

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 (Yuhefizar, 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 memenuhinya oleh pihak si pemakainya, maka penyediaan informasi tersebut bisa dikatakan sia-sia, dengan kata lain pengelolah 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. Misionya 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* (HTP).

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 protokol 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 autentikasi 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 (*precission*)
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) mengidentifikasi 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 *websitedi 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.

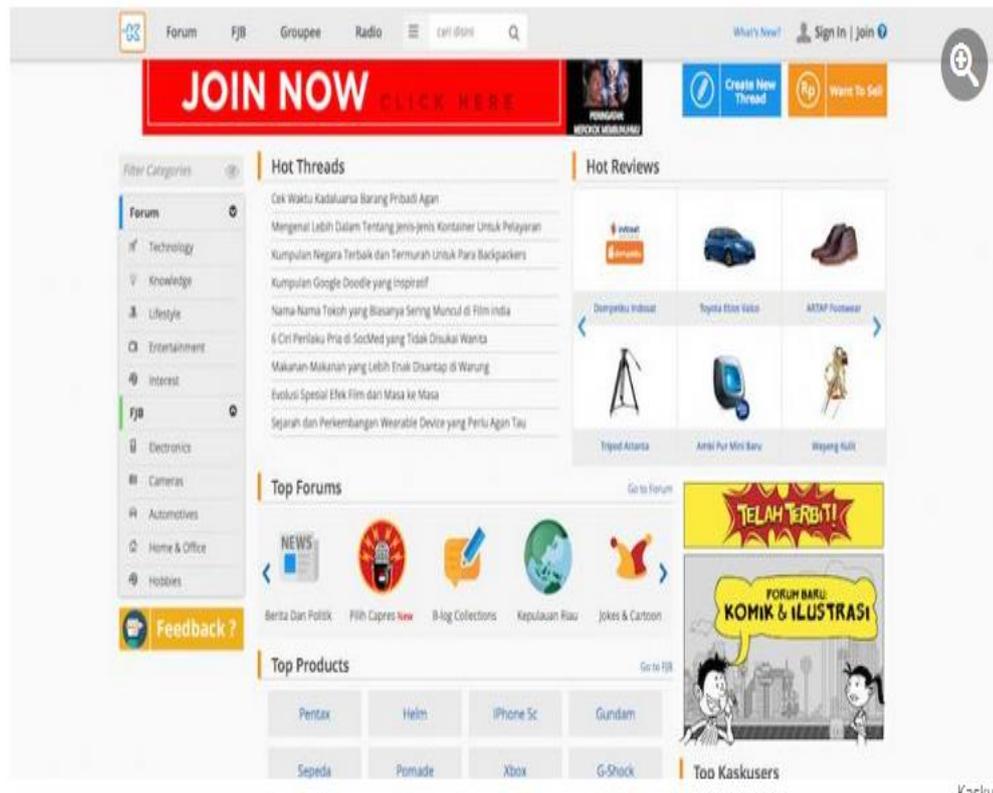
Tahun 2011 Kaskus memulai kemitraannya dengan Global Digital Prima, sebuah perusahaan Indonesia yang berfokus untuk mengembangkan industri digital dan konten lokal Indonesia. Kemitraan ini mendorong pertumbuhan Kaskus yang lebih besar lagi, baik dari sisi infrastruktur, tenaga profesional dan jaringan 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 disebarakan 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*

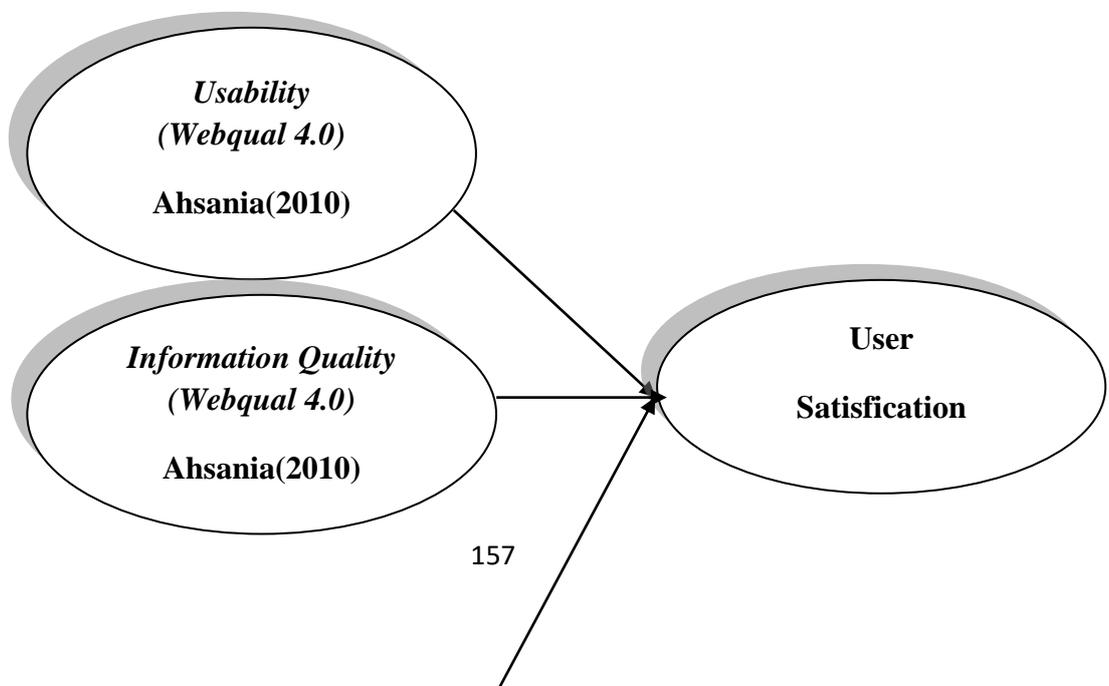
quantitative research, which will explore the behavior of users of information technology so that they can generate income that can support the quality of information technology to take decisions in the purchase of the mobile phone based android. Data collection techniques by distributing questionnaires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

5. Evaluasi Kualitas Layanan *website 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.