

**EVALUASI KUALITAS WEBSITE ORIFLAME  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Roida Gultom  
131510210**

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

**EVALUASI KUALITAS WEBSITE ORIFLAME  
DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0**

**SKRIPSI**



**Oleh  
Roida Gultom  
131510210**

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

# **EVALUASI KUALITAS WEBSITE ORIFLAME DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0**

**SKRIPSI**

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



**Oleh  
Roida Gultom  
131510210**

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

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

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

Batam, 11 Februari 2016

Yang membuat pernyataan

Roida Gultom  
131510210

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

**Oleh  
Roida Gultom  
131510210**

**SKRIPSI**

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

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

**Batam, 11 Februari 2016**

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

## ABSTRAK

Oriflame merupakan perusahaan multi level marketing yang bergerak dibidang make up yang mengembangkan dan memasarkan produknya diseluruh Indonesia salah satunya di Batam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat usability website oriflame, untuk mengetahui tingkat kualitas informasi website oriflame, untuk mengetahui tingkat kualitas interaksi pelayanan website oriflame dan untuk mengetahui Dimensi manakah dari dimensi webqual 4.0 yang memiliki nilai tertinggi pada website oriflame. Salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir dan dalam versi webqual 4.0 terdapat 22 pertanyaan yang mencakup 3 dimensi kualitas yang dirasakan pelanggan yaitu dimensi usability, dimensi kualitas informasi dan dimensi kualitas interaksi pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkatan pada dimensi Usability ini lebih tinggi dari pada dimensi kualitas informasi dan dimensi kualitas interaksi pelayanan.

Kata Kunci : Kualitas website Oriflame, metode webqual 4.0

### ***ABSTRACT***

*Oriflame is a multi-level marketing company engaged in the make-up that develops and markets products throughout Indonesia one of the in Batam. This research intent to know zoom usability website oriflame, to know information quality level website oriflame, to know ministering interaction quality level website oriflame and to know At mensi which of at mensi webqual 4.0 one has supreme point on website oriflame. One of method or quality measurement tech website base end user perception and deep webqual's version 4.0 available 22 question that ranges 3 quality dimension that felt by customer which is dimension usability, at mensi information quality and ministering interaction quality dimension. Result observationaling to point out that level on at mensi Usability this overbids instead of kalitas's dimension information and at mensi ministering interaction quality. Keywords: Quality Website Oriflame, method webqual 4.0.*

**Key word: Quality website Oriflame, webqual's method 4.0**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi srata satu (S1) pada Jurusan Sistem Informasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini mesih jauh dari sempurna. Karena itu kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati.

Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini tidak akan 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
2. Bapak Amrizal, S.Kom., M.SI. Selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Putera Batam.
3. Ibu Steffi Adam, S.SI., M.MSI. selaku Pembimbing Akademik Universitas Putra Batam
4. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
5. Bapak Rolan Gultom (+) dan Ibu Tiaman Pakpahan sebagai Orang Tua saya, seluruh keluarga abang dan kakak yang selalu mendidik, mendukung dan mendoakan saya.
6. Seluruh teman-teman seperjuangan Program Studi Sistem Informasi.



7. Seluruh teman-teman yang telah bersedia untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner saya.
8. Seluruh masyarakat responden.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat kepada semua pihak yang membacanya. Akhir kata, penulis dengan senang hati menerima dan mengharapkan masukan serta saran yang sifatnya membangun yang nantinya akan dijadikan sebagai dasar pedoman kearah kesempurnaan untuk tugas-tugas penulis di masa yang akan datang.

Batam, 11 Februari 2016

Roida Gultom

## Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR RUMUS.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii

**BAB I PENDAHULUAN**

1.1.Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2.Identifikasi Masalah.....	4
1.3.Pembatasan Masalah.....	5
1.4.Perumusan Masalah.....	5
1.5.Tujuan Masalah.....	5
1.6.Manfaat Masalah.....	6

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1.Tinjauan Teoritis.....	9
2.1.1.Pengertian Website.....	9
2.1.2.Jenis Situs Website.....	11
2.1.3.Prinsip Sebuah Desain Website.....	14
2.1.4.Fungsi Situs Website.....	16
2.1.5.Manfaat Website.....	17
2.1.6.Kriteria Situs Website Yang Baik.....	18
2.1.7.Kualitas Website.....	21
2.1.8.Webqual 4.0.....	23
2.2.Penelitian Terdahulu.....	25
2.3.Kerangka Pemikiran.....	28
2.4.Hipotesis.....	28

**BAB III METODE PENELITIAN**

3.1.Desain Penelitian.....	30
----------------------------	----

3.2.Operasional Variabel.....	32
3.2.1.Variabel Usability.....	33
3.2.2.Variabel Kualitas Informasi.....	34
3.2.3.Variabel Kualitas Interaksi Pelayanan.....	35
3.3.Populasi dan Sampel.....	36
3.3.1.Populasi.....	36
3.3.2.Sampel.....	36
3.4.Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	38
3.4.1.Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.2.Alat Pengumpulan Data.....	38
3.5.Metode Analisis Data.....	40
3.5.1.Analisis Deskriptif.....	40
3.5.2.Uji Kualitas Data.....	42
3.5.2.1.Uji Validitas Data.....	42
3.5.2.2.Uji Reliabilitas Data.....	43
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	45
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	45
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	46

#### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAB PEMBAHASAN**

4.1.Hasil Penelitian.....	47
4.1.1.Profil Responden.....	47
4.1.2. Hasil Uji Kualitas Data.....	55
4.1.2.1.Hasil Uji Validitas Data.....	55
4.1.2.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	56
4.1.3. Hasil Analisis Deskriptif.....	57
4.2. Pembahasan.....	60

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	65
5.2.Saran.....	66

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1. Variabel Usability.....	33
Tabel 3.2. Variabel Kualitas Informasi.....	34
Tabel 3.3. Variabel Kualitas Interaksi.....	35
Tabel 3.4. Bobot Skor Skala Likert.....	39
Tabel 3.5. Koefisien Validitas.....	43
Tabel 3.6. Koefisien Reliabilitas.....	45
Tabel 3.7. Jadwal Penelitian.....	46
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Usia.....	48
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Bertransaksi.....	53
Tabel 4.6. Profil Responden Berdasarkan Transaksi Terakhir.....	54
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 4.9. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Dimensi Usability.....	57
Tabel 4.10. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Dimensi Kualitas Informa.....	58
Tabel 4.11. Hasil Analisis Deskriptif Indikator Dimensi Kualitas Interaksi.....	59

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1. Pie Chart Responden Berdasarkan Usia.....	49
Gambar 4.2. Pie Chart Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Gambar 4.3. Pie Chart Responden Berdasarkan Pend.Terakhir.....	51
Gambar 4.4. Pie Chart Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	52
Gambar 4.5. Pie Chart Responden Berdasarkan F.Bertransaksi.....	53
Gambar 4.6. Pie Chart Responden Berdasarkan Trans.Terakhir.....	54

**DAFTAR RUMUS**

Halaman

Rumus 3.1. Rumus Sampling.....	31
Rumus 3.2. Rentang Skala.....	41
Rumus 3.3. Pearson Product Moment.....	43
Rumus 3.4. Cronbach's Alpha.....	44

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Suatu informasi dapat secara mudah dan cepat untuk disebarluaskan dan diperoleh. Hal ini dimungkinkan dengan teknologi yang sedang populer saat ini yaitu internet, salah satunya adalah *world wide web* (WWW), yang dikenal juga sebagai *web*. *Website* merupakan salah satu contoh kemajuan teknologi informasi yang cukup pesat perkembangannya. *Website* merupakan salah satu media informasi yang efektif dan efisiensi dalam penyebaran informasi yang dapat diakses oleh siapa saja, kapan saja dan dimana saja.

Banyak orang memanfaatkan *website* sebagai jembatan untuk memudahkan kegiatan. *Website* dapat dimanfaatkan pengguna sebagai sumber informasi-informasi yang dibutuhkan. *Website* juga menjadi suatu aset yang sangat berpengaruh dalam proses penjualan dalam dunia bisnis. *Website* dibuat untuk meminimalkan waktu proses penjualan dengan tujuan dapat meningkatkan penjualan sehingga pendapatan meningkat.

Seiring dengan berjalannya waktu, perjalanan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) pun terus berkembang. Meskipun belum mencapai puncak kejayaan paling tidak *Multi Level Marketing* (MLM) sudah berjalan sampai saat ini. *Multi level marketing* (MLM) merupakan salah satu strategi pemasaran dengan membangun distribusi untuk memindahkan produk yang langsung ke konsumen

yang dilakukan beberapa orang dengan sistem berjenjang (terdiri dari beberapa tingkatan *level*).

PT Orindo Alam Ayu atau yang lebih dikenal dengan Oriflame. Oriflame merupakan usaha bisnis yang menggabungkan sistem *direct selling* (penjualan langsung) dan *multi level marketing* (MIM), yang berasal dari Swedia. Dan perusahaan tersebut melakukan suatu inovasi unik dengan cara menarik masyarakat untuk bergabung menjadi *member* atau membeli produk Oriflame.

Dengan adanya *website* Oriflame ([www.oriflame.co.id](http://www.oriflame.co.id)) dapat dilihat produk-produk yang akan dijual dan *website* ini dapat dipakai kapan saja dan dimana saja. Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen. Produk Oriflame menyediakan semua alat penunjang tata rias baik *lipgloss*, lipstik, bedak, mascara, dan lain-lain yang dibutuhkan demi menunjang penampilan di kehidupan sehari-hari. Selain itu juga ada krim perawatan wajah, tangan, kaki, parfum, minuman kesehatan, daerah kecantikan, dan bahkan kuku sebagai *extra treatment* bagi yang ingin berpenampilan lebih cantik dan mempesona. Oriflame telah menyediakan sistem informasi yang berbasis *website* yang digunakan untuk membantu dalam menjalankan bisnis Oriflame.

Salah satu cara perusahaan Oriflame dalam memasarkan produknya menggunakan *consultant* dengan melakukan komunikasi secara langsung yang akan menawarkan produk dengan memberikan informasi tentang produk yang mereka tawarkan. Informasi tersebut meliputi apa saja yang berhubungan dengan



produknya, seperti jenis warna, bahan produk, kualitas produk, dan termasuk harga. Hal ini dilakukan dengan maksud agar konsumen dapat memperoleh gambaran produk tersebut. Dengan begitu, konsumen akan menciptakan persepsi yang berbeda-beda terhadap produk Oriflame yang ditawarkan oleh seorang *consultant* sehingga menimbulkan ketertarikan konsumen untuk membeli produknya.

Dengan menjadi seorang pengguna *website* oriflame, pelanggan dapat memiliki penghasilan tak terbatas, jenjang karir yang luar biasa, penghargaan kelas dunia serta pengembangan kepribadian dalam lingkungan yang *positive* dan menyenangkan. Salah satunya keunggulan *website* oriflame untuk memudahkan calon dan para pelanggan untuk mengakses situs perusahaan untuk mendapatkan informasi seperti *profile*, *company*, produk, penjualan online dan lain-lain dan *website* ini juga mempunyai keunggulan tersendiri yaitu efisien dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun, bahasa yang disajikan mudah dimengerti dan metode pembayarannya mudah. Hal tersebut membuat pelanggan memanfaatkan layanan ini untuk mendapatkan informasi mengenai kepentingan pelanggan oriflame.

*Website* oriflame bisa dikatakan telah memperlihatkan peningkatan terhadap pelanggan disetiap tahun, namun karena kurangnya pengetahuan pelanggan akan penggunaan terhadap kualitas *website* oriflame yang pada akhirnya akan mempengaruhi kurangnya informasi terhadap produk yang ditawarkan oleh perusahaan oriflame. Maka masalah ini akan mengakibatkan pelanggan yang beralih ke produk oriflame lainnya, karena kurangnya pemahaman atas

pemanfaatan pada kualitas *website* oriflame yang ditawarkan oleh perusahaan setiap bulannya.

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang tersebut peneliti mengevaluasi kualitas *website* oriflame dengan menggunakan metode *webqual* 4.0 yang disusun berdasarkan dimensi *usability*, dimensi kualitas informasi, dan dimensi kualitas interaksi pelayanan yang digunakan untuk membangun *website* oriflame dengan kualitas yang baik yang berdasarkan pada dimensi Kualitas Informasi, Kualitas Interaksi Pelayanan dan Kegunaan *website* tersebut. Maka penulis tertarik mengangkat judul “ **EVALUASI KUALITAS WEBSITE ORIFLAME DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0** “ .

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Pada pembahasan latar belakang yang telah dikemukakan diatas penulis mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Banyak pesaing pada bidang usaha sejenis yang bermunculan, seperti: usaha *sophie martin*.
2. Sering terjadi gangguan pada jaringan.
3. Keluhan pengguna *website* berkaitan dengan penggunaannya, kualitas informasinya dan kualitas interaksi.

### 1.3. Pembatasan Masalah

Adanya pembatasan masalah bertujuan untuk mengarahkan penelitian agar penulis tidak menyimpang dari tujuan awal pembuatan penulisan skripsi ini.

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Evaluasi kualitas *website* Oriflame dengan menggunakan metode *webqual* 4.0 yang disusun berdasarkan dimensi *usability*, dimensi kualitas informasi, dan dimensi kualitas interaksi pelayanan.
2. Kriteria responden dikhususkan pada pemakai *website* Oriflame yang lebih dari satu bulan.
3. Penelitian ini dilakukan pada member Oriflame di kota Batam dan aktif bertransaksi melalui *website* pada periode juni-desember 2015

### 1.4. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang ditetapkan untuk diteliti dan dipelajari adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah tingkat *usability website* Oriflame?
2. Bagaimanakah tingkat kualitas informasi *website* Oriflame?
3. Bagaimanakah tingkat kualitas interaksi pelayanan *website* Oriflame?
4. Dimensi manakah dari dimensi *webqual* 4.0 yang memiliki nilai tertinggi pada *website* Oriflame?

## 1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan rumusan kalimat yang menunjukkan adanya sesuatu hal yang diperoleh setelah kegiatan penelitian selesai. Dengan demikian, pada dasarnya tujuan penelitian akan memberikan informasi mengenai apa yang akan diperoleh setelah selesai penelitian. Tujuan penelitian berkaitan dengan rumusan masalah. Jika memperhatikan tujuan penelitian, maka sesungguhnya isinya sama dengan jawaban yang dikehendaki dalam rumusan masalah.

Adapun tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana tingkat usability *website* oriflame.
2. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas informasi *website* oriflame.
3. Untuk mengetahui bagaimana tingkat kualitas interaksi pelayanan *website* oriflame.
4. Untuk mengetahui Dimensi manakah dari dimensi *webqual* 4.0 yang memiliki nilai tertinggi pada *website* oriflame.

## 1.6. Manfaat Penelitian

Kegunaan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, diharapkan dapat memberikan mamfaat baik kegunaan secara teoritis dan praktis yang akan dijabarkan sebagai berikut :

### 1.6.1. Manfaat teoritis

Manfaat secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat yaitu:

1. Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya tentang evaluasi kualitas *website* oriflame dengan menggunakan metode *webqual* 4.0
2. Adapun hasil dari kegiatan penelitian ini dapat diabadikan sebagai referensi bagi penelitian yang berhubungan di masa yang akan mendatang

### **1.6.2. Manfaat praktis**

Manfaat secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat yaitu:

#### 1. Bagi peneliti

Peneliti ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan serta informasi tambahan dan pemahaman dalam bidang penelitian yang berkaitan dengan kualitas *website* oriflamme dengan menggunakan metode *webqual* 4.0

#### 2. Bagi pengelola *website*

Peneliti ini mengharapkan agar menjadi tambahan ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi perusahaan agar menjadi lebih baik dari sebelumnya

#### 3. Bagi Kampus

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan pemahaman dan memperluas wawasan akademis dalam pengembangan ilmu tentang kualitas *website* dengan menggunakan metode *webqual* 4.0 .

#### 4. Bagi masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi pengetahuan yang bermanfaat untuk mengetahui evaluasi *website* oriflame dengan menggunakan metode *webqual* 4.0

5. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian dapat dijadikan sebagai temuan awal untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai evaluasi *website* oriflame dengan menggunakan metode *webqual* 4.0, ataupun dengan pengembangan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel yang lain.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Teoritis**

Sesuai dengan variabel penelitian yang ada, maka penulis menguraikan konsep teoritis yang menjadi pondasi bagi pembahasan selanjutnya, konsep teoritis pada penulisan skripsi ini adalah.

##### **2.1.1. Pengertian *Website***

*Website* atau sering kali disebut dengan istilah situs *web* adalah halaman yang memiliki topik yang saling terkait, terkadang disertai pula dengan berkas gambar, video, atau jenis-jenis berkas lainnya. Gabungan atas semua situs yang dapat diakses publik di *internet* disebut pula sebagai *world wide web* atau lebih dikenal dengan singkatan *www*.

Menurut Simarmata (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.

Menurut Yuhefizar (2013: 2) *website* adalah keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat dalam sebuah *domain* yang mengandung informasi. Sebuah *website* biasanya dibangun atas banyak halaman *web* yang saling berhubungan. Hubungan antara satu halaman web dengan halaman *web* yang lainnya disebut *hyperlink*, sedangkan teks yang dijadikan media disebut *hypertext*. Sedangkan *domain* adalah nama unik yang dimiliki oleh sebuah institusi sehingga bisa

diakses melalui internet, misalnya *yahoo.com*, *google.com*, *ephi.web.id* dan lain-lain dan untuk mendapat sebuah domain kita harus melakukan *register* pada registrar-registar yang ditentukan.

Menurut Fathurrahman (2014: 2) *website* merupakan kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait di mana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*).

Menurut Pardosi (2005: 1) *website* juga disebut dengan *web* atau *homepage* adalah lokasi atau alamat dalam internet. *Website* terdiri dari file-file, dan file-file tersebut tersimpan dalam berbagai komputer yang disebut dengan *server*.

Menurut Riyanto (2012: 2) *website* adalah merupakan tempat penyimpanan data dan informasi berdasarkan topik tertentu. Diibaratkan *website* ini seperti halaman khusus dari buku.

Dari definisi-definisi diatas dapat peneliti simpulkan bahwa pengertian *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang terangkum sebuah *domain* atau sub *domain*, yang tempatnya berada di dalam *world wide web (www)* didalam internet dan sebuah halaman *web* biasanya berupa dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang diakses melalui HTTP, yaitu sebuah protokol yang menyampaikan informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser* dan *website* atau situs dapat juga diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video, atau



gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan–jaringan halaman (*hyperlink*).

### **2.1.2. Jenis Situs *Web***

Menurut Suyanto (2017:5-11) jenis situs *web* yang dikelompokkan sesuai tujuannya , yaitu:

#### 1. Alat pemasaran

Sebuah situs yang dibuat dengan tujuan untuk mempromosikan dan memasarkan produk atau jasa layanan suatu perusahaan. Dapat juga berupa *company profile*. Kini media pemasaran tidak hanya media cetak saja. Media elektronik sejenis situs juga dapat digunakan sebagai media pemasaran. Perumusan melalui internet lebih cepat sampai dan memiliki jangkauan yang jauh lebih luas. Situs dengan tujuan *marketing tool* tidak dapat digunakan untuk melakukan aktivitas secara *online* kerana tujuannya memang hanya untuk menyebarluaskan informasi mengenai produk atau layanan saja.

#### 2. Nilai tambah

Biasanya sebuah halaman *web* pada awalnya disusun sebagai sarana promosi, karena media promosi konvensional seperti brosur, majalah atau koran. Walaupun demikian kebijakan perusahaan seringkali menempatkan *web* hanya sebagai media promosi pelengkap saja. Sebuah situs *web* sering dibuat hanya sebagai nilai tambah. Mungkin sebenarnya perusahaan tidak

terlalu membutuhkan situs *web* itu, tetapi menggunakannya hanya sekedar untuk mengikuti tren sehingga perusahaan tampak lebih modern.

### 3. Katalog

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

### 4. *E-commerce*

*E-commerce* merupakan suatu kumpulan yang dinamis antara teknologi, aplikasi, dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Disini perdagangan barang, pelayanan, dan informasi yang dilakukan secara elektronik. Tujuan yang harus dicapai halaman *web* itu adalah meningkatkan order penjualan dari pelanggan yang sudah ada, menciptakan order penjualan baru dari pelanggan-pelanggan baru, dan menekan keseluruhan biaya pengeluaran. Untuk mencapai ketiga tujuan tersebut bukanlah hal yang mudah, tetapi bila halaman *web* itu mampu menncapai ketiganya maka keuntungan perusahaan pasti akan meningkat tajam.

Secara umum transaksi yang dilakukan dengan *e-commerce* adalah sebagai berikut:

- a. *Find it*, mencari jenis produk atau jasa yang akan dibeli.
- b. *Explore it*, mempelajari produk atau jasa yang akan dibeli.
- c. *Select it*, memilih dan menyimpan kedalam shopping cart.

- d. *Buy it*, memproses transaksi pembayaran.
- e. *Ship it*, mengakhiri proses transaksi atau transaksi sudah berhasil dan kemudian dilakukan proses pengiriman barang.

Pada umumnya metode pembayaran yang dapat dipilih ada tiga, yaitu:

- 1) *Online processing credit card*. Biasanya untuk produk yang bersifat retail dimana pasarnya adalah seluruh dunia.
- 2) *Money transfer*. Cara ini lebih aman. Namun konsumen dikenai biaya tambahan untuk penyedia jasa *money transfer*, terutama bila harus mengirim uang ke Negara lain.
- 3) *Cash on delivery*. Biasanya hanya dilakukan jika konsumen berada dalam satu kota yang sama dengan penyedia jasa.
- 4) *E-learning*. Sebagai sembarang pengajaran dan pembelajaran yang menggunakan rangkaian elektronik (LAN, WAN, atau internet) untuk menyampaikan isi pembelajaran, interaksi, atau bimbingan. Ada pula yang menafsirkan *e-learning* sebagai bentuk pendidikan jarak jauh yang dilakukan melalui internet.
- 5) Komunitas. Sebuah situs *web* yang dibuat dengan tujuan untuk memungkinkan pengunjung berkomunikasi secara bersamaan. Pengunjung bisa berbagai pengalaman, cerita, ide, dan lainnya, bisa juga mencari dan menambah teman, atau untuk membuat suatu perkumpulan baru. Contohnya adalah [www.friendster.com](http://www.friendster.com).
- 6) 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. Untuk memudahkan penggunaannya biasanya disediakan fasilitas pencarian dan pengorganisasian informasi. Ada berbagai jenis portal, yang mendukung beberapa komunitas dan berbagai macam servis. Portal memiliki berbagai macam komponen teknik dan infrastruktur untuk mendukung fungsinya.

- 7) Personal. Situs portal merupakan situs yang memiliki tujuan untuk mempromosikan atau menginformasikan tentang seseorang, biasanya berisi tentang biodata, *portofolio* (kumpulan hasil karya yang pernah dibuat), prestasi atau sebagai *diary* yang menceritakan kehidupan sehari-hari yang di-*publish* agar orang lain dapat mengetahui dan mengenal tentangnya.

### 2.1.3. Prinsip Sebuah Desain Website

Menurut Suyanto (2007: 13) Prinsip utama sebuah *website* adalah kualitas atau karakteristik bawaan dalam berbagai seni, seperti keseimbangan, kontras, konsistensi, ruang kosong, dan lain sebagainya. Dengan menggunakan prinsip-prinsip tersebut situs *web* diharapkan dapat memiliki desain yang baik dan efektif sehingga yang mudah dibaca dan cepat dimengerti. Secara umum mempunyai prinsip sebagai berikut:

1. Keseimbangan desain

Sebuah situs *web* dapat dikatakan ideal jika mempertimbangkan objek tampilannya. Menurut Suyanto (2007: 13) keseimbangan adalah hasil susunan satu atau lebih elemen desain sehingga antara yang satu dengan yang lainnya memiliki bobot yang sama. Secara sederhana dapat dikisahkan bahwa keseimbangan dalam desain ini dengan sebuah blok. Bila sisi kanan

daan kiri memiliki berat yang sama, ia akan tegak, tidak miring. Keseimbangan tidak hanya dipengaruhi oleh ukuran objek itu tetapi oleh kekontrasan dan bentuk. Keseimbangan adalah aturan dari kekontrasan visual. Ketika menyusun elemen-elemen dalam suatu halaman situs maka yang harus dipertimbangkan adalah bobot visual dari setiap elemen. Bobot elemen biasanya dapat lebih dikenal dari ukuran objek dan kepadatan detail atau tekstur. Bila kekontrasan antar elemen terlalu besar, keserasian dan keseimbangan akan hilang. Hubungan antara proporsi dan ukuran harus benar-benar dipertimbangkan pada saat ingin menghadirkan keseimbangan. Setiap objek dalam halaman *web* harus diperhatikan hubungannya dengan objek lain. Sebuah objek yang besar akan terlihat lebih besar bila disampingnya terdapat objek yang berukuran kecil.

## 2. Kontras

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

## 3. Konsistensi

Konsistensi membuat pengunjung merasa nyaman karena dapat menjelajah situs dengan mudah. Ketika pengunjung membuka suatu halaman situs yang konsisten, dia akan langsung atau kemana harus pergi dan dia juga tahu

sedang berada dimana. Konsistensi dapat diterapkan pada margin, *layout*, huruf, warna, dan terutama navigasi.

#### 4. Ruang kosong

Ruang kosong bukan ruang yang tidak bermanfaat atau ruang yang harus diisi, justru ruang kosong adalah komponen desain. Ruang kosong atau *whitespace* biasa disebut ruang *negative* suatu istilah yang menggambarkan suatu ruang terbuka di antara elemen–elemen desain. Ruang kosong memisahkan atau menyatukan elemen–elemen *layout*, menegaskan sebuah elemen, atau sebagai tempat istirahat bagi mata.

#### 2.1.4. Fungsi Situs *Web*

Suyanto (2007: 5) menyatakan bahwa hal yang perlu dilakukan sebelum mendesain *web* seperti yang diinginkan adalah mengetahui dan memahami fungsi situs *web* itu sendiri terlebih dahulu. Secara umum situs *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* (*server side*) maka dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi- fungsi komunikasi, seperti *web mail*, *form contact*, *chatting*, *forum*, dan lain sebagainya.

##### 2. Fungsi informasi

Situs *web* memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian konteknya kerana tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isinya. Situs ini sebaiknya berisi teks dan *grafik* yang dapat

*download* dengan cepat. Pembatasan penggunaan animasi gambar dan elemen bergerak seperti *showkwave* dan *java* diyakini sebagai langkah yang tepat, diganti dengan fasilitas yang memberikan fungsi informasi seperti *web news*, *profile company*, *liblary*, *reference*, dan lain- lain.

### 3. Fungsi *entertainment*

Situs *web* yang memiliki fungsi *entertainment* atau *web* yang digunakan sebagai hiburan. Bila situs *web* 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 contohnya seperti *game online*, *film online*, *music online*, dan sebagainya.

### 4. Fungsi transaksi

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

#### **2.1.5. Manfaat *Website***

Menurut riyanto (2007: 21) mengemukakan bahwa ada beberapa kelebihan dan manfaat *website* sehingga banyak orang membutuhkan kehadirannya:

1. Memiliki alamat *online*
2. Jangkauan tanpa batas sehingga dapat diakses oleh pengguna di seluruh dunia dalam waktu tak terbatas.

3. Dapat berfungsi sebagai identitas pribadi / perusahaan tentang profil diri agar dapat diketahui oleh para *customer* dalam menjalankan bisnis sehingga dapat berjalan dengan mulus.
4. Situs personal dapat berfungsi sebagai juru bicara untuk menuangkan ide, gagasan, kritik, saran, berbagi ilmu dan suara hati lainnya yang ingin dituangkan kedalam situs melalui tulisan.
5. Menjadi cermin pribadi maupun citra perusahaan apabila fitur yang disediakan cukup interaktif dan dinamis.

Semua manfaat itu tidak akan terwujud jika bentuk dan fitur website berantakan, itu semua sangat bergantung pada sang “*web developer*“ dalam memvisualisasikan profil perusahaan ke dalam *website*. Meskipun demikian, sebagai pemilik situs juga harus ikut terlibat dalam pembentukan dan pengembangan *website* yang interaktif dan dinamis agar sesuai dengan sasaran dan tujuan yang ingin dicapai.

#### **2.1.6. Kriteria situs *Website* Yang Baik**

Berdasarkan yang sudah dijelaskan terlebih dahulu maka kriteria website yang baik akan diterangkan seperti dibawah ini.

##### *1. Usability*

Menurut Suyanto (2007: 61-62) *usability* adalah sebagai suatu pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan aplikasi atau situs *web* sampai pengguna dapat mengoperasikan dengan mudah dan cepat. Untuk mencapai tingkat *usability* yang ideal harus memenuhi, antara lain: mudah untuk dipelajari, efisiensi dalam penggunaan, mudah untuk ingat, tingkat



kesalahan rendah, dan kepuasan pengguna. Kaidah–kaidah *usability* tersebut memang sulit untuk diterapkan sepenuhnya. Namun bila *usability* diterapkan pada sebuah situs *web*, niscaya situs itu akan mudah dipelajari cara penggunaannya oleh pengunjung.

## 2. Sistem navigasi

Menurut Suyanto (2007: 62) kemudahan bernavigasi dalam situs web melibatkan sistem navigasi sistem situs *web* secara keseluruhan dan desain *interface* situs *web* tersebut. Navigasi membantu pengunjung untuk menentukan jalan yang mudah ketika menjelajahi situs *web*, memberitahu dimana mereka berada, kemana mereka pergi. Dengan demikian mereka dapat menemukan apa yang mereka cari dengan cepat dan mudah

## 3. *Graphic design* (desain visual)

Menurut Suyanto (2007: 64) kepuasan visual seorang *user* secara subjektif melihat bagaimana desainer situs web tersebut membawa mata *user* menikmati dan menjelajahi situs *web* dengan *layout*, warna, bentuk, dan *tipografi*

## 5. *Contents*

Menurut Suyanto (2007: 64) konten yang baik akan menarik, relevan dan pantas untuk target audien situs *web* tersebut. Gaya penulisan dan bahasa yang dipergunakan harus sesuai dengan *web* dan target audien.

#### 6. *Compatibility*

Menurut Suyanto (2007:66) situs *web* harus kompatibel dengan berbagai tampilannya (*browser*), harus memberikan alternatif bagi *browser* yang tidak dapat melihat situsnya. Pertimbangkan bahwa brose yang dipakai *browser* yang berbeda, versi yang berbeda atau dengan setting yang berbeda, dan lain – lain.

#### 7. *Loading time*

Menurut Suyanto (2007:66) sebuah situs *web* yang tampil lebih cepat kemungkinan besar akan kembali dikunjungi, apalagi bila dengan konten dan tampilan yang menarik. Waktu *download* memang tidak hanya dipengaruhi desain tetapi juga koneksi , *server*, dan lain- lain.

#### 8. *Functionality*

Menurut Suyanto ( 2007: 68) seberapa baik sebuah situs bekerja dari aspek teknologinya, ini biasa melibatkan programmer dengan scriptnya.

#### 9. *Accessibility*

Menurut Suyanto (2007: 68) halaman *web* harus bisa dipakai oleh setiap orang, baik anak – anak, orang tua dan orang muda, termasuk orang- orang cacat. Ada berbagai hambatan yang ditemui dari sisi pengguna untuk bisa menikmati halaman *web* itu. Desainer tidak seharusnya mempertimbangkan masalah ini dan memberikan solusinya, terutama yang berhubungan dengan tugasnya sebagai desainer.

#### 10. *Interactivity*

Menurut Suyanto (2007: 69) buat situs *web* yang memungkinkan pengunjung berinteraksi dengan situs *web*, kita sebagai pemilik/ pembuat,

pengujung lain, dan dengan komputernya. Interaktivitas adalah apa yang melibatkan pengguna situs *web* sebagai *user experience* dengan *web* itu sendiri.

### **2.1.7. Kualitas Website**

Simarmata (2010: 263) menyatakan bahwa kompleksitas aplikasi *web* mungkin dipandang dalam kaitannya dengan kebutuhan kualitas, seperti :

#### **1. Usabilitas**

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

#### **2. Fungsionalitas**

Sistem harus mencakup semua fitur-fitur penting untuk memenuhi kebutuhan tugas-tugas. Akurasi, kesesuaian, pemenuhan, *interoperabilitas*, dan keamanan adalah isu yang harus diselidiki didalam perancangan sistem *e-commerce* untuk menyakinkan bahwa sistem akan melaksanakannya seperti yang diharapkan. Aplikasi *e-commerce* harus mempunyai kemampuan pencarian dan pengambilan kembali, navigasi, dan fitur-fitur *browsing* dan fitur-fitur aplikasi berkaitan dengan domain.

### 3. Reliabilitas sistem

Pembuatan sistem yang dapat dipercaya melibatkan isu pemahaman seperti toleransi kesalahan, frekuensi kesalahan, keterpulihan, dan kedewasaan. Sistem harus memelihara tingkat kinerja yang ditetapkan dalam hal kesalahan perangkat lunak dengan kemungkinan kerusakan yang minimum sistem ini juga harus mempunyai kemampuan untuk membangun kembali tingkat kinerjanya.

### 4. Efisiensi

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

### 5. Pemeliharaan

Beberapa fitur rumit yang berhubungan dengan pemeliharaan aplikasi *e-commerce* adalah kemampuan untuk bisa dianalisis, diubah, untuk stabil, dan untuk diuji. Dengan perubahan teknologi yang cepat, terutama pada rekayasa *web*, seperti halnya kebutuhan pengguna yang kaku untuk pembaruan situs *web* yang berlanjut, modifikasi sistem yang mudah, dan baik dalam konten.

### 2.1.8. Webqual 4.0

Menurut Putra et al., (2014: 176) metode *Webqual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari metode *servqual* yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. *Wequal* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan dimensi dan butir-butir pertanyaannya. *Wequal* 4.0 disusun berdasarkan penelitian pada area (dimensi) kualitas sebagaimana sebagai berikut:

#### 1. *Usability*

Menurut Wicaksono et al., (2012: 23) *Usability* adalah persepsi pengguna terhadap kemudahan dibaca dan dipahami, serta kemudahan beroperasi dan bernavigasi. Adapun indikator dalam *Usability* sebagai berikut:

- a. Kemudahan untuk dioperasikan.
- b. Interaksi dengan *website* jelas dan dapat dimengerti.
- c. Kemudahan untuk navigasi.
- d. Kemudahan menemukan alamat *website*.
- e. Tampilan yang atraktif.
- f. Tepat dalam penyusunan tata letak informasi.
- g. Tampilan sesuai dengan jenis *website*.
- h. Adanya penambahan pengetahuan dari informasi *website*.

#### 2. Kualitas Informasi

Menurut Ali dan Wangdra (2010: 12) tidak semua informasi berkualitas. Oleh karena itu, sudah seharusnya dilakukan penyaringan terhadap informasi yang beredar atau yang dapat ditangkap. Adapun indikator-indikator kualitas informasi sebagai berikut:

- a. Menyediakan informasi yang cukup jelas.
- b. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya.
- c. Menyediakan informasi yang *uptodate*.
- d. Menyediakan informasi yang relevan.
- e. Menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami.
- f. Menyediakan informasi yang cukup detail.
- g. Menyajikan informasi dalam format yang sesuai.

### 3. Kualitas Interaksi Pelayanan

Menurut Wicaksono et al. (2012: 23) *service interaction quality* adalah persepsi pengguna terhadap semua proses layanan dapat diselesaikan secara *online*, proyeksi gambar sesuai dengan situs, serta penggunaan situs sebagai sarana interaksi alternative yang keamanannya lebih baik. Adapun indikator Kualitas Interaksi pelayanan sebagai berikut:

- a. Mempunyai reputasi yang baik.
- b. Mendapatkan keamanan untuk melengkapi transaksi.
- c. Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi.
- d. Kemudahan untuk menarik minat dan perhatian.

- e. Adanya suasana komunitas.
- f. Kemudahan untuk member masukan (*feed back*).
- g. Tingkat kepercayaan yang tinggi atas informasi yang disampaikan *website*.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

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

**Tabel 2.1.**Penelitian Terdahulu

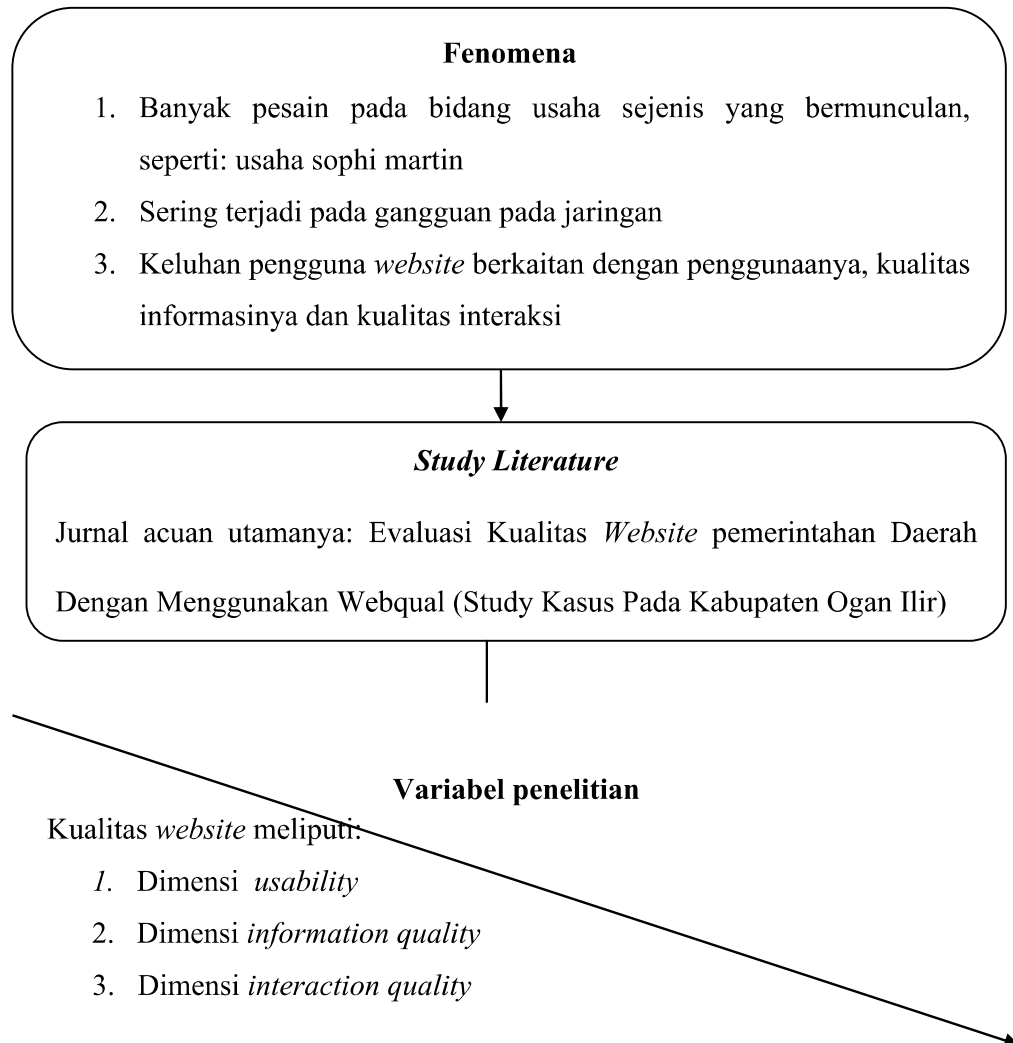
No	Nama /Tahun	Judul	Variabel	Teknik Analisis	Hasil	Sumber
1	Irawan,Chandra/2012	Evaluasi kualitas <i>website</i> pemerintah daerah dengan menggunakan <i>webqual 4.0</i> (study kasus pada kabupaten ogan ilir)	Kualitas layanan <i>website</i>	Purposive sampling dan proposional sampling.	Dari persamaan regresi menunjukkan variabel independen yang dianalisis 3 dimensi <i>webqual</i> berkontribusi positif terhadap kualitas <i>website</i>	Sumber penelitian ini diambil dari jurnal <i>sisitem informasi (JSI)</i> , Vol.4, No.2 Halaman 488-502 ISSN print: 2085-1588, ISSN Online: 2355-4614, <a href="http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index">http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index</a> .
2	Bayu,luhur,wicaksono,Adhi Susanto dan wingwahyu winarno Dkk/ 2012	Evaluasi kualitas layanan <i>website</i> pusdiklat BPK RI menggunakan metode <i>webqual</i> modifikasi dan <i>importance performance analysis</i>	Kualitas layanan <i>website</i>	Analisis SEM.	Hasil dari penelitian ini, yaitu terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan <i>website</i> , tingkat kepuasan, dan intensitas penggunaan yang membentuk model konseptual penelitian.	JN TETI, Vol.2, No.2, Mei 2013. ISSN 2301-4156
3	Putra,ZahraFajar S.Mohammad Sholeh dan Naniek Widyastuti, 2014	Analisis kualitas layanan <i>website</i> BTKP-DIY menggunakan metode <i>webqual</i> .	Kualitas layanan <i>website</i>	Uji validasi dan uji reliabilitas	Hasil penelitian menyatakan bahwa hasil penilaianyang telah dilakukan menggunakan metode <i>webqual 4.0</i> diperoleh hasil bahwa rata-rata pengguna <i>website</i>	Jurnal JARKOM Vol.1 No. 2 Januari 2014 ISSN: 2338-6312



					BTKP-DIY merasa puas dengan fasilitas, menu, dan isi dalam website, baik dari nilai keseluruhan responden maupun setiap variabel penelitian.	
4	Sa'uda, Siti dan Nyimas sopiah /2014	Penerapan metode webqual dalam pengukuran kualitas layanan website perguruan tinggi	Kualitas layanan website	Regresi linier berganda	Pengaruh yang signifikan dari ketiga variabel bebas terhadap variabel terikat dimana urutan yang paling tinggi adalah interaksi layanan, kualitas informasi dan kegunaan	Prosiding Sna PP2014 Sains, Teknologi dan kesehatan

Berdasarkan uraian diatas yang menjadi jurnal acuan utamanya adalah jurnal yang berjudul "Evaluasi kualitas *website* pemerintahan daerah dengan menggunakan metode webqual (studi kasus pada kabupaten ogan ilir)" karena webqual 4.0 tersebut di susun berdasarkan penelitian pada tiga dimensi *yaitu usability, information quality* dan *interaction quality* dan sebagai literature pendukung dalam penelitian ini.

### 2.3. Kerangka pemikiran



**Gambar 2.3.** Kerangka Pemikiran

### 2.4. Hipotesis

Menurut Iskandar (dalam Musfiqon, 2012: 46) hipotesis merupakan pernyataan yang masih harus diuji kebenarannya secara empirik. Sebab, hipotesis masih bersifat dugaan, belum merupakan pembenaran atas jawaban masalah penelitian. Pada penelitian ini tidak ada hipotesisnya karena yang meneliti judul

“Evaluasi kualitas website oriflamme dengan menggunakan metode webqual 4.0”, seperti ini belum ada peneliti tahu. Jadi dugaan atas jawaban masalah peneliti saat ini belum ada.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Desain Penelitian

Desain Penelitian adalah penjelasan mengenai berbagai komponen yang akan digunakan peneliti serta kegiatan yang akan dilakukan selama proses penelitian (Martono, 2011: 131). Menurut Sugiyono (2012: 30) Komponen dan proses dalam penelitian yaitu Setiap penelitian selalu berangkat dari masalah /Fenomena. Setiap penelitian selalu berangkat dari masalah/ Fenomena. Fenomena yang diangkat dalam penelitian ini adalah Evaluasi Kualitas *Website* Oriflame menggunakan metode *Webqual* 4.0. Permasalahan ini diangkat berdasar pada fenomena yang terjadi pada objek penelitian, yaitu banyak pesain pada bidang usaha sejenis yang bermunculan, seperti: usaha sphi martin. keluhan pengguna website berkaitan dengan penggunaanya, kualitas informasinya dan kualitas interaksi dan metode pembayarannya mudah. Bentuk teknologi informasi yang digunakan adalah *website* berdasarkan hal tersebut maka dirumuskan permasalahan rumusan masalah pada umumnya dinyatakan dalam kalimat pertanyaan. Dengan pertanyaan ini maka akan dapat memandu peneliti untuk kegiatan peneliti selanjutnya.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka peneliti menggunakan berbagai teori untuk menjawabnya. Jadi teori dalam penelitian kuantitatif ini digunakan untuk menjawab rumusan masalah penelitian tersebut. Jawaban

terhadap rumusan masalah yang baru menggunakan teori tersebut dinamakan hipotesis.

Teori yang diangkat dalam penelitian ini adalah teori yang dikemukakan Menurut Putra *et al*, (2014) metode *Webqual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari metode *servqual* yang disusun oleh Parasuraman, yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Instrumen penelitian pada *Wequal* tersebut dikembangkan dengan metode *Quality Function Development (QFD)*. *Wequal* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan dimensi dan butir-butir pertanyaannya. penelitian Barnes dan Vidgen (2003) yang menggunakan *Wequal 4.0* untuk mengukur kualitas *website* yang dikelola oleh OECD (*Organization For Economic Cooperation and Development*). *Wequal 4.0* tersebut disusun berdasarkan penelitian pada tiga dimensi yaitu: *usability*, kualitas informasi dan kualitas interaksi pelayanan.

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang selanjutnya akan dibuktikan kebenarannya. Pada penelitian ini tidak dirumuskan hipotesis dikarenakan peneliti hanya ingin mendeskripsikan data yang diperoleh, pengolahan data yang akan dilakukan mengarah pada menjawab rumusan masalah. Untuk menjawab rumusan masalah digunakan populasi yang diambil peneliti ini adalah orang yang memakai *website* oriflame lebih dari satu bulan dengan karakteristik member oriflame di kota Batam dan aktif bertransaksi melalui *website*. Dikarenakan keterbatasan peneliti dan kompleksitas objek penelitian maka peneliti mengambil

sampel dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Malhotra. Tingkat pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*.

Tahapan selanjutnya adalah proses pengumpulan data. Untuk keperluan tersebut peneliti menggunakan instrumen penelitian berupa kuisioner. Agar instrumen dapat dipercaya maka peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen. Uji validitas menggunakan *Pearson Moment Product* dan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*.

Setelah data terkumpul tahapan selanjutnya adalah menganalisa data. Analisa data diarahkan untuk menjawab rumusan masalah. Dalam penelitian ini digunakan analisis data statistik berupa statistik deskriptif .

Data yang telah selesai dianalisis selanjutnya disajikan dan diberikan pembahasan. Penyajian data menggunakan tabel, grafik dan *pie chart*. Setelah hasil penelitian diberikan pembahasan, maka selanjutnya dapat disimpulkan. Kesimpulan berisi jawaban singkat terhadap setiap rumusan masalah dan setelah itu memberikan saran berdasarkan pada hasil penelitian.

### **3.2.Operasional Variabel**

Variabel operasional adalah suatu defenisi yang diberikan kepada suatu variabel atau konstrak dengan cara memberikan arti, atau memspesifikasikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur konstrak atau variabel tersebut. Defenisi operasional merupakan bagian yang mendefinisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indicator) dari suatu konsep/variabel (Noor , 2011: 97).

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel adalah Kualitas website menggunakan metode webqual 4.0. Operasional variabel pada penelitian ini dijabarkan sebagai berikut:

### 3.2.1 Variabel *usability*

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

**Tabel 3.1.** Variabel *Usability*

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
<i>Usability</i>	Situs mudah dipelajari untuk dioperasikan	<i>Website</i> oriflame mudah digunakan	Skala <i>Likert</i>
	Interaksi dengan situs jelas dan mudah dimengerti	Pengguna dapat berinteraksi dengan jelas dan mudah dimengerti pada <i>Website</i> oriflame	Skala <i>Likert</i>
	Situs mudah untuk dijelajahi	<i>Website</i> oriflame memiliki arahan yang membantu pelanggan menemukan apa yang dibutuhkan (misalnya produknya)	Skala <i>Likert</i>
	Situs mudah digunakan	<i>Website</i> oriflame mudah ditemukan pada mesin pencari (misalnya <i>google,yahoo, bing</i> dll)	Skala <i>Likert</i>
	Tampilan situs menarik	Tampilan <i>Website</i> oriflame menarik	Skala <i>Likert</i>
	Desain situs tampak sesuai dengan tipikal situs	<i>Website</i> oriflame memiliki tepat penyusunan tata letak informasi yang tepat	Skala <i>Likert</i>
	Situs tampak meyakinkan dan kompeten	<i>Website</i> oriflame memiliki tampilan yang sesuai dengan jenis <i>website</i>	Skala <i>Likert</i>
	Situs memberikan sebuah pengalaman positif	Pengguna mendapatkan tambahan pengetahuan dari informasi yang tersedia pada <i>website</i> oriflamme	Skala <i>Likert</i>

### 3.2.2 Variabel Kualitas Informasi

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

**Tabel 3.2** Variabel Kualitas Informasi

<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Kualitas informasi	Informasi yang tersedia akurat	<i>Website</i> oriflame menyediakan informasi yang jelas	Skala <i>Likert</i>
	Informasi yang disajikan terpercaya	Informasi di <i>Website</i> oriflame dapat dipercaya	Skala <i>Likert</i>
	Informasi yang disediakan <i>up to date</i>	Informasi di <i>Website</i> oriflame sangat <i>uptodate</i> (terkini)	Skala <i>Likert</i>
	Informasi yang disajikan relevan	Informasi yang disajikan oleh <i>Website</i> oriflame relevan/sesuai dengan kebutuhan pengguna	Skala <i>Likert</i>
	Informasi yang disediakan mudah dimengerti	Informasi yang disediakan oleh <i>Website</i> oriflame mudah dibaca dan dipahami oleh pengguna	Skala <i>Likert</i>
	Informasi yang disajikan cukup terperinci	<i>Website</i> oriflame menyediakan informasi yang detail/rinci bagi pengguna	Skala <i>Likert</i>



	Informasi yang disajikan dalam format yang sesuai	Informasi yang disajikan dalam <i>Website</i> oriflame memiliki format yang sesuai dengan kebutuhan pengguna	Skala <i>Likert</i>
--	---	--	---------------------

### 3.2.3 Variabel Kualitas Interaksi Pelayanan

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

**Tabel 3.3** Variabel Kualitas Interaksi

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Pengukuran
Kualitas Interaksi	Situs memiliki reputasi yang baik	<i>Website</i> oriflame memiliki reputasi yang baik	Skala <i>Likert</i>
	Situs menyediakan rasa aman ketika pengguna melakukan transaksi	<i>Website</i> oriflame menjamin keamanan pengguna dalam bertransaksi	Skala <i>Likert</i>
	Informasi yang bersifat pribadi diperhatikan dengan seksama	Pengguna merasa aman ketika memberikan informasi data pribadi pada saat bertransaksi di <i>Website</i> oriflame	Skala <i>Likert</i>
	Tercipta sebuah nuansa personalisasi	<i>Website</i> oriflame mudah menarik minat dan perhatian pengguna dalam bertransaksi	Skala <i>Likert</i>
	Menciptakan nuansa yang mendukung iklim pada komunitas	Pengguna merasa berada dalam suatu komunitas ketika bertransaksi pada <i>Website</i> oriflame	Skala <i>Likert</i>

	Mudah untuk berkomunikasi dengan organisasi	Pengguna mudah untuk memberikan saran & masukan bagi <i>Website</i> oriflamme	Skala <i>Likert</i>
	Layanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan	Pengguna percaya pada informasi yang disampaikan di <i>Website</i> oriflamme	Skala <i>Likert</i>

### 3.3. Populasi Dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2012: 80) .

Populasi dari penelitian ini adalah orang yang memakai *website* oriflamme lebih dari 1 bulan dengan karakteristik member oriflame di kota Batam dan aktif bertransaksi melalui *website* pada periode juni-des'2015.

#### 3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012: 81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi. 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. Untuk itu sampel yang

diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). (Sugiyono, 2012: 81).

Teknik Sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Dalam penelitian ini digunakan *accidental Sampling*. Pengambilan sampel *accidental* menentukan sampel berdasarkan kebetulan yang ditemui atau siapa pun yang dipandang oleh peneliti cocok sebagai sumber data, Sedangkan untuk menentukan besarnya sampel yang dapat mewakili populasi penelitian ini, digunakan rumus Malhotra dalam Setiawan (2012: 121) dalam Rasyid (2013: 87) yaitu:

$\text{Jumlah sampel} = 5 \times \text{sub variabel}$
---

**Rumus 3.1** Sampling

Malhotra dalam Setiawan (2012: 121) dalam Rasyid (2013: 87) menyatakan bahwa untuk menentukan ukuran sampel dari populasi ditetapkan sesuai variabel, sub variabel atau butir pertanyaan yang digunakan dalam penelitian. Jumlah sampel (responden) paling sedikit 4 atau 5 kali jumlah variabel atau sub variabel yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini jumlah dimensi dari seluruh variabel adalah 22 indikator, maka jumlah sampel yang diperlukan adalah :

$$\begin{aligned} \text{Jumlah sampel} &= 5 \times 22 \\ &= \mathbf{110} \end{aligned}$$

Dengan menggunakan rumus tersebut maka jumlah sampel yang diambil peneliti sebanyak 110 responden.

### **3.4. Teknik Dan Alat Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Sugiyono (2012: 224) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai sumber untuk mendapatkan data yang diperlakukan dalam pembahasan penelitian ini, digunakan teknik pengambilan data dengan menggunakan Kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kuisoner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet (Sugiyono, 2012: 199).

#### **3.4.2 Alat Pengumpulan Data**

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini berupa daftar pernyataan (kuesioner) yakni dengan menyebarkan kuesioner penelitian. Pernyataan (kuesioner) tersebut kepada 110 responden. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian terdiri dari 22 item.

Setelah item-item dapat diukur, maka diperlukan alat untuk mengukur dengan menggunakan skala. Menurut Sugiyono (2012: 92) Skala pengukuran

merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Menurut Sugiyono (2012: 92-93) Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variable penelitian. Dengan skala *Likert*, maka variable yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* dengan skor 1-5 yang diekspresikan mulai dari yang paling negative, netral sampai dengan positif, seperti dibawah ini:

**Tabel 3.4** Bobot Skor Skala Likert

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

### **3.5. Metode Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2012: 147) dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dari seluruh responden. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik deskriptif.

Menurut Sugiyono (2012: 147) dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden. Teknik analisis data penelitian kuantitatif menggunakan statistic deskriptif. Dalam penelitian ini metode analisis yang digunakan penulis adalah metode analisis kuantitatif dengan program SPSS statistic 20.

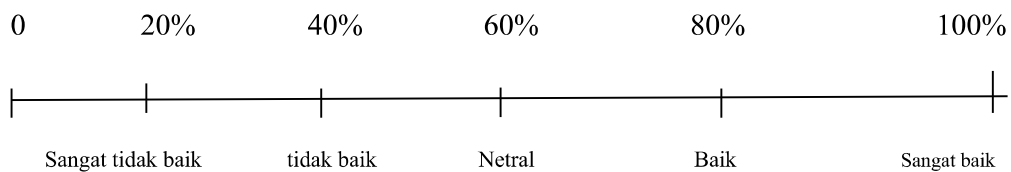
#### **3.5.1. Analisis Deskriptif**

Statistik Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Yang termasuk dalam statistik deskriptif adalah penyajian data dalam bentuk tabel, grafik, diagram lingkaran, pictogram, perhitungan modus, median, mean, perhitungan desil, persentil, perhitungan penyebaran data melalui

perhitungan rata-rata dan standar deviasi, perhitungan presentasi. (Sugiyono, 2013: 148).

Dalam penelitian ini akan dilakukan statistik deskriptif terhadap penelitian dan responden. Deskriptif data penelitian meliputi deskriptif dimensi-dimensi indicator serta instrument penelitian beserta karakteristik-karakteristiknya.

Berdasarkan jumlah sampel yang didapat dan diteliti dal penelitian berjumlah 110 responden. Berdasarkan rumus diatas maka diperoleh jumlah rentang skala sebagai berikut:



**Sumber :** Riduwan dan Kuncoro(2012: 28)

### **Rumus 3.2.** Rentang Skala

Keterangan kriteria interpretasi skor

Angka 0% - 20% = Sangat tidak baik

Angka 21% - 40% = tidak baik

Angka 41% - 60% = Netral

Angka 61% - 80% = Baik

Angka 81% - 100% = Sangat baik

### 3.5.2. Uji Kualitas Data

Uji Kualitas Data digunakan untuk mendapatkan data yang berkualitas dalam penelitian. Adapun uji kualitas data dilakukan dengan menggunakan uji validitas data dan uji reliabilitas data.

#### 3.5.2.1. Uji Validitas Data

Uji validitas data adalah uji yang dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur (Azwar, 1999) dalam 'Wibowo (2012: 35). Dari uji ini dapat diketahui apakah item-item pertanyaan yang diajukan dalam kuisioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuisioner tersebut. Validitas menunjukkan sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat pengukur mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya diantara responden yang diteliti. Dalam menentukan memiliki tingkat kelayakan dan tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf 0,05 artinya suatu item dianggap memiliki tingkat keberterimaan atau valid jika memiliki korelasi signifikan terhadap skor total item. Azwar (1999) dalam Wibowo (2012: 36) menyatakan jika suatu item memiliki nilai capaian koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memiliki daya pembeda yang cukup memuaskan atau dianggap valid. Pengujian untuk membuktikan valid atau tidaknya item-item kuisioner dapat dilakukan dengan melihat angka koefisien korelasi *Pearson Product Moment* dan *Rank Spearman*. Koefisien korelasi tersebut adalah angka yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total (*item-total correlation*). Rumus *Pearson Product Moment* adalah.



$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

**Rumus 3.3** *Pearson Product Moment*

Dimana :

$r_{hitung}$  = Koefisien korelasi

$\sum X_i$  = Jumlah skor item

$\sum Y_i$  = Jumlah skor total

N = Jumlah responden

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

**Tabel 3.5** Koefisien Validitas

No	Nilai Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,800-1,000	Sangat Tinggi
2	0,600-0,799	Tinggi
3	0,400-0,599	Cukup Tinggi
4	0,200-0,399	Rendah
5	0,000-0,199	Sangat Rendah

*Sumber: Riduwan (2008: 98)*

### 3.5.2.2. Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. (Azwar,1999) dalam 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 digunakan untuk menguji reliabilitas alat ukur misalnya: metode *Anova Hoyt*, Formula Flanagan, Formula Belah Dua Spearman-Brown, dan metode Tes Ulang. Dalam penelitian ini akan digunakan metode *Cronbach's Alpha*.

Metode ini sangat populer digunakan pada skala uji yang berbentuk *Likert (scoring scale)*. Uji ini menghitung koefisien alpha. Data dikatakan reliabel apabila  $r_{\alpha}$  positif dan  $r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$   $df = (n-2)$ .

Untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach Alpha* dapat digunakan rumus berikut (Suliyanto, 2004) dalam Wibowo (2012: 52)

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

Dimana,

$r_{11}$  = Reliabilitas Instrumen

$k$  = jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_x^2$  = jumlah varian pada butir

$\sigma_t^2$  = varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf

signifikan 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data atau reliable atau tidaknya suatu data dapat dilihat 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 kurang, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan 0,8 dianggap baik (Sekaran, 1992) dalam Wibowo (2012: 53). Berikut tabel yang direkomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut:

**Tabel 3.6.** Koefisien Reliabilitas

No	Nilai Interval	Kriteria
1	< 0,20	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)*

### 3.6. Lokasi Dan Jadwal Penelitian

#### 3.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di kota Batam, Kepulauan Riau dengan cara melakukan penyebaran kuesioner yang diisi responden yang telah menjadi sumber/ pengguna dan pelanggan pada *website* oriflamme yang menjadi instrumen untuk menentukan data .

### 3.6.2 Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian berikut akan menjelaskan dilaksanakannya penelitian ini yang dimulai dari tahap analisis masalah, analisis data, pembuatan laporan dan penyebaran kuesioner. Penelitian ini dilakukan selama 6 bulan. Berikut gambaran jadwal penelitian.

**Tabel 3.7. Jadwal penelitian**

Tahap	Prosedur	Bulan					
		Sep' 15	Okt' 15	Nov '15	Des' 15	Jan' 15	Feb' 15
1	Studi perpustakaan						
2	Penentuan Topik						
3	Penentuan Judul						
4	Penentuan objek penelitian						
5	Pengajuan bab 1						
6	Pengajuan bab 2						
7	Pengajuan bab 3						
8	Pembagian kuesioner						
9	Pengolahan data						
10	Pengajuan bab 4 dan 5 serta jurnal						
11	Pengumpulan skripsi						