL dan *Webqual* 1.0. Tujuan ini berhasil mengidentifikasi pertanyaan yang mubazir dan kemudian wilayah yang ditumpang tindih dihapus, hasilnya sebagian besar pertanyaan-pertanyaan kunci dalam SERVQUAL tidak sesuai dengan *Webqual* 2.0 jumlah instrumen dengan 24 pertanyaan tetap dipertahankan (Barnes dan Vidgen : 2001). *Webqual* 1.0 mungkin kuat dalam hal kualitas informasi, namun kurang kuat dalam hal interaksi layanan. Demikian juga untuk *Webqual* 2.0 yang menekankan kualitas interaksi menghilangkan beberapa kualitas informasi dari *Webqual* 1.0. Kedua versi tersebut mengandung berbagai kualitas terkait dengan website sebagai artefak perangkat lunak. Dalam tinjauan yang dilakukan oleh (Barnes dan Vidgen,

2001) menemukan bahwa semua kualitas dapat dikategorikan menjadi tiga wilayah yang berbeda, yaitu kualitas website, kualitas informasi, dan kualitas interaksi pelayanan. Versi baru *Webqual 3.0* telah diuji dalam *domain* lelang *online* (Barnes dan Vidgen, 2001).

2.2 Penelitian Terdahulu

Dari beberapa penelitian sebelumnya menghasilkan teori-teori atau temuan-temuan yang dapat dijadikan sebagai data pendukung. Fokus penelitian terdahulu ini adalah terkait dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini, yaitu masalah kualitas layanan *website www.kaskus.com*. Untuk lebih jelas dan detail dapat dilihat pada tabel berikut: teori dari jurnal penelitian antara lain yaitu:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Furkonudin yang dipublikasikan melalui Jurnal Seminar Nasional Teknologi dan Multimedia, STIMK AMIKOM YOGYAKARTA, 6-7 February 2016, ISSN : 2302-3805, halaman 1-12 dengan judul Evaluasi Kualitas Layanan *Website* E-commerce BliBli.Com menggunakan metode *Webqual 4.0* Terhadap keputusan pembelian *online*. Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa Website merupakan media komersial yang digunakan oleh perusahaan atau organisasi untuk melakukan kegiatan bisnis. Dimana dalam penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan terhadap variabel keputusan pembeli *online* secara simultan.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Andi Maslan dari Teknik Informatika Universitas Putera Batam yang dipublikasikan melalui Jurnal Ilmiah Informatika, Volume 1, Nomor 3, Maret 2014, ISSN : 2337-8379, halaman 1-20 dengan judul Pengukuran Kualitas Layanan *Website* Pemerintah Kota Batam Menggunakan Metode *Webqual* 4.0. Penelitian ini menyatakan bahwa website telah menjadi ekstensi inti dari praktisi bisnis dan bukan hal yang baru. Karena website merupakan kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tepatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di *internet*. Peningkatan kehadiran *internet* bagaimanapun harus dipadukan dengan kecanggihan desain secara luas ataupun pertimbangan dari sisi *usability*.
3. Penelitian yang dilakukan oleh rola hengki yang dipublikasikan melalui jurnal *Departement Of Information system, Bandar lampung university*, 2014, ISSN : 2101-6590, Halaman 98-105 dengan judul *analysis Quality Dino Tour Trvel Management Website Using WebQual 4.0* penelitian ini menyatakan Pesatnya perkembangan teknologi internet semakin banyak manfaat, terutama dalam penggunaansitus *web*. Oleh karena itu, aspek *website* harus memenuhi standar situs *web* berkualitas. kualitas situs Dino Tour Travel Manajemen Dalam penelitian ini, kualitas situs Dino Tour Travel Manajemen diukur dengan menggunakan metode *WebQual*. Menggunakan *website* sebagai media untuk membaca berita, mencari untuk bekerja, belanja *online* dan merencanakan perjalanan, beberapa

kegiatan yang umumnya dilakukan oleh masyarakat saat ini *website* menjual barang / jasa untuk perusahaan pada umumnya digunakan untuk mendukung kegiatan pemasaran produk dan jasa, dengan demikian, kualitas sebuah *website* sebagai patokan untuk keberhasilan perusahaan atau CV dalam meningkatkan penjualan dan kepuasan pelanggan dalam memperoleh berbagai informasi. Dino Tour Travel Manajemen adalah biro jasa bahwa perjalanan menjual paket Tidung melalui website. Itu lebih berkualitas sebuah *website* yang menjual paket wisata Tidung kemudian pengguna kesempatan untuk memilih dan melakukan pembelian Tidung paket yang masuk di *website*. Untuk menentukan pengguna kepuasan yang menunjukkan dalam kualitas *website* Penulis Manajemen Travel Dino Tour pulau tidung dino.com situs pengukuran menggunakan Metode *WebQual* .

4. kualitas Pengaruh GUI (*GRAPHICAL USER INTERFACE*) pada kiki BCA Individual dan Accessibility terhadap end User satisfaction dengan menggunakan metode *webqual*. Tukino Jurnal Sistem Informasi (ISSN: 2337-8794) tahun 2015. Variabel bebas dan variabel terikat Metode kuantitatif *The development of information technology has increased the competition of information technology products and affects consumer behavior in the use of information technology. User behavior information technology affect the level of use of these technologies. In the culture of the people with the level of education and knowledge of different certainly have different levels of usage behavior, this research is a*

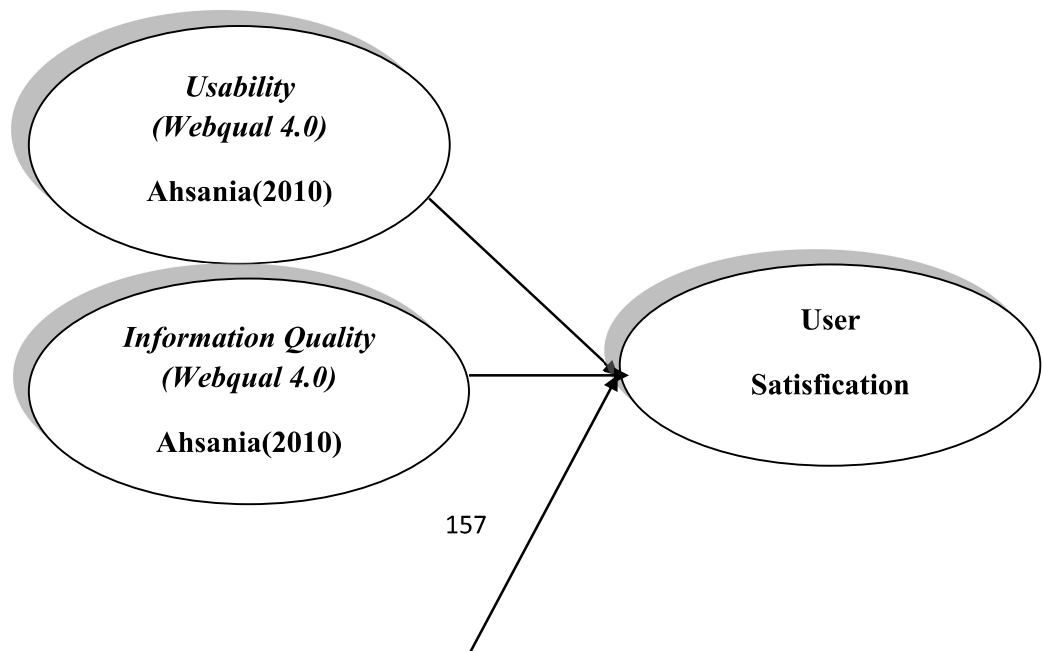
quantitative research, which will explore the behavior of users of information technology so that they can generate income that can support the quality of information technology to take decisions in the purchase of the mobile phone based android. Data collection techniques by distributing questionnaires to customers using the product in public education andorait Batam. Processing data using statistical program SPSS data analysis using descriptive.

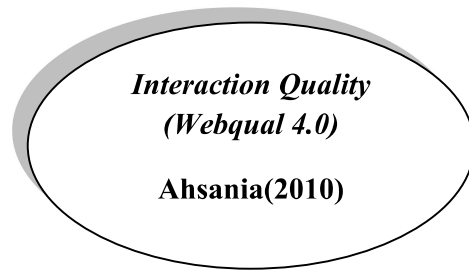
5. Evaluasi Kualitas Layananwebsite *E-COMMERCE BLIBLI.COM* menggunakan Metode *Webqual* terhadap keputusan pembeli Furkonudin, dalam Jurnal Ilmiah Teknik Informatika (ISSN : 2302-3805 Tahun 2016). Variabel bebas dan variabel terikat Metode deskriptif kuantitatif Hasil penelitian dan analisa yang dilakukan terhadap tingkat kepuasan pelanggan *website* blibli.com menggunakan metode *webqual 4.0* 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. Variabel kualitas interaksi layanan mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel keputusan pembelian online.Saran : Analisa kepuasan ini alangkah baiknya jika dilanjutkan dengan membandingkan hasil kepuasan tahun-tahun berikutnya seiring dengan perubahan yang dilakukan sehingga dapat terus memperbaiki kualitas *website*.

2.3 Kerangka Berfikir

Menurut Sugiyono (2012: 60) mengemukakan bahwa kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antar variabel yang diteliti. Studi penelitian akan menggunakan analisis korelasi dan regresi untuk mencari pengaruh hubungan variabel bebas dengan variabel terikat yang dihubungkan dengan kerangka teoritis dalam penelitian.

Penelitian ini melakukan analisis terhadap kualitas layanan *website* yang diukur berdasarkan dimensi kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi dengan mencari faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna untuk kualitas layanan *website* kaskus.com. Kepuasan pengguna diukur berdasarkan dimensi dan tiap-tiap dimensi memiliki indicator atau attribute yang menjadi acuan untuk mengumpulkan data. Berdasarkan tinjauan teoritis dan hipotesis yang dikemukakan, maka model penelitian yang akan diusulkan adalah sebagai berikut:





Gambar 2.2 Kerangka pemikiran

2.2. Hipotesis

Melihat dari latar belakang permasalahan yang ada, maka hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. *Website* Kaskus bermanfaat bagi pengguna khususnya masyarakat di kota Batam.
2. Tingkat kualitas informasi tinggi bagi pengguna khususnya masyarakat di kota Batam.
3. Tingkat kepuasan pengguna tinggi.
4. Terdapat pengaruh *website* kaskus terhadap kepuasan pengguna khususnya pada masyarakat di kota Batam.
5. Terdapat pengaruh kualitas informasi kaskus terhadap kepuasan pengguna khususnya masyarakat di kota Batam.

6. Terdapat pengaruh *Website* dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna kaskus masyarakat khususnya di kota Batam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.25 Desain Penelitian

Desain penelitian dibagi dalam dua bagian besar, yaitu secara menyeluruh dan parsial. Secara menyeluruh, desain penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian. Dalam hal ini, komponen desain dapat mencakup semua struktur penelitian diawali saat menemukan ide, menentukan tujuan, kemudian merencanakan penelitian (permasalahan, merumuskan, menentukan tujuan penelitian, sumber informasi dan melakukan kajian dari berbagai pustaka, menentukan metode yang digunakan, analisis data dan menguji hipotesis untuk mendapatkan hasil penelitian). Desain penelitian secara parsial merupakan penggambaran tentang hubungan antar variabel, pengumpulan data, dan analisis data, sehingga dengan adanya desain yang baik peneliti maupun pihak yang berkepentingan mempunyai gambaran yang jelas tentang keterkaitan antara variabel yang ada dalam konteks penelitian dan apa yang hendak dilakukan oleh seorang peneliti dalam melaksanakan penelitian (Noor, 2011: 108).

Menurut Sugiyono (2012: 2) metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. berdasarkan hal

tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian *survey* dengan membuat angket kepada responden (konsumen) yang akan menjawab pernyataan-pernyataan tentang pengaruh *Website* kaskus.com Kualitas Layanan dan Kepuasan pengguna dikota Batam.

3.26 Operasional Variabel

Menurut Sugiyono (2012: 38) 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 kesimpulannya. Suatu variabel dapat diukur apabila terlebih dahulu dideskripsikan dimensi dan indikatornya yang diperoleh berdasarkan penguraian teori-teori dari variabel penelitian, yaitu variabel bebas (*independen variable*) dan variabel terikat (*dependen variabel*), dan operasional variabel dalam penelitian ini menggunakan kuesioner.

3.2.1 Variabel Independen

Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus, prediktor, antecedent*. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono 2012: 39).

Menurut Darmadi (2011: 21) variabel bebas adalah variabel yang menjadi sebab munculnya variabel terikat. Variabel independen atau variabel bebas yang

mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen atau terikat dalam penelitian ini adalah *Website* kaskus.com (X1), Kualitas Informasi (X2) dan Kualitas interaksi (X3). Operasional variabelnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1 Operasional Variabel *Website* kaskus.com (X1)

Variabel	Indikator
<p><i>Website</i> kaskus.com (X1)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Usability</i> 2. <i>Structur</i> 3. <i>Graphic design</i> 4. <i>Contens</i> 5. <i>Compatibility</i> 6. <i>Loading time</i> 7. <i>Functionality</i> 8. <i>Accesibility</i> 9. <i>Interactifity</i>

Sumber : Suyanto (2007: 61-69)

Tabel 3.2 Operasional Variabel Kualitas informasi (X2)

Variabel	Indikator
<p>KualitasInformasi (X2)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Akurat (<i>Accurate</i>) 2. TepatWaktu (<i>timelines</i>) 3. Relevan (<i>relevance</i>)

--	--

Sumber : Tjiptono (2008: 108-110)

Tabel 3.3 Operasiaonal Variabel kualitas interaksi (X3)

Variabel	Indikator
KualiatasInteraksi (X3)	1. Kepercayaan(<i>trust</i>) 2. Empati(<i>emphati</i>)

Sumber: Ahsania (2010: 6)

I

3.2.2 Variabel Dependen

Sering disebut sebagai variabel output, kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2012: 39). Variabel dependen yang dipakai penulis dalam penelitian ini adalah Kepuasan pengguna yang dilambangkan dengan (Y).

Tabel 3.4 : Operasional Variabel Kepuasan pengguna (Y)

Variabel	Indikator
Kepuasan pengguna	1. Reliabilitas (Reliabilty) 2. DayaTangkap (<i>Responsiveness</i>)

(Y)	<ol style="list-style-type: none"> 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)
-----	--

Sumber : Tjiptono (2008: 95)

3.27 Populasi dan Sampel

Suatu penelitian dapat bersifat penelitian populasi maupun penelitian sample. Penelitian yang bersifat penelitian populasi artinya seluruh subjek di dalam wilayah penelitian dijadikan subjek penelitian, sedangkan penelitian yang bersifat penelitian sample hanya sebagian dari subyek penelitian dipilih dan dianggap mewakili keseluruhan. Pertimbangan yang diambil untuk tidak meneliti seluruh subjek mungkin karena terbatasnya biaya, tenaga, dan waktu, ataumungkin memang tidak perlu demikian karena dengan mengambil sebagian dari populasi sudah dapat mencerminkan sifat populasinya (Darmadi, 2011: 46).

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (sugiyono 2012: 80).

Karakteristik populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Kaskus Batam dan yang pernah membuka kaskus.com Sehingga untuk jumlah pasti populasi dengan karakteristik tersebut tidak bisa diidentifikasi jumlahnya.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012: 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili).

Sehubungan dengan hal tersebut, maka untuk meyederhanakan pengolahan data dalam penelitian ini penulis tidak langsung menyelidiki seluruh populasi dikarenakan jumlah populasi konsumen kaskus tidak terkontrol (tidak terbatas atau tidak diketahui) maka penulis menggunakan teknik *sampling Insidental*. Teknik *sampling Insidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan

bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono 2010: 122). Pada tahap penarikan sampel responden ini menggunakan metode Taro Yamane. Dalam kasus ini dikarenakan objek yang diteliti adalah *website*, penulis mengambil populasi berdasarkan jumlah pengunjung website mulai dari awal website dipublikasikan. Dari hasil pengamatan diperoleh jumlah populasi dari pengunjung website dengan menggunakan rumus Taro Yamane yang ada dalam (Sarwono, 2006) dalam jurnal naniek eat, al. sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi (105424)

d = Jumlah presesi 10% atau d = 0,1 jadi

$$n = \frac{105424}{105424(0,1)^2+1}$$

n = 99,91 (100 Sampel responden)

dari perhitungan tersebut, didapat hasil 99,91 orng, maka dibulatkan menjadi 100 orang.

Jadi jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 responden.

3.28 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa

mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono 2012: 224). Teknik pengumpulan data merupakan cara mengumpulkan data yang dibutuhkan untuk menjawab rumusan masalah penelitian (Noor, 2011: 138).

Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan:

1. Kuesioner

Menurut Noor (2011: 139) kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respons atas daftar pertanyaan tersebut. Daftar pertanyaan dapat bersifat terbuka, yaitu jika jawaban tidak ditentukan sebelumnya oleh peneliti dan dapat bersifat tertutup, yaitu alternatif jawaban telah ditentukan sebelumnya oleh peneliti. Adapun instrumen daftar pertanyaan dapat berupa pertanyaan (berupa isian yang akan diisi oleh responden), *checklist* (berupa pilihan dengan memberi tanda pada kolom yang disediakan), dan skala (berupa pilihan dengan memberi tanda pada kolom berdasarkan tingkat tertentu).

3.4.1 Alat Pengumpulan Data

Untuk melengkapi pembahasan berikutnya pada penulisan ini, maka diperlukan adanya data atau informasi baik dari dalam maupun dari luar objek penelitian. Alat yang digunakan penulis untuk memeproleh data yang berhubungan dengan yang diteliti penulis adalah menggunakan kuisisioner yang kemudian diuji dengan alat bantu spss versi 20.

Metode kuisisioner yang digunakan adalah metode kuisisioner tertutup, dimana responden tidak diberikan kesempatan untuk menjawab dengan kata-kata sendiri. Jawaban kuisisioner disajikan dalam skala *likert*, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan dalam indikator. Pertanyaan pada kuisisioner berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaannya dengan memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Setiap butir pertanyaan disertai lima jawaban dengan skala skor nilai.

Tabel 3.5 Skala Likert Pada Teknik Pengumpulan Data

Jawaban Pertanyaan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2012: 94)

Jawaban kuisisioner disajikan dengan skala *Likert*, dimana variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel (Sugiyono, 2012: 93). Penulis menyebarkan kuisisioner kepada responde melalui angket yang berisi pernyataan-pernyataan yang mewakili indikator variabel.

3.29 Metode Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan secara kronologis setelah semua data selesai dikumpulkan dan biasanya diolah dan dianalisis secara komputerisasi berdasarkan metode analisis yang ditetapkan dalam desain penelitian. Oleh karena itu, setelah data terkumpul semua, pekerjaan analisis data dan pelaporannya lebih mudah dilaksanakan (Sangadji & Sopiah, 2010: 199).

Analisis dalam penelitian ini akan dibahas dengan menggunakan bantuan aplikasi atau program statistika, yaitu program *SPSS (Statistical Product and Service Solution)* versi 20. Dengan program SPSS tersebut, beberapa pengujian terhadap data yang terkumpul akan dianalisis untuk memberikan gambaran hubungan, pengaruh antara variabel-variabel *independent* dan *dependent* di dalam penelitian ini.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Menurut Kuswanto (2012: 139-140) analisis deskripsi merupakan analisis yang paling mendasar untuk menggambarkan keadaan data secara umum. Analisis deskripsi ini meliputi beberapa submenu deskriptif statistik, seperti frekuensi, deskriptif, eksplorasi data, tabulasi silang, dan analisis rasio.

Analisis deskripsi digunakan untuk menggambarkan statistika data, seperti mean, sum, standar deviasi, variance, range, dan lain-lain, dan untuk mengukur distribusi data apakah normal atau tidak dengan ukuran *skewness* dan *kurtosis* (Priyatno, 2012: 38).

Menurut Sugiyono (2011: 29) statistika deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap obyek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Dalam mengukur hipotesis penelitian ini diperlukan perhitungan skala dengan rumus yang digunakan (Umar 2009: 164):

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

Rumus 3.2 Rumus Rentang Skala

Keterangan:

RS = Rentang skala

n = Jumlah sampel

m = Jumlah alternatif jawaban tiap item

Berdasarkan rumus rentang skala, untuk ukuran sampel berjumlah 100 responden dengan bobot jawaban 1 sampai 5 diperoleh nilai:

$$RS = \frac{100(5 - 1)}{5} = 80$$

Dari hasil perhitungan tersebut, dapat disajikan rentang skala dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 3.6 Rentang Skala

Rentang Skala	Kriteria
100 – 180	Sangat tidak bermanfaat, sangat tidak baik, sangat tidak setuju, sangat tidak baik, sangat tidak tinggi
180,1 - 260,1	Tidak bermanfaat, tidak setuju, tidak baik, tidak tinggi
260,2 - 340,2	Cukup bermanfaat, cukup setuju, cukup baik, cukup tinggi
340,3 - 420,3	Bermanfaat, setuju, baik, tinggi
420,4 – 500	Sangat bermanfaat, sangat setuju, sangat baik, sangat tinggi

Sumber: Data Olahan Sendiri

3.5.2 Uji Kualitas Data

Pada prinsipnya tujuan penelitian adalah ingin mengetahui, menganalisis, atau mensintesis suatu fenomena yang ada disekitar peneliti. Didalamnya peneliti ingin mengungkapkan aspek-aspek, atribut atau variabel yang ingin diteliti. Untuk keperluan ini maka peneliti membutuhkan alat ukur atau skala atau seperangkat alat uji untuk mengukur dan memaknai apa yang akan diteliti. Seperangkat alat harusnya dapat dipercaya dan diandalkan dalam menghasilkan besaran nilai terhadap apa yang mesti diukur. Ketepatan terhadap hasil penelitian dan pengukuran akan membawa kesimpulan yang seksama terhadap masalah yang sedang dihadapi dalam penelitian (Wibowo, 2012: 34).

Jika suatu penelitian diungkap dengan menggunakan alat ukur yang tidak semestinya dan tidak dapat diandalkan sebagai alat ukur, hal ini akan dapat mengarahkan pada pengambilan kesimpulan yang salah. Kesimpulan yang salah dapat menyesatkan dan pada akhirnya akan membawa hal buruk bagi pengguna informasi tersebut. Hal inilah yang menjadikan pentingnya uji instrumen penelitian berupa uji validitas dan uji reabilitas (Wibowo, 2012: 34).

3.5.2.1 Uji Validitas Data

Dalam penelitian kuantitatif, kriteria utama terhadap data hasil penelitian adalah valid, reliabel dan obyektif. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti (Sugiyono, 2012: 267).

Menurut Noor (2011: 132) validitas/kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuisiner yang disusun tersebut itu valid/sahih, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuisiner tersebut. Adapun teknik korelasi yang biasa dipakai adalah teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap pertanyaan itu *significant*, maka dapat dilihat pada tabel nilai *product moment* atau menggunakan SPSS untuk mengujinya.

Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas adalah *pearson product moment* adalah sebagai berikut (Wibowo, 2012: 37):

$$r_{ix} = \frac{n \sum ix - (\sum i) (\sum x)}{\sqrt{[n \sum i^2 - (\sum i)^2] [n \sum x^2 - (\sum x)^2]}}$$

Rumus 3.3 *Pearson Product Moment*

Keterangan:

r_{ix} = koefisien korelasi

i = skor item

x = skor total x

n = jumlah banyak subjek

Untuk mengetahui nilai tabel koefisien korelasi pada derajat bebas (dk) = n-2 dan biasanya signifikan $\alpha=5\%$ atau 0,05. Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

1. $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (jika dua sisi dengan sig 0,05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap skor total item maka, item dinyatakan valid.
2. $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ (jika dua sisi dengan sig 0,05) maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total item maka, item dinyatakan tidak valid.

3.5.2.2 Uji Reabilitas Data

Dalam pandangan *positivistik* (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama, atau peneliti sama dalam waktu yang berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda. Karena reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi, maka bila ada peneliti lain mengulangi atau mereplika dalam penelitian pada obyek yang sama dengan metode yang sama maka akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012: 268).

Menurut Wibowo (2012: 52) reliabilitas juga dapat berarti indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat menunjukkan dapat dipercaya atau tidak. Uji ini digunakan untuk mengetahui dan mengukur tingkat konsistensi alat ukur. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menguji reabilitas alat ukur, namun dalam penelitian ini penulis akan menggunakan metode uji reliabilitas yang paling sering digunakan dan begitu umum untuk uji instrumen pengumpulan data yaitu metode

Cronbach's Alpha (Riduwan, 2008: 115). Adapun rumus *Cronbach's Alpha* sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right] \quad \text{Rumus 3.4 Cronbach's Alpha}$$

Keterangan:

- r_{11} = reabilitas instrumen
- k = jumlah butir pertanyaan
- $\sum \sigma_b^2$ = jumlah varian pada butir
- σ_1^2 = varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data jika nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0,6. Nilai yang kurang dari 0,6 dianggap memiliki reliabilitas yang kurang, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan nilai diatas 0,8 dianggap baik. Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini:

Tabel 3.7 Indeks Koefisien Reliabilitas

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

Sumber: Wibowo (2012: 53)

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

Menurut Sangadji & Sopiah (2010: 249) sebagai konsekuensi penggunaan analisis parametrik, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Hal tersebut dimaksudkan untuk menguji bahwa tidak terdapat bias pada nilai estimator dari model yang digunakan dalam penelitian.

Syarat uji regresi dan korelasi adalah data harus memenuhi prinsip *BLUE; Best Linear Unbiased Estimator*. Model regresi yang diperoleh dari metode kuadrat terkecil yang umum, atau *Ordinary Least Square* merupakan suatu model regresi yang dapat memberikan nilai estimasi atau prakiraan linier tidak bias yang paling baik. Maka untuk memperoleh BLUE ada kondisi atau syarat-syarat minimum yang harus ada pada data, syarat-syarat tersebut dikenal dengan suatu uji yang disebut uji asumsi klasik. (Wibowo, 2012: 87)

3.5.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell-shaped curva* (Wibowo, 2012: 61). Data yang berdistribusi normal mempunyai pola distribusi seperti kurva berbentuk bel mempunyai dua karakteristik pokok, yaitu yang pertama kurva berkonsentrasi diposisi tengah dan menurun di dua sisi dan kurva berbentuk bel yang bersifat simetris. Karakteristik distribusi normal suatu data (Sarwono, 2012: 96) adalah:

1. Kurva mempunyai puncak tunggal dengan bentuk seperti bel.
2. Rata-rata terletak ditengah-tengah kurva normal.
3. Karena berbentuk simetris, maka median dan mode dari suatu distribusi data terletak juga ditengah, dengan demikian untuk kurva normal maka rata-rata median dan mode mempunyai nilai yang sama.
4. Dua sisi distribusi normal memanjang tanpa batas dan tidak pernah menyentuh garis horizontal.

3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Wibowo (2012: 93) suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini.

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas (Priyatno, 2012: 158).

3.5.3.3 Uji Multikolinearitas

Menurut Wibowo (2012: 87) di dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinieritas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika

pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolinearitas itu berarti sesama variabel bebasnya terjadi korelasi.

Gejala multikolinearitas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolinearitas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolinearitas adalah dengan menggunakan atau melihat *tool* uji yang disebut *Variance Inflation Factor (VIF)* (Wibowo 2012: 87). Suatu model dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas, jika nilai *variance inflation factor (VIF)* < 10 , angka ini dilihat pada tabel *coefficients*.

3.5.4 Uji Pengaruh

Uji pengaruh dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel dependen dan variabel independen untuk membuktikan kebenaran hipotesis. Menurut Noor (2011: 179) analisis regresi merupakan salah satu analisis yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain.

Pada penelitian ini yang akan diuji adalah seberapa besar pengaruh variabel independen (X) yaitu *Website kaskus.com* dan kualitas informasi terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Di dalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat

mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya jika suatu kondisi terjadi. Kondisi tersebut adalah naik atau turunnya nilai masing-masing variabel independen itu sendiri yang disajikan dalam model regresi (Wibowo, 2012: 126).

Model analisis ini digunakan peneliti dengan alasan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yaitu antara *website* Kaskus.com (X1), kualitas Informasi (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan pelanggan (Y). Analisis regresi linier berganda digunakan bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel terikat (kriterium), bila dua atau lebih variabel bebas sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Rumus regresi linier berganda menurut kuswanto (2012: 173) adalah:

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

Rumus 3.5 Regresi Linier

Berganda

Keterangan:

Y = Variabel Dependen

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisiensi Regresi

X_1, X_2, X_3 = Variabel Independen

3.5.4.2 Uji R dan R Square (R^2)

Analisis determinasi dalam regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) secara serentak

terhadap variabel dependen (Y). Koefisien ini menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel dependen. R^2 sama dengan 0, maka tidak ada sedikitpun persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel dependen. Sebaliknya R^2 sama dengan 1, maka persentase sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independen terhadap variabel dependen adalah sempurna, atau variasi variabel independen yang digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel dependen (Priyatno, 2010: 66).

Analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang secara serentak atau bersama sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisiensi tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase keragaman Y (variabel terikat) yang diterangkan oleh X (variabel bebas) (Wibowo 2012: 135).

3.5.4.3 Uji Parsial (Uji-T)

Uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat menggunakan uji masing-masing koefisien regresi variabel bebas apakah memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat. Rumus t hitung pada analisis regresi menurut priyatno (2010: 68) adalah sebagai berikut:

$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$	Rumus 3.6 Uji T
------------------------------------	------------------------

Keterangan:

b_i = Koefisien Regresi Variabel i

S_{b_i} = Standar error Variabel i

3.5.4.4 Uji F (Pengujian Signifikansi Secara Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui secara simultan koefisien variabel bebas mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat. Menurut Priyatno (2010: 67) F hitung dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R)/(n-k-1)} \quad \text{Rumus 3.7 Uji F}$$

Keterangan:

F = Besarnya F hitung

R^2 = Koefisien determinasi

K = jumlah variabel independen

n = jumlah data atau kasus

3.30 Lokasi dan Jadwal Penelitian

Berikut ini merupakan uraian mengenai lokasi dan jadwal penelitian yang dilakukan penulis yaitu sebagai berikut:

3.6.1 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penyebaran kuisisioner kepada konsumen Forum JualBeliKaskus Batam dan yang sudah pernah membuka *website kaskus.com* di Batam.

3.6.2 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian yang penulis lakukan dimulai bulan maret 2016 sampai dengan bulan juli 2016.

Tabel 3.8 Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu kegiatan tahun2016																	
		Marc		April				Mey				June				Juli			
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Masalah Penelitian	■	■																
2	Teoritis		■	■	■	■	■												
3	a. Seleksi data						■	■											
	b. Koleksi data							■	■	■	■								

