

Analisis Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode WebQual 4.0 (Studi Kasus Astranet)

Rahmat Adiwiguna

Manajemen Sistem Informasi, Ilmu Komputer

Universitas Gunadarma, Jakarta

E-mail : adiwiguna.rahmat@gmail.com

Abstrak

Grup Astra dikenal sebagai perusahaan perakitan dan distribusi untuk mobil dan sepeda motor. Saat ini grup Astra mempekerjakan lebih dari 200.000 karyawan di 212 perusahaan. PT Astra International Tbk sebagai induk perusahaan memfasilitasi seluruh karyawannya dengan sebuah website yang bernama Astranet. Website Astranet perlu dilakukan pengujian untuk mengetahui kualitasnya. Penelitian ini menggunakan WebQual 4.0 yang merupakan standarisasi untuk website dengan tiga karakteristik, yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Metode penelitian menggunakan survey dengan data yang digunakan berupa kuesioner pada google form yang dibagikan kepada 35 responden secara online. Hasil penelitian ini secara keseluruhan dapat menghasilkan respon positif sebesar 79% terhadap ketiga variabel. Harapannya pengujian ini dapat membantu mengembangkan kualitas dari website Astranet.

Kata kunci : Metode WebQual 4.0, Kualitas, Website, Kepuasan Pengguna, Astranet

Pendahuluan

Era globalisasi selalu berkaitan erat dengan teknologi informasi, salah satunya dengan perkembangan internet, dimana internet merupakan suatu media yang sangat cepat dalam menyampaikan suatu informasi. Berbagai macam informasi dapat disampaikan, terutama informasi yang menunjang pekerjaan.

Perusahaan yang memanfaatkan internet kemajuan perusahaannya adalah PT Astra International Tbk. Astra International adalah perusahaan yang berkantor pusat di Jakarta, Indonesia. Pada tahun 1957, perusahaan ini mulai berdiri dengan nama PT Astra International Incorporated kemudian berubah nama menjadi PT Astra International Tbk pada tahun 1990.

Menara Astra, Jalan Jenderal Sudirman menjadi pusat beroperasinya perusahaan ini setelah sebelumnya menempati Gedung AMDI yang berlokasi di Jalan Gaya Motor Raya No. 8, Sunter II, Jakarta. Kegiatan utama dari perusahaan ini adalah diberbagai bidang perniagaan, namun masyarakat lebih mengenal perusahaan ini dengan perusahaan perakitan dan distribusi kendaraan bermotor, dikarenakan anak perusahaannya yaitu Toyota Astra Motor dan Astra Honda Motor. Grup

Astra mempekerjakan lebih dari 200.000 karyawan di 212 perusahaan, anak perusahaan dan rekanan dan jumlahnya hingga saat ini terus bertambah. Dengan jumlah karyawan tersebut, PT Astra International Tbk memfasilitasi semua karyawannya dengan sebuah website yang bernama Astranet.

Astranet merupakan media penunjang segala jenis administrasi dan aktifitas kepegawaiannya, mulai dari permintaan voucher taksi, akses aplikasi, akses VPN, user ID, email, dan lainnya. Terpusat pada website Astranet, tentu perlu dipertimbangkan juga kualitas website Astranet tersebut, apakah kualitas tampilannya baik, apakah mudah digunakan, informasi yang disampaikan baik, interaksi pelayanan dalam website baik. Keempat variabel tersebut dapat memberikan informasi yang akurat terhadap suatu website. Oleh karena keempat indikator tersebut maka digunakan metode WebQual untuk menganalisis website Astranet.

Metode untuk mengukur kualitas website berdasarkan tiga kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Berdasarkan hal tersebut maka penulis melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan

Metode WebQual 4.0 (Studi Kasus Astranet)”

Website

Website (web) merupakan halaman yang ditampilkan di internet dan muat data tertentu yang bisa dipakai pengguna. Suatu web umumnya dibentuk atas banyak website yang saling berhubungan [1]. Sebaliknya penafsiran yang lain, website merupakan suatu sistem dengan data yang disajikan dalam wujud bacaan, foto, suara serta yang lain yang tersimpan dalam suatu server website internet yang disajikan dalam wujud hypertext. Data website pada biasanya ditulis dalam format HTML.

Bagi Rohi [2], website juga bisa dimaksud sekumpulan halaman yang terdiri dari sebagian halaman yang berisi data dalam wujud informasi digital baik berbentuk teks, foto, video, audio, serta animasi yang lain yang disediakan lewat jalan koneksi internet. Sebaliknya bagi Bakti [3] ialah kumpulan halaman-halaman yang digunakan buat menunjukkan data bacaan, foto diam ataupun gerak, animasi, suara, serta ataupun gabungan dari seluruhnya, baik yang bersifat statis ataupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terpaut, yang tiap-tiap dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

Kualitas Website

Pengukuran kualitas layanan website yang dicoba oleh konsumen hendak menunjang industri guna bisa melaksanakan pemeliharaan serta revisi terhadap website untuk meningkatkan pelayanan terhadap konsumennya [4]. Menurut Hyejong dan Niehm [5], kualitas website dalam riset terdahulu bisa dipecah jadi 5 ukuran, ialah: Data meliputi kualitas konten, manfaat, kelengkapan, akurat, serta relevan; Keamanan meliputi keyakinan, pribadi, serta jaminan keselamatan; Kemudahan meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah untuk dipahami, serta kecepatan; Kenyamanan meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif serta atraktif, dan Kualitas pelayanan meliputi kelengkapan secara online serta customer service.

Anggapan pengguna tentang kualitas suatu web bersumber pada fitur yang terdapat pada web tersebut, dimana fitur tersebut bisa penuhi kebutuhan pengguna serta bisa menonjolkan keunggulan dari web itu sendiri. Kriteria suatu web agar bisa dikatakan mempunyai kualitas yang baik merupakan web tersebut wajib representative, interaktif, desain yang menarik, ringkas serta simpel, nyaman serta terjamin.

Kepuasan Website

Kepuasan dapat didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang merupakan hasil dari perbandingan antara kemampuan suatu produk

atau jasa yang diterima dengan harapan produk atau jasa tersebut untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Jika produk atau jasa tidak dapat memenuhi kebutuhan dan tidak memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa tidak puas. Sebaliknya jika produk atau jasa tersebut mampu memuaskan kebutuhan dan harapan konsumen maka konsumen akan puas dan jika produk atau jasa melebihi harapan konsumen maka konsumen akan sangat puas [6].

Dalam konteks teknologi informasi, kepuasan pengguna memiliki definisi yang mirip dengan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan *online* didefinisikan sebagai perasaan senang atau senang pelanggan terhadap pengalaman mereka sebelumnya ketika melakukan pembelian dari perusahaan *e-commerce*. Pelanggan yang tidak puas cenderung mencari informasi alternatif dan memilih untuk membeli dari perusahaan pesaing [7].

Metode Penelitian

Berikut tahapan penelitian tentang kajian kualitas website terhadap kepuasan karyawan pengguna website Astranet di Indonesia berdasarkan penggunaan tingkat kepuasan pengguna akhir:

- **Merumuskan masalah penelitian**, pada tahap ini dilakukan pengidentifikasian masalah yang menjadi bahan penelitian. Masalah yang terjadi dalam penelitian ini adalah apakah kualitas website Astranet sudah sesuai dengan harapan pengguna.
- **Studi literatur**, pada tahap studi literatur dilakukan analisis penelitian sejenis dan mencari landasan teori yang mendukung permasalahan melalui buku, *e-journal*, *e-book*, dan internet.
- **Penyusunan instrumen penelitian**, tahap ini menjelaskan penyusunan instrumen penelitian yang terdiri dari penentuan sumber data, penentuan variabel, penentuan skala pengukuran variabel, dan penyusunan kuesioner.
- **Pengujian instrumen penelitian**, tahap ini menjelaskan pengujian pada instrumen penelitian untuk mengetahui apakah instrumen sudah valid dan reliabel sebelum instrumen penelitian disebar luaskan.
- **Pengambilan sampel**, pengambilan sampel dan penyebaran kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data. Pada tahap ini dilakukan penentuan lokasi, waktu penelitian, populasi, sampel, teknik sampel, dan penyebaran kuesioner.
- **Analisis data**, setelah data terkumpul pada tahap ini dilakukan proses analisis data yang

melibatkan hasil pengumpulan data kuesioner pada google form yang telah dilengkapi oleh responden, teknik analisis data dan aplikasi pengolahan data statistic SPSS.

- **Hasil analisis**, setelah melakukan analisis data, maka didapat informasi hasil analisis yang berisikan kesimpulan, serta saran peningkatan kualitas untuk website Astranet.

Pengujian dan Analisis

Data Responden dari penelitian ini adalah para pengunjung website <https://astranet.astra.co.id/> yang dikelompokkan berdasarkan status karyawan dan lamanya bekerja. Kuesioner disebar melalui media elektronik dengan memanfaatkan fasilitas dari google form dengan jumlah yang sebanyak 35 responden.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial [8]. Dengan skala likert, maka variabel dapat diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut menjadi tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen.

Instrumen skala likert digunakan untuk memungkinkan pengguna website Astranet menjawab dalam berbagai tindakan pada setiap butir pertanyaan, dengan memberikan nilai Sangat Tidak Setuju (1), Tidak Setuju (2), Netral (3), Setuju (4), dan Sangat Setuju (5).

Tabel interval skala likert dapat dilihat pada Tabel 1. Serta untuk perhitungan persentase data yang didapat, telah dijabarkan pada Tabel 2.

Index	Interpretasi
0% - 19,99%	Sangat Tidak Setuju
20% - 39,99%	Tidak Setuju
40% - 59,99%	Netral
60% - 79,99%	Setuju
80% - 100%	Sangat Setuju

Pada Tabel 2 dapat dijabarkan bahwa 16 pertanyaan memiliki persentase dengan 80% - 100% dinyatakan pada Tabel 1 interval skala likert merupakan "Sangat Setuju", sedangkan 9 pertanyaan lainnya memiliki persentase 60% - 79,99% dinyatakan "Setuju". Jika dirata-ratakan jumlah kepuasan pengguna sebesar 79% "Setuju" pada seluruh poin pertanyaan yang diajukan.

Sebuah penelitian diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas agar hasil dari penelitian tersebut dapat dibuktikan kebenarannya dan dapat dipertanggung jawabkan sesuai fakta yang ada [9]. Pengujian ini dilakukan dengan melihat nilai *corrected item total correlation* dengan rumus korelasi *product moment pearson*. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan r tabel.

Kuesioner dinyatakan valid jika r hitung lebih besar dari pada r tabel. Tabel 3 berikut adalah hasil pengolahan data untuk uji validitas dengan responden 35 orang maka pada r tabel level signifikan 5% adalah 0,2826. Dengan melihat signifikansi jika nilai $< 0,05$ dinyatakan valid.

Tabel 2: Hasil Deskriptif Statistik Berdasarkan Indikator Pertanyaan

Variabel	Presentase	Deskripsi
X1.1	82%	Sangat Setuju
X1.2	82%	Sangat Setuju
X1.3	74%	Setuju
X1.4	86%	Sangat Setuju
X1.5	72%	Setuju
X1.6	84%	Sangat Setuju
X1.7	74%	Setuju
X1.8	80%	Sangat Setuju
X2.1	80%	Sangat Setuju
X2.2	82%	Sangat Setuju
X2.3	81%	Sangat Setuju
X2.4	81%	Sangat Setuju
X2.5	84%	Sangat Setuju
X2.6	76%	Setuju
X2.7	82%	Sangat Setuju
X3.1	82%	Sangat Setuju
X3.2	84%	Sangat Setuju
X3.3	82%	Sangat Setuju
X3.4	72%	Setuju
X3.5	64%	Setuju
X3.6	76%	Setuju
X3.7	79%	Setuju
Y1	88%	Sangat Setuju
Y2	80%	Sangat Setuju
Y3	76%	Setuju

Tabel 3: Hasil Uji Validitas Kuesioner Responden pada Website Astranet

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Kegunaan (Usability) X1	X1.1	0,720	0,2826	Valid
	X1.2	0,841	0,2826	Valid
	X1.3	0,718	0,2826	Valid
	X1.4	0,758	0,2826	Valid
	X1.5	0,884	0,2826	Valid
	X1.6	0,703	0,2826	Valid
	X1.7	0,823	0,2826	Valid
	X1.8	0,781	0,2826	Valid
Kualitas Informasi (Information Quality) X2	X2.1	0,975	0,2826	Valid
	X2.2	0,934	0,2826	Valid
	X2.3	0,851	0,2826	Valid
	X2.4	0,866	0,2826	Valid
	X2.5	0,687	0,2826	Valid
	X2.6	0,816	0,2826	Valid
	X2.7	0,787	0,2826	Valid
Kualitas Interaksi Layanan (Service Interaction Quality) X3	X3.1	0,849	0,2826	Valid
	X3.2	0,797	0,2826	Valid
	X3.3	0,904	0,2826	Valid
	X3.4	0,894	0,2826	Valid
	X3.5	0,910	0,2826	Valid
	X3.6	0,865	0,2826	Valid
	X3.7	0,777	0,2826	Valid
Kepuasan Pengguna (User Satisfaction) Y	Y1	0,829	0,2826	Valid
	Y2	0,869	0,2826	Valid
	Y3	0,810	0,2826	Valid

Uji realibilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui alat ukur dapat diandalkan atau dipercaya. Suharsimi Arikunto [10]

menyatakan instrumen dapat diandalkan jika memberikan hasil yang tepat walau oleh siapa dan kapan saja. Suatu kuesioner dapat dipercaya jika jawaban responden terhadap setiap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dengan memiliki alpha lebih besar dari 0,6 ($\alpha > 0,6$).

Tabel 4: Hasil Uji Realibilitas Kuesioner Website Astranet

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Kegunaan X1	0,783	Reliabel
Kualitas Informasi X2	0,799	Reliabel
Kualitas Interaksi Layanan X3	0,801	Reliabel
Kepuasan Pengguna Y	0,836	Reliabel

Hasil yang diperoleh berdasarkan Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai semua variabel Cronbach's Alpha pada website Astranet lebih besar dari 0,6 ($\alpha > 0,6$), maka semua variabel dikatakan reliabel atau dapat dipercaya. Uji asumsi klasik dilakukan dengan tujuan bahwa penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda, hal ini merupakan prasyarat sebelum masuk ke dalam proses permodelan regresi linier berganda, sehingga memerlukan uji asumsi klasik yang didalamnya terdapat tiga pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

Tujuan dilakukan uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk menguji normalitas data, salah satunya adalah Metode Kolmogorov-Smirnov. Metode ini memiliki prinsip kerja membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoritik dengan frekuensi kumulatif distribusi empiris. Kaidah pengujiannya adalah sebagai berikut [11]: Data berdistribusi normal jika nilai probabilitasnya (sig.) $> 0,05$ dan data berdistribusi tidak normal jika nilai dari probabilitasnya (sig.) $< 0,05$.

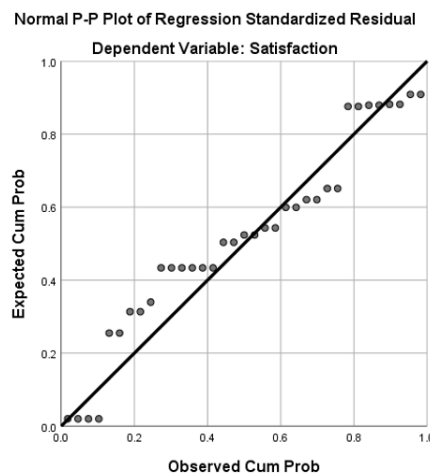
Pada penelitian ini pengolahan uji normalitas menggunakan metode grafik yang bisa dilihat penyebaran datanya pada garis diagonal yang ada di grafik P-Plot of *Regression Standardized Residual*.

Untuk menguji apakah data-data yang di olah memenuhi asumsi uji normalitas dimana:

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Pada Gambar 1 dijabarkan bahwa disekitar garis diagonal data menyebar mengikuti arah garis tersebut. P-P plot menunjukkan hasil letak titik-titik yang berada berdekatan atau tidak jauh dari garis diagonal. Meskipun penyebaran data sedikit keluar

garis dan kemudian mengikuti garis diagonalnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independent dan dependen yang memiliki distribusi normal.



Gambar 1: Diagram P-Plot Uji Normalitas

Multikolinearitas memiliki arti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Ada atau tidaknya multikolinearitas dapat diketahui atau dilihat dari koefisien korelasi masing-masing variabel bebas. Jika koefisien korelasi di antara masing-masing variabel bebas kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas.

Terjadi multikolinieritas atau tidak, dapat dilihat pada nilai toleransi dan VIF. Jika nilai toleransi lebih besar dari 0,1 sedangkan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi gejala multikolinieritas. Dapat dilihat pada Tabel 5 dipaparkan hasil uji multikolinieritas.

Tabel 5: Hasil Uji Multikolinieritas

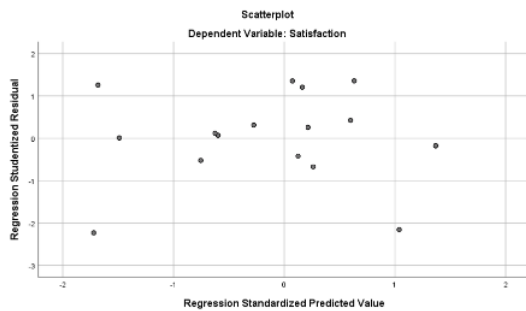
Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.		Tolerance	VIF
1							
(Constant)	3.177		1.218	2.609	.014		
Usability	.395	.367	.931	.3567	.000	.293	3.408
Information Quality	-.489	-.387	-1.852	.0681	.000	.214	4.665
Service Interaction Quality	.297	.364	.717	.4781	.000	.303	3.303

a. Dependent Variable: Satisfaction

Pada Tabel 5 dijabarkan hasil uji multikolinieritas yang memiliki tiga variabel yaitu *Usability* dengan nilai VIF 3,408, *Information Quality* dengan nilai 4,665 dan *Service Interaction Quality* dengan nilai VIF 3,303. Hal ini dapat disimpulkan bahwa dari ketiga variabel tersebut memiliki nilai VIF lebih dari 0,1 dan nilai VIF yang lebih kecil dari 10, yang artinya dari keseluruhan nilai tersebut disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas artinya tidak ada korelasi antara masing-masing variabel independent pada model regresi ini.

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heteroskedastisitas antara variabel dependen dengan variabel independen. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan salah satu

unya dengan menggunakan Scatter Plot. Hasil uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dipaparkan pada Gambar 2.



Gambar 2: Diagram Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 2 dapat diketahui pola *scatterplot* tidak membentuk sebuah pola atau sudah menyebar secara acak sehingga dapat disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas. Titik menyebar di antara angka 0 pada sumbu Y. Dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada data yang digunakan, sehingga data lolos uji asumsi klasik dan layak digunakan untuk analisis regresi linier.

Selain diagram scatter plot, dapat juga menguji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji glejser, hal ini untuk memastikan kembali dengan angka bahwa data yang digunakan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Dapat dilihat pada Tabel 6 untuk uji glejser.

Tabel 6: Hasil Uji Glejser

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,517	,750	3,355	,002
	Usability	,035	,041	,255	,859
	Information Quality	-,097	,054	-,626	,531
	Service Interaction Quality	-,002	,039	-,015	,959

a. Dependent Variable: Abs_Res

Dalam menguji terjadi heteroskedastisitas atau tidak, dapat juga menggunakan uji glejser. Pada uji heteroskedastisitas dengan uji Glejser ini, apabila nilai Sig. (signifikansi) dari seluruh variabel penjelas tidak ada yang signifikan secara statistik ($p > 0,05$), maka dapat dikatakan model persamaan regresi tidak mengalami heteroskedastisitas.

Pada Tabel 6 dapat dilihat bahwa dari ketiga variabel *Usability* bernilai Sig. 0,397, *Information Quality* bernilai Sig. 0,081 dan *Service Interaction Quality* bernilai Sig. 0,959. Hal ini menunjukkan bahwa dari variabel independen tidak ada satupun yang signifikan mempengaruhi variabel dependen nilai absolut residual. Hal itu dapat dilihat dari nilai signifikansi masing-masing variabel dependen yang lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada data ini.

Pada penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda. Model regresi linier berganda disebut model yang baik jika model tersebut memenuhi normalitas data dan terbebas dari asumsi klasik yang meliputi multikolinieritas dan heteroskedastisitas [13]. Regresi linier berganda sendiri menjelaskan tentang hubungan antar variabel, seperti variabel terikat dan variabel bebas. Pengolahan data ini dibantu dengan pemerogram SPSS, yang dilihat dari hasil bagian coefficient sehingga didapatkan nilai koefisiensi regresi pada Tabel 7.

Tabel 7: Hasil Coefficient

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,177	1,218	2,609	,014
	Usability	,399	,067	,931	,597
	Information Quality	-,409	,087	-,852	,400
	Service Interaction Quality	,297	,064	,717	,481

a. Dependent Variable: Satisfaction

Dari Tabel 7 didapatkan persamaan regresi linier berganda sesuai dengan rumus sebagai berikut

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 3,177 + 0,399X_1 - 0,409X_2 + 0,297X_3 + e$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai (α) koefisien konstanta pada regresi sebesar positif 3.177. Koefisien konstanta menjelaskan bahwa jika variabel *Usability* (X_1), *Information Quality* (X_2), dan *Service Interaction Quality* (X_3) tidak mengalami kenaikan atau penurunan, maka *User Satisfaction* (Y) sebesar nilai konstanta dengan nilai 3.177.
- Nilai koefisien regresi (β_1) *Usability* (X_1) sebesar positif 0,399. Jika koefisien regresi *Usability* (X_1) mengalami kenaikan dan *Information Quality* (X_2), serta *Service Interaction Quality* (X_3) diasumsikan tetap. Maka nilai koefisien regresi *Usability* (X_1) akan meningkat sebesar 0,399.
- Nilai koefisien regresi (β_2) *Information Quality* (X_2) mengalami penurunan dan *Usability* (X_1) serta *Service Interaction Quality* (X_3) diasumsikan tetap. Maka, nilai koefisien regresi *Information Quality* (X_2) akan menurun sebesar 0,409.
- Nilai koefisien regresi (β_3) *Service Interaction Quality* (X_3) sebesar positif 0,297. Jika koefisien regresi *Service Interaction Quality* (X_3) mengalami kenaikan dan *Usability* (X_1) serta *Information Quality* (X_2) diasumsikan tetap. Maka, nilai koefisien regresi *Service Interaction Quality* (X_3) akan meningkat sebesar 0,297.

Untuk mengetahui apakah berpengaruh tidaknya variabel independen terhadap dependen secara individual maka dilakukan uji T. Uji T dapat dilihat dari nilai signifikansi, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sedangkan jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hipotesis yang akan di uji T:

Ha1: Variabel kualitas kegunaan (*usability*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (*user Satisfaction*).

Ha2: Variabel kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (*user Satisfaction*).

Ha3: Variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (*user Satisfaction*).

Tabel 8: Hasil Uji T

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.177	1.218		.014
	Usability	.399	.067	.931	.000
	Information Quality	-.409	.087	-.852	.000
	Service Interaction Quality	.297	.064	.717	.000

a. Dependent Variable: Satisfaction

Berdasarkan hasil Tabel 8 dapat diketahui hasil uji T pada penelitian ini, akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Kegunaan (*Usability*)

Hasil hipotesis sebagai berikut:

H0: Variabel kualitas kegunaan (*usability*) tidak berpengaruh pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

H1: Variabel kualitas kegunaan (*usability*) berpengaruh pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Pada Tabel 8, variabel kualitas kegunaan (*usability*) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sesuai perbandingan tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, yang artinya variabel kualitas kegunaan (*usability*) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

2. Variabel Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Hasil hipotesis sebagai berikut:

H0: Variabel kualitas informasi (*information quality*) tidak berpengaruh pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

H2: Variabel kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Pada Tabel 8, variabel kualitas informasi (*information quality*) memiliki nilai signifikansi 0,000. Dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sesuai perbandingan tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang artinya kualitas informasi (*information quality*) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

3. Variabel Kualitas Interaksi Layanan (*Service Interaction Quality*)

Hasil hipotesis sebagai berikut:

H0: Variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) tidak berpengaruh pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

H3: Variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) berpengaruh pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Pada Tabel 8 variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sesuai perbandingan tersebut disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Untuk melakukan uji koefisien regresi secara simultan (Uji F) maka perlu melakukan uji Anova. Uji Anova sendiri dapat dilakukan dengan cara melihat signifikansi, jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka H_0 ditolak sedangkan H_a diterima. Sebaliknya, jika signifikansi $> 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hipotesis yang akan diuji untuk uji F sebagai berikut:

H0: Variabel kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) tidak berpengaruh secara keseluruhan pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

H4: Variabel kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) secara keseluruhan berpengaruh pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Tabel 9: Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	160.841	3	53.614	36.664
	Residual	45.331	31	1.462	
	Total	206.171	34		

a. Dependent Variable: Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Service Interaction Quality, Usability, Information Quality

Dapat dilihat pada Tabel 9, nilai signifikansi adalah 0,000. Hal ini dapat diperoleh pernyataan bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, dari perbandingan ini maka hasil yang dipaparkan adalah H_0 ditolak dan H_4 diterima. Artinya, variabel kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) secara keseluruhan berpengaruh pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Tabel 10: Kesimpulan Hipotesis

Hipotesis	Keterangan	Nilai P	Keputusan
H1	Variabel kualitas kegunaan (<i>usability</i>) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (<i>user satisfaction</i>).	0,000	Diterima
H2	Variabel kualitas informasi (<i>information quality</i>) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (<i>user satisfaction</i>).	0,000	Diterima
H3	Variabel kualitas interaksi layanan (<i>service interaction quality</i>) memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (<i>user satisfaction</i>).	0,000	Diterima
H4	Variabel kualitas kegunaan (<i>usability</i>), kualitas informasi (<i>information quality</i>), dan kualitas interaksi layanan (<i>service interaction quality</i>) berpengaruh secara keseluruhan pada kepuasan pengguna (<i>user satisfaction</i>).	0,000	Diterima

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil pengumpulan data dan pengolahan data menunjukkan bahwa dari keseluruhan variabel kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) mendapatkan mayoritas responden yang menyatakan "Setuju" dan "Sangat Setuju". Pada statistik deskripsi jika dirata-rata maka jawaban respon akan menghasilkan 79% "Setuju" pada keseluruhan poin pertanyaan variabel kualitas kegunaan (*usability*), 81% "Sangat Setuju" pada keseluruhan poin pernyataan variabel kualitas informasi (*information quality*), dan 77% "Setuju" pada kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*).

Pada pengujian validitas semua variabel dikatakan valid, karena keseluruhan nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel 0,2826 dengan signifikansi 5%. Sedangkan, pada pengujian reliabilitas keseluruhan variabel dikatakan reliabel atau baik karena hasil dari Cronbach's Alpha di atas 0,6. Pada pengujian asumsi klasik dengan tiga pengujian yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas,

dan uji heterokedastisitas dinyatakan bahwa pada keseluruhan variabel yang digunakan dalam penelitian dapat terdistribusi secara normal, tidak mengalami multikolinieritas artinya tidak ada korelasi antara masing-masing variabel independen pada model regresi ini, dan pada keseluruhan variabel tidak mengalami masalah heterokedastisitas. Kesimpulan hipotesis pada penelitian ini diperlihatkan pada Tabel 10 sebagai berikut.

Penutup

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan pada website Astranet, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini secara keseluruhan dapat menghasilkan respon positif sebesar 79% terhadap ketiga variabel yang di uji yaitu variabel kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Hal ini menunjukkan bahwa penilaian kualitas website berdasarkan variabel kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) memiliki kesan yang baik pada website Astranet.
2. Kualitas kegunaan (*usability*), kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*), dan kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Secara bersama-sama kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) berpengaruh secara keseluruhan pada kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Hal ini menyatakan bahwa pentingnya sinergi dari variabel antara lain kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) demi meningkatkan kepuasan pengguna.

Daftar Pustaka

- [1] R. Hidayat, "Cara Praktis Membangun Website Gratis : Pengertian Website", Penerbit PT. Elex Media Komputindo Kompas, Gramedia, Jakarta, 2010.
- [2] Abdullah & Rohi, "Web Programing is Easy", Elek Media Komputindo, Jakarta, 2015.
- [3] Bkti Humaira Bintu, "Mahir membuat Website dengan Adobe Dreamweaver CS6, CSS dan JQuery", ANDI, Yogyakarta, 2015.

- [4] F. Furkonudin, E. Suryadi dan D. Darmanto, "Evaluasi Kualitas Layanan Website E-Commerce Blibli. Com Menggunakan Metode WebQual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online". *Semnasteknomedia Online*, 4(1), 2016.
- [5] K. Hyejong & L.S. Niehm, "The impact of website quality on information quality, value, and loyalty intentions in apparel retailing", *Journal of interactive marketing*, vol.3, issue. 3, pp:221-233, 2009.
- [6] P. Kotler and K.L. Keller, "Marketing Management", 15th edition, Pearson Education, London, 2016.
- [7] I. Mohammad, "Pengaruh Faktor Kualitas Situs Pada e-Satisfaction: Study e-Loyalty Pelanggan Situs Berita detik.com", Universitas Gajah Mada, Yogyakarta. 2015.
- [8] Sugiyono, "Metode Penelitian Manajemen", Alfabeta, Bandung, 2014.
- [9] D.A. Dewi, "Uji Validitas dan Realibilitas", Universitas Diponegoro, Semarang, 2018.
- [10] A. Suharsimi, "Prodesur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)", Rineka Cipta, Jakarta, 2010.
- [11] Syofian & Siregar, "Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17", Bumi aksara. Ed. 1, Cet. 2. Hlm. 153, Jakarta, 2014.
- [12] L. Bhilawa, "Analisis Penerimaan *Mobile Banking* (M-Banking) dengan Pengalaman (*Experience*) Sebagai Variabel Eksternal dengan Menggunakan Pendekatan *Technology Acceptance Model* (TAM)", Fakultas Ekonomi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2010.
- [13] Widisya, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Loyalitas Pelanggan Restoran de'Leuit Bogor", UT - Management, UT - Faculty of Economics and Management, IPB, 2011.