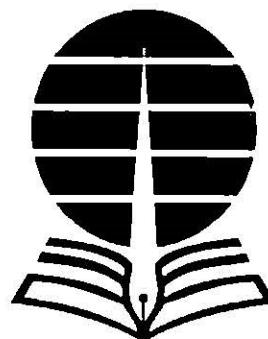


TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)

KUALITAS PELAYANAN WEBSITE

**BADAN PUSAT STATISTIK PROVINSI BANTEN MENURUT
PENGUNJUNG PELAYANAN STATISTIK TERPADU (PST)**



**TAPM diajukan sebagai salah satu
syarat untuk memperoleh gelar
Magister Administrasi Publik**

Disusun Oleh:

ROATUL MAKHFUD

NIM : 500581054

PROGRAM PASCASARJANA

UNIVERSITAS TERBUKA

JAKARTA

2017

ABSTRACT**QUALITY SERVICE OF WEBSITE OF BPS-STATISTICS OF BANTEN PROVINCE BY VISITOR OF INTEGRATED STATISTICS SERVICES**

Roatul Makhfud
mroatul@gmail.com

Graduate Studies Program
Indonesia Open University

Website of BPS-Statistics of Banten Province is a web-based information service developed to meet the needs of BPS data users. A quality website will make public services owned by BPS-Statistics of Banten Province in terms of disseminating data of statistical activities to be more optimal. The purpose of this research is to know the difference between the actual perception and the ideal expectation of website visitors to the quality of website service of BPS-Statistics of Banten Province as measured by quality dimension of Webqual 4.0 that is: 1) Usability, 2) Information Quality and 3) Service Interaction Quality. Data were collected by using questionnaires with the technique of Convenience Sampling and obtained sample of 39 respondents. Furthermore, the collected data were analyzed by Differential Analysis (t-different test) and Importance Performance Analysis (IPA). The results showed that there is a difference between the actual perception and the ideal expectation of website visitors in two dimensions of website quality is the dimension of information quality and service interaction quality, where the value of perception is smaller than the expectation of website visitor. Meanwhile, the usability quality dimension depicts no significant gap between actual perception and ideal expectations of website visitors. This indicates that the service of website BPS-Statistics of Banten Province is quite successful on usability dimension. Cartesian diagram results indicate that the website indicator provides relevant information, the website provides information that is easy to understand, the website presents the information in the appropriate format, and feel safe to conduct transactions is an indicator that should be the top priority in the improvement by the website management of BPS-Statistics of Banten Province.

Keywords - Quality of Website Services, Perceptions, Expectations, Webqual, Difference Analysis and Importance Performance Analysis (IPA).

ABSTRAK

KUALITAS PELAYANAN WEBSITE BADAN PUSAT STATISTIK PROVINSI BANTEN MENURUT PENGUNJUNG PELAYANAN STATISTIK TERPADU (PST)

Roatul Makhfud
mroatul@gmail.com

Program Pasca Sarjana
Universitas Terbuka

Website Badan Pusat Statistik Provinsi Banten (www.banten.bps.go.id) adalah layanan informasi berbasis web yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pengguna data BPS. *Website* yang berkualitas akan membuat pelayanan publik yang dimiliki BPS Provinsi Banten dalam hal penyebarluasan data hasil kegiatan statistik menjadi lebih optimal. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui perbedaan antara persepsi aktual dan harapan ideal pengunjung *website* terhadap kualitas layanan *website* Badan Pusat Statistik Provinsi Banten yang diukur dengan dimensi kualitas *Webqual* 4.0 yaitu: 1) Kegunaan, 2) Kualitas Informasi dan 3) Kualitas Interaksi Layanan. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner dengan teknik *Convinience Sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 39 responden. Selanjutnya, data yang terkumpul dianalisis dengan teknik Analysis Perbedaan (*t-different test*) dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan antara persepsi aktual dan harapan ideal pengunjung *website* dalam dua dimensi kualitas *website* yaitu dimensi kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan, dimana nilai persepsi lebih kecil dari pada harapan pengunjung *website*. Sementara itu, dimensi kualitas kegunaan menggambarkan tidak ada perbedaan (gap) yang signifikan antara persepsi aktual dan harapan ideal pengunjung *website*. Hal ini mengindikasikan bahwa pelayanan *website* BPS Provinsi Banten cukup berhasil pada dimensi kegunaan. Hasil diagram kartesius menunjukkan bahwa indikator *website* menyediakan informasi yang relevan, *website* menyediakan informasi yang mudah untuk dipahami, *website* menyajikan informasi dalam format yang sesuai, dan merasa aman untuk melakukan transaksi merupakan indikator yang harus menjadi prioritas utama dalam perbaikan oleh pengelola *website* BPS Provinsi Banten.

Kata Kunci – Kualitas Pelayanan *Website*, Perspektif, Harapan, *Webqual*, Analisis Perbedaan dan *Importance Performance Analysis (IPA)*.

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul Kualitas *Website* Badan Pusat Statistik Provinsi Banten Menurut Pengunjung Pelayanan Statistik Terpadu (PST) adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Serang, Agustus 2017

Yang Menyatakan



(Roatul Makhfud)

NIM. 500581054

UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK

PENGESAHAN

Nama : Roatul Makhfud

Nim : 500581054

Program Studi : Magister Administrasi Publik

Judul TAPM : Kualitas Pelayanan Website Badan Pusat Statistik Provinsi Banten
Menurut Pengunjung Pelayanan Statistik Terpadu (PST)

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Tugas Akhir Program Magister (TAPM) Program Studi Administrasi Publik Program Pascasarjana Universitas Terbuka pada :

Hari/Tanggal : Rabu/11 Oktober 2017

Waktu : 09.30 – 11.00 WIB

Dan telah dinyatakan LULUS

PANITIA PENGUJI TAPM

Ketua Komisi Penguji
Dr. Darmanto, M.Ed

Penguji Ahli
Prof. Dr. Irfan Ridwan Maksum, M.Si

Pembimbing I
Riswanda, Ph.D

Pembimbing II
Dr. Anggraeni, M.Si

(.....)

15/10/17
(.....)

(.....)

(.....)

PERSETUJUAN TAPM

Judul TAPM : Kualitas Pelayanan Website Badan Pusat Statistik Provinsi
 Banten Menurut Pengunjung Pelayanan Statistik Terpadu
 (PST)
 Penyusun TAPM : Roatul Makhfud
 NIM : 500581054
 Program Studi : Magister Administrasi Publik
 Hari/Tanggal : Rabu / 11 Oktober 2017

Menyetujui :

Pembimbing I

Riswanda, Ph.D
NIP. 19810412 200812 1 001

Pembimbing II

Dr. Anggraeni, M.Si
NIP. 19601122 198703 2 001

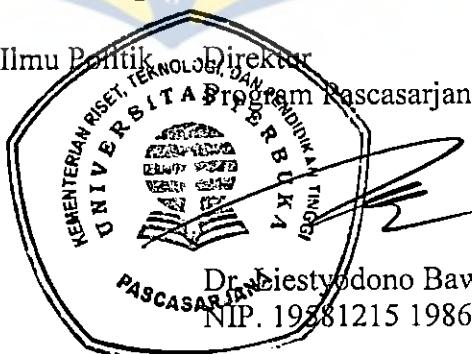
Pengaji Ahli,

Prof. Dr. Irfan Ridwan Maksum, M.Si

Mengetahui,

Ketua Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Pascasarjana

Dr. Darmanto, M.Ed
NIP. 19591027 198603 1 003



Dr. Eustiyodono Bawono Irianto, M.Si
NIP. 19881215 198601 1 009

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah Ta'ala, karena hanya ridlo-Nya, saya dapat menyelesaikan penulisan TAPM (Tesis) ini. Penulisan TAPM ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Administrasi Publik Program Pascasarjana Universitas Terbuka. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan berbagai pihak, dari mulai perkuliahan sampai pada penulisan TAPM ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan TAPM ini. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tulus kepada :

1. Prof.Ir. Tian Belawati, M.Ed,Ph.D selaku Rektor Universitas Terbuka;
2. Bapak Dr. Liestyodono Bawono Irianto, M.Si selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka;
3. Bapak Dr. Darmanto, M.Ed selaku Ketua Bidang Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Magister Administrasi Publik Universitas Terbuka;
4. Ibu Dra. Hartinawati, M.Pd selaku Kepala UPBJJ-UT Serang;
5. Bapak Riswanda, PhD selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Dr. Anggraeni, M.Si. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan banyak masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan TAPM ini;
6. Orang tua dan mertuaku, adikku, istriku tercinta Rusnanti, dan anak-anakku Danish Arkan Azzahidi Manan dan Daniyal Shakeil Khafizan;

7. Seluruh rekan-rekan mahasiswa di Program Studi Magister Admininstrasi Publik Pascasarjana Universitas Terbuka UPBJJ-UT Serang.

Akhir kata, kiranya hanya Allah Ta'ala yang membalas segala kebaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis. Semoga TAPM ini dapat bermanfaat kepada seluruh pembaca dan bagi pengembangan ilmu pengetahuan.

Serang, Agustus 2017

Penulis



DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
<i>ABSTRACT</i>	iii
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Masalah Penelitian	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Kajian Teori	10
B. Tinjauan Penelitian Terkait	29
C. Kerangka Pemikiran	31
D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
E. Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Desain Penelitian	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	37
C. Populasi dan Sampel	37
D. Teknik Pengumpulan Data	38
E. Metode Analisis Data	39
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	44
A. Alur Olah Data	44
B. Karakteristik Responden	45
C. Uji Validitas	51
D. Uji Reliabilitas	53
E. Gambaran Jawaban Responden Menurut Dimensi	54
F. Analisis Perbedaan	65
G. Importance Performance Analisys (IPA)	66
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan	76
B. Saran	77
 DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Tampilan Beranda <i>Website</i> BPS Provinsi Banten	3
Gambar 2.1. QFD dan Perkembangan <i>Website</i>	24
Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1. Pembagian Kuadran IPA	42
Gambar 4.1. Alur Olah Data Penelitian	44
Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur	48
Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	49
Gambar 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Gambar 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata Perbulan	51
Gambar 4.7. Hasil Pencarian <i>Website</i> BPS Provinsi Banten Pada Situs google.com	57
Gambar 4.8. Tampilan Infografis <i>Website</i> BPS Provinsi Banten	61
Gambar 4.9. Tampilan Footer <i>Website</i> BPS Provinsi Banten	65
Gambar 4.10. Diagram Kartesius Dimensi Kegunaan	71

Gambar 4.11. Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Informasi 72

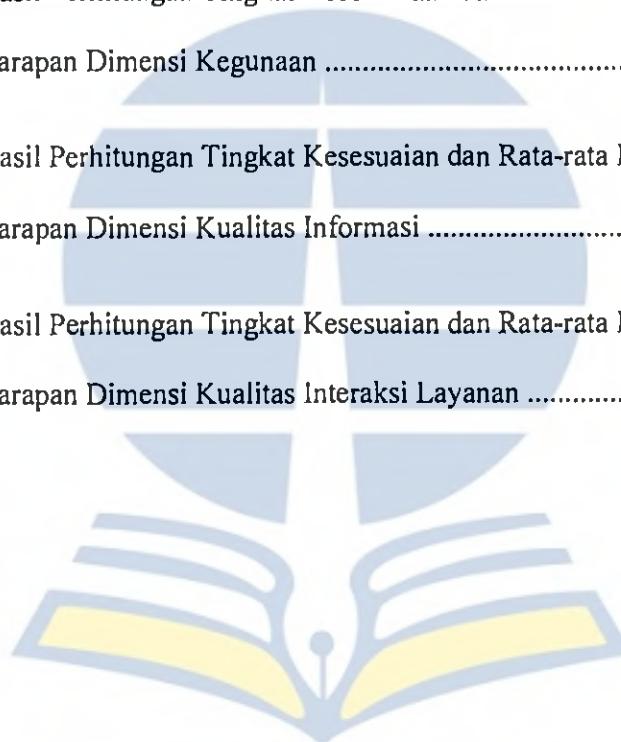
Gambar 4.12. Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Interaksi Layanan 72



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung <i>Website</i> BPS Provinsi Banten	4
Tabel 1.2. Jumlah Pengunjung PST BPS Provinsi Banten	6
Tabel 2.1. Operasionalisasi Dimensi Kualitas Layanan <i>Website</i>	33
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Pengunjung <i>Website</i>	46
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Instrumen Pada Aspek Persepsi Responden	52
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Instrumen Pada Aspek Tingkat Kepentingan	53
Tabel 4.4. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Persepsi Terhadap Dimensi Kegunaan (<i>Usability</i>)	55
Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Tingkat Kepentingan per Atribut Terhadap Dimensi Kegunaan (<i>Usability</i>)	56
Tabel 4.6. Hasil Percobaan Pencarian Alamat <i>Website</i> BPS Provinsi Banten Dengan Situs Pencari google.com	58
Tabel 4.7. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Persepsi Terhadap Dimensi Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	59
Tabel 4.8. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Tingkat Kepentingan per Atribut Terhadap Dimensi Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	60

Tabel 4.9. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Persepsi Terhadap Dimensi Kualitas Interaksi Layanan (<i>Service Interaction Quality</i>)	63
Tabel 4.10. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Tingkat Kepentingan per Atribut Terhadap Dimensi Kualitas Interaksi Layanan (<i>Service Interaction Quality</i>)	64
Tabel 4.11. Hasil Uji Hipotesis	66
Tabel 4.12. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian dan Rata-rata Persepsi dan Harapan Dimensi Kegunaan	67
Tabel 4.13. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian dan Rata-rata Persepsi dan Harapan Dimensi Kualitas Informasi	68
Tabel 4.14. Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian dan Rata-rata Persepsi dan Harapan Dimensi Kualitas Interaksi Layanan	69



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner	83
2. Tabulasi Data Persepsi	87
3. Tabulasi Data Tingkat Kepentingan	88
4. Validitas Persepsi	89
5. Validitas Tingkat Kepentingan	90
6. Reliabilitas Persepsi	91
7. Reliabilitas Tingkat Kepentingan	91
8. Uji Beda t Dimensi Kegunaan	91
9. Uji Beda t Dimensi Kualitas Informasi	91
10. Uji Beda t Dimensi Kualitas Interaksi Layanan	91

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dua dekade terakhir, perkembangan kemajuan teknologi informasi berkembang sangat pesat, hal itu telah memicu peningkatan kebutuhan akan data dan informasi baik secara individu, organisasi atau lembaga maupun kelompok. Informasi yang berkualitas atau bernilai tinggi hanya bisa dihasilkan dari sebuah sistem informasi yang juga berkualitas. Sekecil apapun suatu sistem pada akhirnya pasti akan berhubungan dengan data dan informasi. Munculnya sistem komputer sebagai aplikasi kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi tentunya sangat membantu dalam pemecahan berbagai masalah terutama dalam hal pengelolaan data agar diperoleh informasi yang cepat, akurat serta relevan dengan keadaan yang sebenarnya. Salah satu penerapan aplikasinya adalah melalui *website*. Saat ini *website* telah banyak digunakan oleh banyak pihak sebagai media atau sarana dalam melakukan berbagai aktivitas pengelolaan data untuk menghasilkan informasi secara menyeluruh, yang nantinya dapat dilihat dan digunakan oleh semua pihak yang berkepentingan.

Badan Pusat Statistik (BPS) adalah Lembaga Pemerintah Non Kementerian yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden. Dalam melaksanakan tugasnya di daerah, secara hierarki BPS mempunyai struktur organisasi sampai dengan tingkat kabupaten/kota. Oleh karena itu, kerjasama yang solid dibutuhkan antara BPS RI, BPS Provinsi, dan BPS Kabupaten/Kota dalam rangka mencapai visi dan

misi yang telah ditetapkan. Artinya, setiap kantor BPS di daerah baik BPS Provinsi maupun BPS Kabupaten/Kota mempunyai tanggung jawab yang harus dilaksanakan sesuai dengan tugas dan fungsinya masing-masing.

Visi Badan Pusat Statistik (BPS) yaitu sebagai “Pelopor Data Statistik Terpercaya untuk Semua”. Untuk dapat mewujudkan visi ini, BPS telah merumuskan 3 pernyataan misi, yakni: (1) menyediakan data statistik berkualitas melalui kegiatan statistik yang terintegrasi, berstandar nasional dan internasional; (2) memperkuat Sistem Statistik Nasional yang berkesinambungan melalui pembinaan dan koordinasi di bidang statistik; dan (3) membangun insan statistik yang profesional, berintegritas dan amanah untuk kemajuan perstatistikian. Melalui pernyataan visi dan misi tersebut, BPS memiliki aspirasi untuk mencapai sejumlah tujuan strategis di tahun 2019 yang salah satunya adalah “Peningkatan Pelayanan Prima Hasil Kegiatan Statistik” yang membawa seluruh jajaran BPS untuk bersama-sama mewujudkan cita-cita tersebut dalam suatu kerangka yang implementatif. Salah satu langkah kongkret untuk mencapai tujuan tersebut adalah dengan melakukan penyebarluasan informasi dan data statistik kepada masyarakat secara efektif dan efisien.

Sebagai kepanjangan tangan BPS di daerah, saat ini semua BPS Provinsi dan BPS Kabupaten/Kota telah mempunyai situs *website* sebagai media penyebarluasan data dan informasi, salah satunya adalah BPS Provinsi Banten yang mempunyai *website* dengan alamat : www.banten.bps.go.id. *Website* BPS Provinsi Banten menyediakan berbagai informasi dan data statistik khususnya yang terkait dengan wilayah Provinsi Banten. Data statistik yang ditampilkan merupakan data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang

dihasilkan dari kegiatan statistik yang dilakukan oleh BPS (sensus dan survei), sedangkan data sekunder dihasilkan dari lembaga/institusi lain baik pemerintah maupun swasta.

Berdasarkan informasi yang diperoleh dari Staf Pengelola *Website* BPS Provinsi Banten, Canggih Hostika Fajarwati, saat ini tampilan *website* BPS Provinsi Banten mengikuti *template* yang telah ditentukan oleh BPS Republik Indonesia sehingga tampilannya sama dengan BPS provinsi lain di Indonesia. Namun demikian, informasi dan data statistik yang ada di dalamnya bisa berbeda-beda sesuai dengan ketersediaan informasi dan data statistik di wilayah masing-masing. Sampai dengan saat ini, *website* BPS Provinsi Banten telah beberapa kali mengalami perubahan tampilan, dengan perubahan besar-besaran terakhir dilakukan pada tahun 2015. Sejak saat itu, perubahan tampilan hanya dilakukan dalam skala kecil. Adapun tampilan halaman utama *website* BPS Provinsi Banten dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut :



Gambar 1.1. Tampilan Beranda *Website* BPS Provinsi Banten

Sumber : BPS Provinsi Banten (2017)

Pada saat pertama membuka halaman *website* BPS Provinsi Banten, pengunjung akan menerima tampilan berupa beranda/ halaman utama *website* BPS Provinsi Banten seperti gambar di atas pada layar komputer. Warna pada beranda *website* BPS Provinsi Banten didominasi oleh warna biru, orange dan hijau, dimana warna-warna tersebut merupakan warna-warna pokok pada logo BPS. Selain itu, terlihat pada beranda beberapa menu yang disajikan bertujuan untuk memudahkan pengunjung dalam mengakses dan mendapatkan data dalam *website* BPS Provinsi Banten.

Berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor BPS Provinsi Banten, jumlah pengunjung *website* BPS Provinsi Banten pada tahun dalam 3 (tiga) tahun terakhir mengalami peningkatan yang cukup signifikan dari tahun ke tahun (dengan *IP address* yang berbeda). Hal tersebut menunjukkan peingkatan minat masyarakat terhadap *website* BPS Provinsi Banten dalam pencarian data dan informasi.

Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung *Website* BPS Provinsi Banten

Bulan [1]	Tahun		
	2014 [2]	2015 [3]	2016 [4]
1. Januari	2.391	2.662	2.569
2. Februari	2.473	2.715	917
3. Maret	3.140	3.273	3.182
4. April	2.811	3.112	3.197
5. Mei	2.666	3.012	4.080
6. Juni	2.190	2.642	3.321
7. Juli	1.276	1.565	2.546
8. Agustus	1.568	1.409	3.206
9. September	2.375	2.057	3.720
10. Oktober	2.836	2.385	4.755
11. November	2.822	2.925	4.440
12. Desember	2.093	2.324	3.857
Jumlah	28.641	30.081	39.790

Sumber : BPS Provinsi Banten (2017)

Dari table 1.1, jumlah pengunjung *website* BPS Provinsi Banten pada tahun 2016 tercatat sebanyak 39.790 kunjungan. Data tersebut menunjukkan peningkatan sebanyak 9.709 kunjungan dibandingkan tahun 2015 yang tercatat sebanyak 30.081 kunjungan. Demikian pula jumlah kunjungan pada tahun 2015 juga mengalami peningkatan yaitu sebanyak 1.440 kunjungan, dari sebanyak 28.641 kunjungan pada tahun 2014 menjadi sebanyak 30.081 kunjungan pada tahun 2015.

Peningkatan sangat signifikan jumlah pengunjung *website* dapat menunjukkan performa yang cukup baik dalam pengelolaan *website* BPS Provinsi Banten. Hal tersebut berbanding terbalik dengan jumlah pengunjung/pengguna data yang datang langsung ke Kantor BPS Provinsi Banten melalui Pelayanan Statistik Terpadu (PST). Berdasarkan data jumlah pengunjung tahun 2014 sampai dengan tahun 2016, jumlah pengunjung PST BPS Provinsi Banten terus mengalami penurunan dari tahun ke tahun. Hal tersebut dapat menjadi salah satu indikasi bahwa masyarakat/pengguna data cenderung berpindah cara dalam memperoleh data BPS, dari yang semula melalui PST dengan datang langsung ke Kantor BPS Provinsi Banten menjadi melalui *website* BPS Provinsi Banten. Selain itu, perbedaan yang signifikan antara jumlah pengunjung *website* dengan jumlah pengunjung PST pada tahun yang sama menggambarkan bahwa penyebarluasan informasi dan data statistik melalui *website* jauh lebih efektif dan efisien dibandingkan melalui PST. Sebagai perbandingan, pada tahun 2016 jumlah pengunjung *website* BPS Provinsi Banten tercatat sebanyak 39.790 pengunjung, sedangkan jumlah pengunjung PST hanya

sebanyak 652 orang. Data jumlah kunjungan PST dari tahun 2014 sampai dengan tahun 2016 secara lengkap dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.2. Jumlah Pengunjung PST BPS Provinsi Banten

Bulan	Tahun		
	2014	2015	2016
[1]	[2]	[3]	[4]
1. Januari	76	48	53
2. Februari	101	42	68
3. Maret	146	127	56
4. April	87	117	78
5. Mei	69	71	72
6. Juni	98	57	35
7. Juli	52	45	23
8. Agustus	52	40	60
9. September	106	91	45
10. Oktober	84	108	67
11. November	83	141	50
12. Desember	96	96	45
Jumlah	1.050	983	652

Sumber : Laporan Pelayanan Statistik Terpadu BPS Provinsi Banten 2014 - 2016

Berdasarkan tabel di atas, diketahui pada tahun 2014 tercatat sebanyak 1.050 orang berkunjung ke PST BPS Provinsi Banten. Jumlah tersebut berkurang pada tahun 2015 yaitu sebanyak 983 orang pengunjung (turun 6,38%). Demikian juga pada tahun 2016, jumlah pengunjung mengalami penurunan bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 652 orang pengunjung (turun 33,67%).

Menjadi sebuah keniscayaan, bahwa kualitas *website* BPS Provinsi Banten akan mempengaruhi kredibilitas BPS Provinsi Banten di mata masyarakat. Menurut informasi yang diperoleh dari Staf Pengelola *Website* BPS Provinsi Banten, sering kali ada keluhan dari pengunjung *website* baik yang disampaikan langsung melalui PST maupun yang disampaikan melalui email. Keluhan yang

paling sering antara lain pengunjung merasa kesulitan dalam pencarian letak/lokasi data atau informasi yang diinginkan di dalam *website*, padahal data/informasi tersebut tersedia dalam *website*. Keluhan lain yang juga sering muncul adalah pengunjung merasa beberapa data yang ada dalam website kurang *up to date*, padahal pengunjung mengharapkan data yang paling mutakhir. Keluhan-keluhan pengunjung tersebut dan masalah lain terkait website yang belum terdeteksi akan menjadi bom waktu di kemudian hari apabila tidak dicari solusinya, mengingat apabila *website* menjadi sarana utama dalam penyebarluasan data statistik yang dihasilkan kepada masyarakat.

Kualitas *website* yang baik akan menjadikan pelayanan publik yang diselenggarakan BPS Provinsi Banten dalam hal penyebarluasan data hasil kegiatan statistik menjadi lebih optimal. Baik atau buruknya kualitas *website* dapat menjadi penentu penilaian masyarakat terhadap kualitas pelayanan publik yang diselenggarakan oleh BPS Provinsi Banten. Oleh karena itu, penting bagi pengelola *website* BPS Provinsi Banten untuk mengetahui kriteria apa saja yang harus dipertimbangkan dalam mendesain dan mengembangkan *website* untuk mempertahankan layanan yang sudah baik dan meningkatkan layanan *website* yang belum dirasa baik oleh masyarakat. Kriteria *website* berdasarkan desain yang efektif tersebut adalah *Site Desain*, *Site functionality*, *Customer Value* (Indrajit, 2002). Selain kriteria desain tersebut, suatu *website* yang baik juga memiliki kualitas sebagai media yang bermanfaat. Karena tentu saja, semakin berkualitas sebuah *website* maka akan semakin efektif dalam hal penyebarluasan informasi. Saat ini, pengukuran kualitas *website* telah banyak dilakukan oleh pihak

manajemen pengelola *website*, salah satu metode yang paling populer adalah metode *webqual*.

Metode *webqual* merupakan teknik pengukuran untuk menentukan kualitas *website*. Metode ini terdiri atas 3 dimensi dalam menentukan kualitas *website* yaitu Dimensi Kegunaan (*Usability*), Dimensi Kualitas Informasi (*Information Quality*) dan Dimensi Kualitas Interaksi Layanan (*Service Interaction Quality*). Sehingga dengan pengukuran 3 dimensi tersebut dapat memberikan informasi yang akurat dan memberikan penilaian terhadap kualitas *website* BPS Provinsi Banten. *Webqual* pada dasarnya mengukur mutu sebuah *website* berdasarkan persepsi dan harapan dari pengguna atau pengunjung *website*. Jadi pengukurannya menggunakan instrumen penelitian atau kuesioner.

B. Masalah Penelitian

Dari latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: seberapa besar perbedaan (*gap*) antara persepsi aktual dan harapan ideal pengunjung *website* terhadap kualitas pelayanan *website* BPS Provinsi Banten menurut pengunjung Pelayanan Statistik Terpadu (PST)?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar perbedaan (*gap*) antara persepsi aktual dan harapan ideal pengunjung *website* terhadap kualitas pelayanan *website* BPS Provinsi Banten menurut pengunjung Pelayanan Statistik Terpadu (PST) diukur dengan menggunakan metode *webqual 4.0* dan dianalisis dengan analisis perbedaan (*paired sample t-test*) dan *important performance analysis (IPA)*.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan atau masukan kepada pengelola *website* tentang tindakan apa yang harus dilakukan demi keberhasilan implementasi pelayanan *website* BPS Provinsi Banten dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanan *website* di masa yang akan datang.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian pelayanan publik di masa mendatang, khususnya terkait kualitas pelayanan *website/online*.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. *Website*

Dewasa ini setiap orang dapat mempublikasikan sebuah *website*, baik milik perorangan, maupun milik organisasi/lembaga. Menurut Huizingh (2000), sebuah *website* dapat mendukung fungsi penjualan dengan menyediakan informasi produk, seperti harga, spesifikasi, cara pengiriman, dan deskripsinya. Definisi *website* sendiri menurutnya adalah sebuah situs yang menyediakan penggunanya dengan informasi online dan pelayanan-pelayanan yang berkaitan dengan informasi, seperti fungsi pencarian, fitur untuk membangun komunitas, penawaran komersial, aplikasi-aplikasi produktivitas pribadi, serta kanal komunikasi dengan pemilik situs dan sesama pengguna.

Menurut Gregorius (2000), *website* adalah kumpulan halaman web yang saling terhubung dan file-filenya saling terkait. Web terdiri dari *page* atau halaman, dan kumpulan halaman yang dinamakan *homepage*. *Homepage* berada pada posisi teratas, dengan halaman-halaman terkait berada di bawahnya. Biasanya setiap halaman di bawah homepage disebut *child page*, yang berisi *hyperlink* ke halaman lain dalam web.

Menurut Lukmanul Hakim (2004), *website* merupakan fasilitas internet yang menghubungkan dokumen dalam lingkup lokal maupun jarak jauh. Dokumen pada *website* disebut dengan *web page* dan *link* dalam *website*.

memungkinkan pengguna bisa berpindah dari satu *page* ke *page* lain (*hyper text*), baik diantara *page* yang disimpan dalam server yang sama maupun server diseluruh dunia. *Pages* diakses dan dibaca melalui browser seperti Internet Explorer, Mozilla Firefox, Google Chrome dan aplikasi browser lainnya.

Secara garis besar, *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain (alamat) atau sub domain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (WWW) di internet. Sebuah halaman *website* adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari server *website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Semua publikasi dari *website-website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar.

Halaman-halaman dari *website* akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut *Homepage*. URL (*Uniform Resource Locator*) ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun *hyperlink-hyperlink* yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan. Beberapa *website* membutuhkan subskripsi (data masukan) agar para pengguna bisa mengakses sebagian atau keseluruhan isi *website* tersebut. Ada beberapa *website* bisnis dan *website* email gratis yang membutuhkan subkripsi agar kita bisa mengakses situs tersebut.

Untuk membangun sebuah *website* diperlukan beberapa komponen sehingga sebuah *website* dapat berjalan dan diakses oleh penggunanya. Berikut ini adalah beberapa komponen *website*.

a. Domain

Domain adalah nama *website* misalnya: google.com, bps.go.id dan sebagainya. Domain adalah sesuatu yang unik, tidak bisa ganda sehingga tidak satupun domain yang namanya sama. Domain dapat dibeli atau tepatnya disewa, biasanya pertahun dari jasa penyedia atau penjual domain.

b. *Web Hosting*

Web Hosting adalah sebuah server atau tempat meletakkan atau menyimpan data yang nantinya dapat diakses oleh orang lain melalui internet.

c. Bahasa Pemrograman

Bahasa yang paling mudah untuk membuat sebuah file *website* adalah HTML (*Hyper Text Markup Language*). Untuk membuat file *website* sederhana bisa dengan menggunakan *software pengelola kata* yang biasa seperti Microsoft Office Word, Microsoft Office Excell atau Open Office untuk Linux. Kemudian file tersebut disimpan dalam dokumen .html, tetapi file tersebut harus diberi nama file dengan index.html jika menginginkan file menjadi halaman pertama dari *website*.

d. Design Web

Setelah melakukan penyewaan domain dan hosting serta penguasaan scripts, unsur situs yang paling penting dan utama adalah design. Design web sangat menentukan kualitas dan keindahan dan sangat berpengaruh kepada penilaian pengunjung akan bagus tidaknya sebuah *website*. Untuk membuat *website* biasanya dapat dilakukan sendiri atau menyewa jasa *web*

designer. Saat ini sangat banyak jasa *web designer*, terutama di kota-kota besar. Perlu diketahui bahwa kualitas situs sangat ditentukan oleh kualitas *designer*. Semakin banyak penguasaan *web designer* tentang beragam program atau software pendukung pembuatan situs maka akan dihasilkan situs yang semakin berkualitas, demikian pula sebaliknya. Jasa *web designer* ini yang umumnya memerlukan biaya yang tertinggi dari seluruh biaya pembangunan situs dan semuanya itu tergantung kualitas *designer*.

Secara umum, *website* dibagi menjadi dua jenis yaitu *website statis* dan *website dinamis*.

- a. Sebuah *website statis* adalah salah satu bentuk *website* yang isi didalam *website* tersebut tidak dimaksudkan untuk di-update secara berkala, dan biasanya di maintenance secara manual oleh beberapa orang yang menggunakan *software editor*. Contoh dari *website statis* adalah *website* profil perusahaan.
- b. Sementara sebuah *website dynamis* adalah *website* yang secara berkala, informasi di dalamnya berubah, atau *website* ini bisa berhubungan dengan pengguna dengan berbagai macam cara atau metode (*HTTP cookies* atau variabel database, sejarah kunjungan, variabel sesi dan lain-lain) bisa juga dengan cara interaksi langsung menggunakan form dan pergerakan mouse. Ketika *web server* menerima permintaan dari pengguna untuk memberikan halaman tertentu, maka halaman tersebut akan secara otomatis di ambil dari media penyimpanan sebagai respon dari permintaan yang diminta oleh pengguna. Sebuah situs dapat menampilkan dialog yang sedang berlangsung diantara dua pengguna, memantau perubahan situasi, atau

menyediakan informasi yang berkaitan dengan sang pengguna. Termasuk website dinamis adalah website BPS Provinsi Banten.

Dalam berbagai hal, website kerap memegang peranan yang sangat penting. Fungsi dan peranan website dapat memegang peranan yang sangat krusial. Dewasa ini banyak perusahaan yang memasarkan barang/jasa melalui website, bahkan ada beberapa perusahaan yang menggunakan website sebagai lokomotif utama dalam pemasaran produk barang/jasa yang dihasilkan. Sebagai contoh: lazada.co.id, bhinneka.com, dan sebagainya. Berikut merupakan fungsi dari sebuah website.

- a. Sebuah website merupakan representasi perusahaan di dunia maya dalam arti kata keseluruhan asset fisik yang ada direduksi menjadi sekumpulan informasi digital yang dapat diakses oleh siapapun.
- b. Sebuah website merupakan kanal akses (*access channel*) yang menghubungkan perusahaan dengan stakeholdernya seperti *supplier*, pelanggan, pemerintah, masyarakat atau mitra bisnisnya.
- c. Sebuah website merupakan tempat dimana perusahaan menawarkan produk dan jasanya kepada para calon pelanggan yang memiliki akses ke internet dan di tempat ini pulalah transaksi jual beli antara dua belah pihak terjadi.

Melihat kenyataan tersebut, desain sebuah website merupakan salah satu kunci sukses perusahaan/lembaga/instansi yang ingin mengimplementasikan konsep bisnisnya menggunakan layanan website. Oleh karena itu penting bagi pengelola website BPS Provinsi Banten untuk mengetahui kriteria apa saja yang harus dipertimbangkan dalam mendesain dan mengembangkan sebuah website.

Ada tiga kriteria utama yang harus di perhatikan di dalam desain sebuah *website*, yaitu (Indrajit, 2002):

- a. *Site desain*, yaitu menyangkut hal-hal yang berkaitan dengan tampilan *website* dan sistem menu yang dipergunakan.
- b. *Site functionality*, yaitu menyangkut beragam fasilitas dan kemudahan yang tersedia di *website*.
- c. *Customer value*, yaitu menyangkut berbagai aspek manfaat yang dapat secara langsung dirasakan oleh para pelanggan yang mengakses *website* terkait.

Sampai dengan saat ini, *website* BPS Provinsi Banten telah mengalami beberapa kali perubahan desain dan tampilan. Perubahan tersebut dilakukan mengikuti aturan BPS RI dalam upaya untuk lebih memudahkan pengunjung dalam mengakses informasi yang ada dalam *website* BPS Provinsi Banten. *Website* dirancang supaya lebih *user friendly* sesuai dengan perkembangan desain web masa kini.

2. Pelayanan Publik

Beberapa pengertian yang berhubungan dengan pelayanan publik yang dikutip dari para ahli dan pemerintah dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Pelayanan publik menurut Lembaga Administrasi Negara (2006) diartikan: "Suatu bentuk pelayanan yang ditujukan untuk kepentingan masyarakat yang dilakukan oleh organisasi non profit. Lebih lanjut pelayanan publik juga diartikan sebagai suatu bisnis yang dilakukan untuk memasok kebutuhan pokok seperti air, listrik, atau suatu bisnis yang memberikan

pelayanan seperti transportasi atau komunikasi". Hakekat dari pelayanan publik adalah pemberian pemenuhan pelayanan kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban pemerintah sebagai abdi masyarakat. Pelayanan publik ini terutama diberikan untuk hal-hal yang sifatnya mendasar seperti pendidikan, sosial, keamanan dan ketertiban, lingkungan, perekonomian, kependudukan, ketenagakerjaan dan pertanahan.

- b. Pelayanan umum menurut Kepmen PAN No.63 Tahun 2003 adalah: "segala bentuk pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah dan di lingkungan BUMN atau BUMD dalam bentuk barang atau jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan".

Dari beberapa pengertian pelayanan dan pelayanan publik yang diuraikan tersebut, pelayanan publik dapat disimpulkan sebagai pemberian layanan atau melayani keperluan orang atau masyarakat dan/atau organisasi lain yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu, sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang ditentukan dan ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada penerima pelayanan.

Penyelenggaraan pelayanan publik dilakukan oleh penyelenggara pelayanan publik yaitu penyelenggara negara/pemerintah, penyelenggara perekonomian dan pembangunan, lembaga independen yang dibentuk oleh pemerintah, badan usaha/badan hukum yang diberi wewenang melaksanakan sebagian tugas dan fungsi pelayanan publik, badan usaha/badan hukum yang bekerjasama dan/atau dikontrak untuk melaksanakan sebagian tugas dan fungsi pelayanan

publik, dan masyarakat umum atau swasta yang melaksanakan sebagian tugas dan fungsi pelayanan publik yang tidak mampu ditangani/dikelola oleh pemerintah.

Terdapat 3 (tiga) unsur penting dalam pelayanan publik (Riwan Novandy, 2009), yaitu unsur pertama, adalah organisasi pemberi (penyelenggara) pelayanan yang dalam hal ini adalah BPS Provinsi Banten, unsur kedua, adalah penerima layanan (pelanggan) yaitu orang atau masyarakat atau organisasi yang berkepentingan, dan unsur ketiga, adalah kepuasan yang diberikan dan/atau diterima oleh penerima layanan (pelanggan). *Unsur pertama* menunjukan bahwa BPS Provinsi Banten memiliki posisi kuat sebagai (regulator) dan sebagai pemegang monopoli layanan, dan menjadikan BPS Provinsi Banten bersikap statis dalam memberikan layanan, karena layanannya memang dibutuhkan atau diperlukan oleh orang atau masyarakat atau organisasi yang berkepentingan.

Unsur kedua, adalah orang, masyarakat atau organisasi yang berkepentingan atau memerlukan layanan (penerima layanan), pada dasarnya tidak memiliki daya tawar atau tidak dalam posisi yang setara untuk mencrima layanan, sehingga tidak memiliki akses untuk mendapatkan pelayanan yang baik. Posisi inilah yang mendorong terjadinya komunikasi dua arah untuk melakukan KKN dan memperburuk citra pelayanan dengan mewabahnya pungli, dan ironisnya dianggap saling menguntungkan.

Unsur ketiga, adalah kepuasan pelanggan menerima pelayanan, unsur kepuasan pelanggan menjadi perhatian penyelenggara pelayanan (pemerintah), untuk menetapkan arah kebijakan pelayanan publik yang berorientasi untuk memuaskan pelanggan, dan dilakukan melalui upaya memperbaiki dan

meningkatkan kinerja manajemen BPS Provinsi Banten. Paradigma kebijakan publik di era otonomi daerah yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, memberikan arah tejadinya perubahan atau pergeseran paradigma penyelenggaraan pemerintahan, dari paradigma *rule government* bergeser menjadi paradigma *good governance*.

Peningkatan pelayanan kepada pelanggan/masyarakat/warga negara seperti yang terdapat pada agenda *the new public service (NPS)* adalah pengembangan organisasi yang bermuara pada terwujudnya *a smaller, better, faster, and cheaper government* (pemerintah yang lebih kecil, lebih baik, lebih cepat, dan pemerintah yang lebih murah). Agenda *the new public service (NPS)* bertumpu pada prinsip *citizens driven government* (pemerintah berorientasi pada warga negara). Instrumen dari prinsip ini adalah pembalikan mental model pada birokrat dari keadaan yang lebih suka dilayani menuju pada lebih suka melayani. Paradigma lama menempatkan pemimpin birokrasi berada pada piramida tertinggi dengan warga negara (*costumer*) berada pada posisi terbawah. Sebaliknya paradigma baru menempatkan warga negara (*costumer*) berada pada posisi puncak dengan pemimpin birokrasi berada pada posisi paling bawah.

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Menurut Kepmen PAN Nomor Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, standar pelayanan sekurang-kurangnya meliputi :

- a. Prosedur pelayanan;
- b. Waktu Penyelesaian;
- c. Biaya Pelayanan;
- d. Produk Pelayanan;
- e. Sarana dan Prasarana;
- f. Kompetensi petugas pelayanan.

Salah satu bentuk pelayanan publik yang diberikan BPS Provinsi Banten kepada masyarakat adalah melalui penyediaan data statistik. Melalui media *website*, BPS Provinsi Banten melakukan penyebarluasan data statistik yang dapat diakses siapapun, kapanpun, dan dimanapun sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik BPS Provinsi Banten khususnya dalam penyediaan data dan informasi kepada masyarakat.

3. Kualitas Pelayanan

Sampai sekarang belum terdapat definisi kualitas yang diterima secara umum dan menyeluruh oleh semua pihak. Pengertian kualitas dapat pula dibedakan menurut pandangan produsen dan konsumen. Definisi kualitas menurut produsen adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dimana produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasikan untuk dimensi-dimensi kritis dan tiap bagian yang dihasilkan. Pada bidang jasa, kualitas dipertahankan dengan memenuhi standar pelayanan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas berarti nilai yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyajikan tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar oleh konsumen.

Menurut Lovelock dalam Tjiptono (2001:58) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan merupakan refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang diterimanya pada waktu tertentu. Kualitas pelayanan menurut Wyckof dalam Tjiptono (2001:59) adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan/ konsumen.

Goetsch dan Davis (2002) dalam LAN (2006:16) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/ kebutuhan pelanggan, di mana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

Sementara itu, kualitas pelayanan menurut Evans dan Lindsay (1997) dalam LAN (2006:16) dapat dilihat dari berbagai sudut. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, maka kualitas pelayanan selalu dihubungkan dengan sesuatu yang baik/ prima (*excellent*). Jika kualitas pelayanan dipandang dari sudut “product base”, maka kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai suatu fungsi yang spesifik, dengan variabel pengukuran yang berbeda-beda dalam memberikan penilaian kualitas sesuai dengan karakteristik produk yang bersangkutan. Kualitas pelayanan jika dilihat dari sudut “*user based*”, maka kualitas pelayanan adalah

sesuatu yang diinginkan oleh pelanggan atau tingkat kesesuaian dengan keinginan pelanggan. Sedangkan jika dilihat dari "value based", maka kualitas pelayanan merupakan keterkaitan antara kegunaan atau kepuasan dengan harga.

Dalam ranah pelayanan publik, terdapat 5 (lima) determinan kualitas pelayanan publik (servqual) berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithami dan Berry (Tjiptono, 2005) yang dapat dirincikan sebagai berikut :

- a. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- b. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat.
- c. Keyakinan (*confidence*), yaitu pengetahuan dan kesopanan pegawai serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau "*assurance*".
- d. Empati (*emphaty*), yaitu syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.
- e. Berwujud (*tangible*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Dalam penelitian sebelumnya, Parasuraman, Zeithami dan Berry telah mengidentifikasi 10 (sepuluh) faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan publik (Tjiptono, 2005), yaitu :

- a. *Reliability*/keandalan, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (performance) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*).

- b. *Responsiveness/ketanggapan*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.
- c. *Competence/kompetensi*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan pelayanan tertentu.
- d. *Access/akses*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
- e. *Courtesy/kesopanan*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para contact person/pihak yang berhubungan.
- f. *Communication/komunikasi*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
- g. *Credibility/kepercayaan*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
- h. *Security/keamanan*, yaitu aman dari bahaya, risiko, keragu-raguan.
- i. *Understanding/knowing the customer* (memahami/mengetahui pelanggan), yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
- j. *Tangibles/bukti*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa.

4. Konsep Kualitas Dalam Pelayanan *Website*

Menurut Hyejeong dan Niehm (2009:222) mengungkapkan bahwa para peneliti terdahulu membagi dimensi kualitas *website* menjadi lima yaitu:

- a. Informasi, meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat, dan relevan.

- b. Keamanan, meliputi kepercayaan, privasi, dan jaminan keamanan.
- c. Kemudahan, meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah dimengerti, dan kecepatan.
- d. Kenyamanan, meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif.
- e. Kualitas pelayanan, meliputi kelengkapan secara online dan customer service.

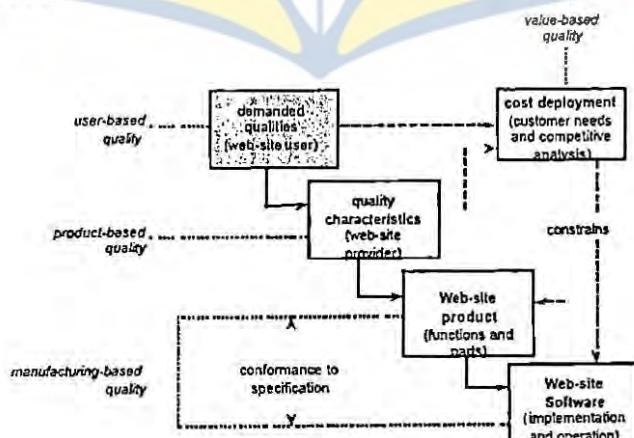
Rayport dan Jaworski dalam Kotler dan Keller (2009:249-250) mengatakan bahwa *website* yang efektif menampilkan tujuh elemen desain yang disebut 7C, yaitu:

- a. *Context* (konteks), tata letak dan desain.
- b. *Content* (konten), teks, gambar, suara, dan video yang ada di dalam *website*.
- c. *Community* (komunitas), bagaimana situs memungkinkan adanya komunikasi antar pengguna.
- d. *Customization* (penyesuaian), kemampuan situs untuk mengantarkan dirinya pada berbagai pengguna atau memungkinkan pengguna mempersonalisasikan situs.
- e. *Communication* (komunikasi), bagaimana situs memungkinkan komunikasi situs dengan pengguna, pengguna dengan situs, atau komunikasi dua arah.
- f. *Connection* (koneksi), tingkat hubungan situs itu dengan situs lain.
- g. *Commerce* (perdagangan), kemampuan situs untuk memungkinkan transaksi komersial.

Beberapa ahli atau peneliti telah mengembangkan berbagai model pengukuran kualitas *website*, di antaranya Barnes and Vidgen. Mereka melakukan penelitian dengan menggunakan *webqual* untuk mengukur kualitas *website* yang dikelola oleh OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*). *Website* yang bermutu dari perspektif pengguna dapat dilihat dari tingkat persepsi layanan aktual yang tinggi dan kesenjangan persepsi aktual dengan ideal (*gap*) yang rendah. Dalam perjalananannya, *webqual* mengalami perkembangan sampai dengan versi yang terakhir yaitu model *webqual 4.0*.

5. Perkembangan *Webqual*

Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. *Webqual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan dimensi dan butir – butir pertanyaannya. Metode ini merupakan pengembangan dari *Servqual* yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Instrumen penelitian pada *Webqual* tersebut dikembangkan dengan metode *Quality Function Development* (QFD). (Barnes dan Vidgen : 2000).



Gambar 2.1. QFD dan Perkembangan *Website*

Berikut ini adalah beberapa versi *webqual* menurut perkembangannya (Barnes dan Vidgen, 2002) :

a. *Webqual 1.0*

Versi pertama dari instrumen *Webqual* dikembangkan dalam domain sekolah bisnis Inggris (Barnes dan Vidgen 2000). Dikutip dari Slabey (1990), metodologi pengembangan untuk instrumen ini adalah dengan menggunakan metode *Quality Function Development* (QFD), yang merupakan sebuah proses terstruktur dan disiplin yang menyediakan sarana untuk mengidentifikasi dan membawa suara pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk atau jasa dan implementasi.

Titik awal dari QFD adalah untuk mengartikan suara pelanggan, untuk ini Barnes dan Vidgen melakukan sebuah workshop kualitas pada Agustus 1998 dengan empat mahasiswa pascasarjana. Bossert (1991) merekomendasikan proses tiga tahap dalam sebuah workshop kualitas, yaitu: (1) membangun satu isu tunggal untuk diskusi; (2) mengumpulkan fungsi dan persyaratan kualitas menggunakan catatan *post-it*; dan (3) menggunakan affinitas berkelompok untuk mengumpulkan persyaratan ke dalam kategori yang masuk akal kepada pelanggan. Masalah tunggal dari diskusi tersebut adalah: "Apakah kualitas dari *website* sekolah bisnis sangat baik?". Delegasi bekerja secara individu menuliskan ide-ide mereka ke catatan *pos-it* dan didorong untuk meletakkan frase singkat bersama-sama dengan kalimat yang lebih panjang untuk menjelaskan dasar pemikiran dari kualitas yang diusulkan. Para delegasi kemudian dialokasikan menjadi dua tim dan diminta untuk menggabungkan kualitas menurut mereka ke dalam kelompok afinitas (daftar struktur pohon),

awalnya bekerja dalam keheningan untuk memindahkan catatannya secara berkeliling dan membuat judul yang sesuai menurut mereka. Akhirnya, kedua tim diminta berkumpul kembali untuk mencapai kesepakatan dalam kualitas. Pada akhir sesi tersebut mereka telah mengumpulkan lima puluh empat baris kualitas baku yang terstruktur ke dalam kelompok afinitas.

Dari kualitas baku kuesioner, sebuah contoh kuesioner dengan tiga workshop dan digunakan untuk memperbaiki pertanyaan. Salah satu hasil dari percobaan tersebut bahwa menurut pengakuan responden adalah kuesioner terlalu panjang untuk menjawab tiga puluh lima pertanyaan dari masing-masing empat *website* sekolah bisnis melibatkan responden dalam 140 penilaian, ditambah 35 penilaian lanjutan tentang pentingnya dari masing-masing kualitas. Menggunakan literatur tentang kualitas informasi, khususnya Bailey dan Pearson (1983), Delone dan McLean (1992), Strong dkk. (1997), memperhatikan secara cermat terhadap tumpang tindihnya variabel kualitas dari kuesioner sehingga dikurangi menjadi 24 pertanyaan yang lebih mudah untuk dikelola. Jika memungkinkan, pertanyaan yang terkait langsung dengan karakteristik, fungsi, atau bagian dari *website* dihapus, karena hal tersebut mewakili perspektif *supplier* bukan dari pengalaman pengguna *website*.

b. *Webqual 2.0*

Dalam penerapan *Webqual* ke *website* B2C, menjadi jelas bahwa perspektif interaksi kualitas sebagian besar hilang dari *Webqual 1.0*. Bitner dkk (1990) mengadopsi Shostack (1985) mendefinisikan bahwa pertemuan layanan sebagai periode waktu di mana konsumen langsung berinteraksi dengan layanan dan membuktikan bahwa interaksi ini tidak perlu harus antar manusia, artinya

sebuah pertemuan layanan dapat terjadi tanpa unsur interaksi manusia. Bitner dkk (1990) juga mengakui bahwa interaksi layanan dilihat dari sudut pandang pelanggan. Mereka menyimpulkan bahwa kualitas interaksi sama penting untuk keberhasilan *e-commerce* yaitu sebagai pondasi dan alat penting organisasi (kemungkinan lebih dilakukan penghapusan dimensi interpersonal). Dalam *Webqual 2.0*, aspek interaksi dengan mengadaptasi dan menerapkan pekerjaan pada kualitas pelayanan, terutama SERVQUAL (Parasuraman 1985, 1988, 1995, Zeithaml dkk 1990, 1993) dan IS SERVQUAL (Pitt dkk tahun 1995,1997, Kettinger dan Lee 1997, Van Dyke dkk. 1997), untuk evaluasi *website* dari toko buku online. Seperti *Webqual 1.0*, workshop kualitas dilakukan untuk mengetahui kebutuhan pelanggan, hanya kali ini dalam domain toko buku online.

c. *Webqual 3.0*

Webqual 1.0 kuat pada kualitas informasi, akan tetapi kurang kuat pada interaksi layanan. Demikian pula pada *Webqual 2.0* yang menekankan kualitas interaksi akan tetapi kehilangan beberapa kekayaan kualitas informasi *Webqual 1.0*. Kedua instrumen mempunya berbagai ukuran kualitas *website* sebagai perangkat lunak. Selanjutnya, ditemukan bahwa semua dimensi kualitas dapat dikategorikan menjadi tiga dimensi yang berbeda yaitu: kualitas situs, kualitas informasi, dan kualitas interaksi pelayanan. Versi baru dari *Webqual 3.0* diuji melalui lelang online (Barnes dan Vidgen 2001).

d. *Webqual 4.0*

Analisis hasil *Webqual 3.0* menghasilkan tiga dimensi kualitas *website e-commerce* situs Web kualitas yaitu: kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas

interaksi pelayanan. Kegunaan (*usability*) telah menggantikan kualitas situs di *Webqual* versi 4.0 karena pelanggan bukanlah *web designer* dan situs hanya sebagai perangkat lunak. Dimensi kegunaan (*usability*) juga mencerminkan abstraksi yang lebih baik bila dibandingkan dengan dua dimensi *webqual* yang lain yaitu kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan.

Dalam *Webqual* 4.0 dimensi kegunaan berkembang mengidentifikasi kelompok pertanyaan, dan menggunakan literatur dari tiga nilai inti area penelitian: kualitas informasi dari penelitian IS; kualitas interaksi pelayanan dari pemasaran (seperti beberapa sumber IS dan *e-commerce*); dan kegunaan dari interaksi antara manusia dengan komputer. Mereka mengadakan workshop kualitas dalam setiap tahap perkembangan *webqual* untuk untuk memastikan bahwa dimensi kualitas tersebut relevan. Mereka juga menemukan beberapa item yang tidak dapat ditangkap dalam penelitian, khususnya pertanyaan-pertanyaan yang tidak memiliki narasumber. Dalam hal ini, penekanan ditempatkan pada penyediaan literatur sekunder yang mendukung dimensi kualitas tersebut.

6. Dimensi *Webqual* 4.0

Webqual disusun berdasarkan penelitian terdiri atas tiga dimensi area yaitu (Barnes dan Vidgen, 2003):

a. Kegunaan (*Usability*)

Meliputi kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk dimengerti, kemudahan untuk ditelusuri, kemudahan untuk digunakan, sangat menarik, menampilkan bentuk visual yang menyenangkan, memiliki kompetensi yang baik, memberikan pengalaman baru yang menyenangkan.

b. Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Meliputi hal-hal seperti informasi yang akurat, informasi yang bisa dipercaya, informasi yang *up to date* (terbaru), informasi yang sesuai dengan topik bahasan, informasi yang mudah dimengerti, informasi yang sangat detail, dan informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai.

c. Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*)

Meliputi kemampuan memberi rasa aman saat transaksi, memiliki reputasi yang bagus, memudahkan komunikasi, menciptakan perasaan emosional yang lebih personal, memiliki kepercayaan dalam menyimpan informasi pribadi pengguna, mampu menciptakan komunitas yang lebih spesifik, mampu memberi keyakinan bahwa janji yang disampaikan akan ditepati.

B. Tinjauan Penelitian Terkait

1. Suci Ramadhani Arifin, Eko Nugroho, dan Bimo Sunarfri Hantono

Suci Ramadhani Arifin, Eko Nugroho, dan Bimo Sunarfri Hantono melakukan penelitian tentang analisis kualitas layanan *website* Universitas Hasanuddin dengan metode *webqual* modifikasi 4.0. Dalam penelitiannya, Suci Ramadhani Arifin, Eko Nugroho, dan Bimo Sunarfri Hantono menyatakan bahwa tingkat kualitas layanan *website* Universitas Hasanuddin belum sesuai dengan harapan mahasiswa. Hal ini terbukti dari adanya perbedaan rata-rata antara persepsi aktual dengan harapan ideal mahasiswa terhadap masing-masing dimensi *website*. Dimensi yang memiliki gap paling kecil terletak pada dimensi kualitas informasi yang mengindikasikan bahwa layanan *website* Universitas Hasanuddin cukup berhasil pada kualitas informasi. Gap paling besar terletak pada dimensi kualitas

antarmuka pengguna yang mengindikasikan bahwa layanan *website* Universitas Hasanuddin yang belum memenuhi harapan ideal mahasiswa terutama dari kualitas antarmuka pengguna.

2. Furkonudin, Emi Suryadi, dan Darmanto

Furkonudin, Emi Suryadi, dan Darmanto melakukan penelitian tentang evaluasi kualitas layanan *website e-commerce* blibli.com menggunakan metode *webqual 4.0* terhadap keputusan pembelian online. Dalam penelitiannya, Furkonudin, Emi Suryadi, dan Darmanto menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan terhadap variabel keputusan pembelian online secara simultan. Variabel kualitas interaksi layanan mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel keputusan pembelian online.

3. Persamaan dan Perbedaan Penelitian

Adapun persamaan antara penelitian ini dengan kedua penelitian tersebut adalah:

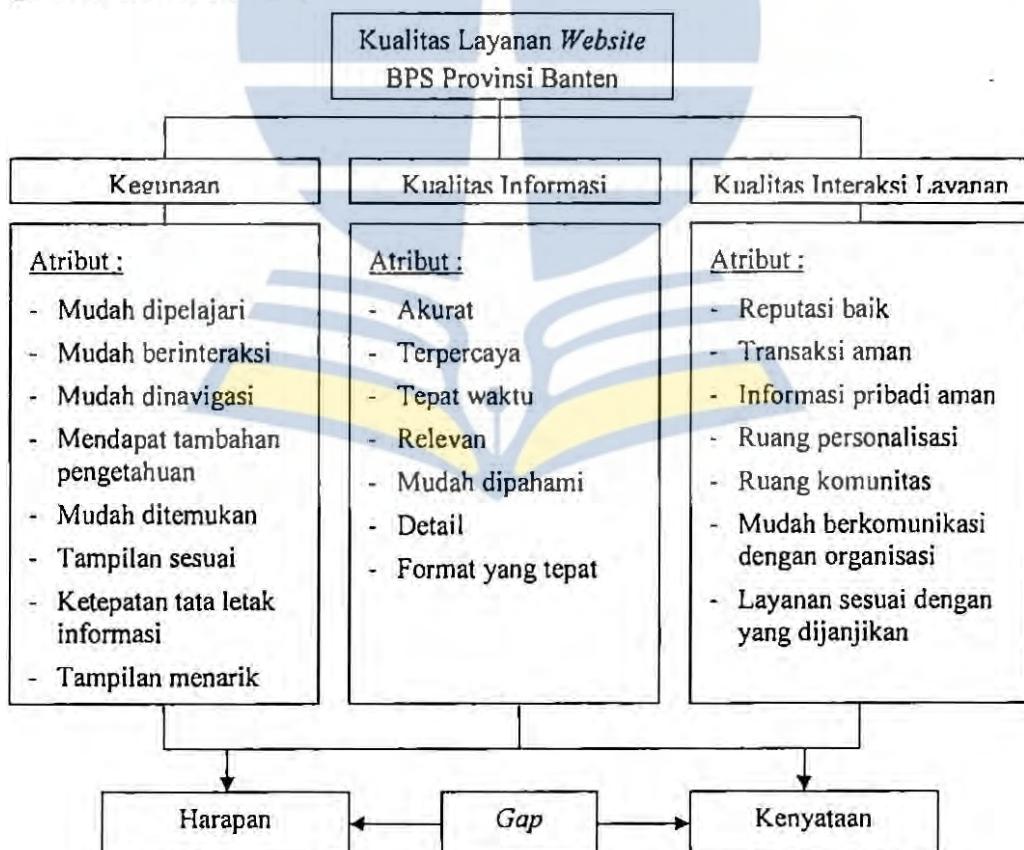
- a. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tiga dimensi kualitas pelayanan berdasarkan metode *webqual 4.0*.
- b. Instrumen penelitian yang digunakan untuk pengumpulan data adalah kuisioner, dengan menggunakan skala likert sebagai ukuran pembobotan dari masing-masing indikator pelayanan.

Perbedaan penelitian ini dengan kedua penelitian di atas terletak pada lokasi penelitian yang menentukan perbedaan karakter organisasi, mekanisme pelayanan serta penerima layanan. Selain itu, pada penelitian yang dilakukan oleh Suci

Ramadhani Arifin, Eko Nugroho, dan Bimo Sunarfri Hantono menambahkan dimensi kualitas antarmuka pengguna sebagai dimensi tambahan di luar dimensi yang telah ditentukan pada *webqual 4.0*, hal tersebut tidak dilakukan oleh Furkonudin, Emi Suryadi, dan Darmanto. Dari sisi analisis data, Suci Ramadhani Arifin, Eko Nugroho, dan Bimo Sunarfri Hantono selain menggunakan metode *webqual 4.0*, mereka juga menggunakan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi pengguna layanan dengan prioritas peningkatan kualitas pelayanan *website*.

C. Kerangka Pemikiran

Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.2 berikut ini :



Gambar 2.2. Kerangka Pemikiran

D. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional variabel penelitian yang telah ditentukan akan digunakan sebagai acuan dalam pembuatan kuesioner yang akan dijawab oleh responden.

1. Definisi Operasional Variabel

Dimensi dari kualitas layanan *website* yang digunakan untuk menganalisis *gap* antara harapan (ekspektasi) dan kenyataan (persepsi) dalam penelitian ini terdiri dari Dimensi Kegunaan (*Usability*), Dimensi Kualitas Informasi (*Information Quality*), dan Dimensi Kualitas Interaksi Layanan (*Service Interaction Quality*). Definisi operasional dari masing-masing dimensi sebagai berikut.

- a. Kegunaan (*Usability*), meliputi kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk dimengerti, kemudahan untuk ditelusuri, kemudahan untuk digunakan, sangat menarik, menampilkan bentuk visual yang menyenangkan, memiliki kompetensi yang baik, memberikan pengalaman baru yang menyenangkan.
- b. Kualitas Informasi (*Information Quality*), meliputi hal – hal seperti informasi yang akurat, informasi yang bisa dipercaya, informasi yang *up to date* (terbaru), informasi yang sesuai dengan topik bahasan, informasi yang mudah di mengerti, informasi yang sangat detail, dan informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai.
- c. Kualitas Interaksi Layanan (*Service Interaction Quality*), meliputi kemampuan memberi rasa aman saat transaksi, memiliki reputasi yang bagus, memudahkan komunikasi, menciptakan perasaan emosional yang

lebih personal, memiliki kepercayaan dalam menyimpan informasi pribadi pengguna, mampu menciptakan komunitas yang lebih spesifik, mampu memberi keyakinan bahwa janji yang disampaikan akan ditepati.

Selanjutnya dimensi-dimensi tersebut dijabarkan ke dalam atribut-atribut yang dapat menjelaskan ekspektasi dan persepsi yang dirasakan pengunjung *website*. Atribut yang digunakan untuk menjelaskan setiap dimensi kualitas pelayanan *website* dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.1. Operasionalisasi Dimensi Kualitas Pelayanan *Website*

Dimensi	Atribut
Dimensi Kegunaan (<i>Usability</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mudah untuk mempelajari cara pengoperasian <i>website</i> 2. Mudah berinteraksi dengan <i>website</i> 3. Mudah untuk bervigasi dalam <i>website</i> 4. Mendapatkan tambahan pengetahuan dari informasi <i>website</i> 5. Mudah untuk menemukan alamat <i>website</i> 6. Tampilan <i>website</i> sesuai dengan jenis <i>website</i> institusi pemerintah 7. <i>Website</i> memiliki ketepatan dalam penyusunan tata letak informasi 8. <i>Website</i> memiliki tampilan yang menarik
Dimensi Informasi (<i>Information Quality</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 9. <i>Website</i> menyediakan informasi yang akurat 10. <i>Website</i> memberikan informasi yang dapat dipercaya 11. <i>Website</i> menyediakan informasi yang tepat waktu 12. <i>Website</i> menyediakan informasi yang relevan 13. <i>Website</i> menyediakan informasi yang mudah untuk dipahami 14. <i>Website</i> memberikan informasi pada tingkatan yang tepat dan terperinci 15. <i>Website</i> menyajikan informasi dalam format yang sesuai

Dimensi Interaksi Layanan <i>(Service Interaction Quality)</i>	16. <i>Website</i> memiliki reputasi yang baik 17. Merasa aman untuk melakukan transaksi 18. Merasa aman terhadap informasi pribadi 19. <i>Website</i> memberikan ruang untuk personalisasi 20. <i>Website</i> memberikan ruang untuk komunitas 21. <i>Website</i> memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS Provinsi Banten 22. Merasa yakin bahwa jasa (data) akan diperoleh sesuai keinginan
---	---

2. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala Likert.

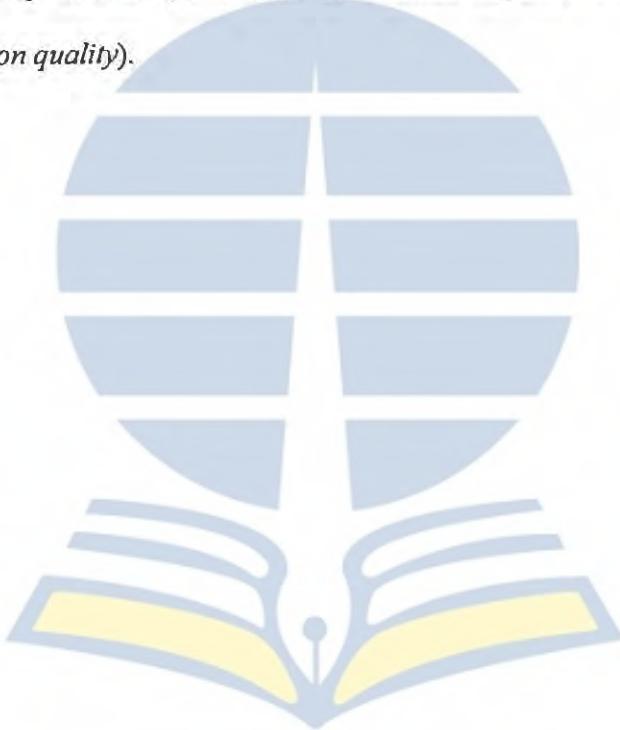
Prosedur pengukuran sebagai berikut :

- a. Responden diminta untuk menyatakan setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan yang diajukan peneliti atas dasar persepsi masing – masing responden. Jawaban terdiri dari empat pilihan, yakni: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- b. Responden diminta untuk menilai penting atau tidak penting suatu indicator terhadap kualitas layanan *website* secara keseluruhan. Jawaban terdiri dari empat pilihan, yakni: Sangat Penting (SP), Penting (P), Tidak Penting (TP), dan Sangat Tidak Penting (STP).
- c. Pemberian nilai (scoring). Untuk jawaban Sangat Setuju (SS) dan Sangat Penting (SP) diberikan nilai 4, dan seterusnya menurun sampai pada jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) dan Sangat Tidak Penting (STP) yang diberikan nilai 1.

E. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini, yaitu:

- a. [H1]: Terdapat perbedaan antara persepsi aktual dan harapan ideal pengunjung *website* pada dimensi kegunaan (*usability*).
- b. [H2]: Terdapat perbedaan antara persepsi aktual dan harapan ideal pengunjung *website* pada dimensi kualitas informasi (*information quality*).
- c. [H3]: Terdapat perbedaan antara persepsi aktual dan harapan ideal pengunjung *website* pada dimensi kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*).



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey dengan pendekatan *cross sectional*, dimana penelitian dilakukan pada suatu populasi, namun data yang dipelajari adalah dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Pendekatan *cross sectional* dilakukan untuk mengobservasi variabel-variabel pada waktu yang sama, dan subyek yang diamati hanya diobservasi sekali saja.

Menurut tujuannya penelitian ini termasuk dalam penelitian terapan, dimana menerapkan sebuah model dalam menganalisis suatu masalah. Penelitian ini ditujukan untuk menganalisis kualitas pelayanan *website* BPS Provinsi Banten dengan menggunakan model *webqual 4.0*. Penggunaan model ini didasarkan pertimbangan bahwa sampai saat ini model *webqual 4.0* diakui sebagai model “terbaik” untuk mengukur kualitas layanan *website*. *Webqual 4.0* terdiri dari tiga dimensi inti yang mewakili kualitas suatu *website*, yaitu *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality*, yang mengacu pada berbagai penelitian mengenai sistem informasi, penelitian mengenai kualitas layanan marketing, *e-commerce*, dan penelitian dalam bidang *Human-Computer Interaction (HCI)* dan *web usability*.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dikhkususkan pada kantor BPS Provinsi Banten yang beralamat di Jalan Syeh Nawawi Al Bantani, Kawasan Pusat Pemerintahan Provinsi Banten (KP3B), Kav. H1-2 Serang, Banten. Sedangkan waktu penelitian dilakukan selama 2 bulan yakni bulan April dan Mei 2017.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah suatu himpunan unit yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya. Dalam penelitian ini populasi yang dimaksudkan adalah semua pengunjung *website* BPS Provinsi Banten.

Sampel adalah sebagian dari karakteristik populasi. Pada umumnya, karena jumlah populasi besar dan tidak mungkin peneliti mempelajari seluruh populasi disebabkan keterbatasan dana, sarana, waktu, dan tenaga; peneliti biasanya mengambil sebagian dari populasi yang dinamakan sampel yang nantinya kesimpulan dari penelitian mewakili populasi. Sampel dari penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data yaitu pengunjung *website* BPS Provinsi Banten yang berkunjung ke Kantor BPS Provinsi Banten melalui Pelayanan Statistik Terpadu (PST) selama periode bulan April dan Mei 2017.

Jumlah sampel berdasarkan pendapat Roscoe seperti dikutip Sekaran (2006) bahwa ukuran sampel lebih besar dari 30 dan kurang dari 500 telah mencukupi untuk digunakan dalam semua penelitian. Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan *convenience sampling* yaitu pengambilan sampel responden dari

masyarakat/ pengguna pelayanan yang mudah ditemui pada lokasi penelitian. Dasar pengambilan teknik *convinience sampling* ini tidak menjadi permasalahan atau menurunkan kualitas hasil penelitian karena bagaimanapun rumitnya teknik yang digunakan tidak akan menjamin *representativeness/keterwakilan*, maka yang terpenting adalah sampel yang representatif atau benar-benar mewakili populasi (Healey, 2002).

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yakni dengan pengumpulan data primer maupun data sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner maupun wawancara langsung kepada responden yaitu pengguna pelayanan (pengunjung) *website* BPS Provinsi Banten. Penyebaran kuesioner dan wawancara langsung dilakukan kepada pengunjung PST BPS Provinsi Banten selama periode bulan April dan Mei 2017 yang dalam setahun terakhir pernah mengakses *website* BPS Provinsi Banten. Selain itu, wawancara juga dilakukan terhadap pengelola *website* BPS Provinsi Banten untuk mendapatkan informasi yang terkait pengelolaan *website* BPS Provinsi Banten.

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan cara mengumpulkan data mengenai penelitian terdahulu, teori-teori yang mendukung penelitian, dan data pendukung lainnya. Teori-teori yang mendukung penelitian diperoleh dari buku, jurnal dan karya tulis peneliti lain yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Sebagian besar data sekunder diperoleh dari arsip BPS Provinsi Banten.

E. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2010), kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis data merupakan bagian dari proses pengujian data setelah kegiatan pengumpulan data dari seluruh responden. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam mengukur suatu data. Untuk mengetahui validitas suatu instrumen (dalam hal ini kuesioner) dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor masing-masing variable dengan skor totalnya. Menurut Masrun yang dikutip Sugiyono (2003:124) mengatakan: Item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Teknik korelasi yang digunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Bila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$, maka artinya variabel valid. Dengan demikian, pengujian statistik mengacu pada kriteria:

- a. $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ tidak valid
- b. $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ maka valid

Untuk pengujian validitas instrumen penelitian ini, penulis menggunakan program excel dalam tabulasi data dan memasukkan data tersebut ke dalam program *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) 18.

2. Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji validitas atas pertanyaan yang digunakan dalam penelitian tersebut, selanjutnya dilakukan uji keandalan. Uji keandalan bertujuan untuk mengetahui apakah alat pengumpul data pada dasarnya menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, kestabilan atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individual, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda.

Uji keandalan dilakukan terhadap pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan pernyataan yang sudah valid. Reliabilitas menyangkut ketepatan alat ukur. Untuk teknik perhitungan reliabilitas kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan SPSS. Item dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari nilai kritis. Nilai kritis yang ditetapkan adalah antara 0,6 dan 0,7 (Sugiyono, 2003:124).

- a. Jika nilai Alpha > 0,6 maka reliabel
- b. Jika nilai Alpha < 0,6 maka tidak reliabel

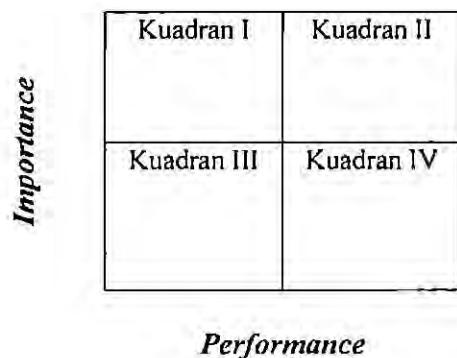
3. Analisis Perbedaan

Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik uji beda t (*Paired Samples T Test*). Uji beda t digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata antara persepsi dan tingkat kepentingan. Dalam uji beda t, varian data homogen atau tidak bukan menjadi masalah. Uji beda t merupakan bagian dari statistik parametrik, oleh karena itu sebagaimana aturan dalam statistik parametrik data penelitian harus berdistribusi normal.

4. *Importance Performance Analysis (IPA)*

Metode *Importance Performance Analysis (IPA)* pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan James dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal pula sebagai *quadrant analysis* (Tjiptono, 2011). IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan tampilan hasil analisis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Martinez, 2003).

IPA mempunyai fungsi utama untuk menampilkan informasi berkaitan dengan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen sangat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan faktor-faktor pelayanan yang menurut konsumen perlu ditingkatkan karena kondisi saat ini belum memuaskan. IPA menggabungkan pengukuran faktor tingkat kepentingan (harapan) dan tingkat kinerja (persepsi) dalam grafik dua dimensi yang memudahkan penjelasan data dan mendapatkan usulan praktis. Pada teknik ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja tersebut dianalisis pada *Importance Performance Matrix*, yang mana sumbu x mewakili kinerja (persepsi) sedangkan sumbu y mewakili kepentingan (harapan). Grafik IPA dibagi menjadi empat buah kuadran berdasarkan hasil pengukuran *importance-performance* yang memberikan interpretasi sebagaimana terlihat pada Gambar 3.1 berikut ini :



Gambar 3.1. Pembagian Kuadran IPA (Rangkuti, 2003)

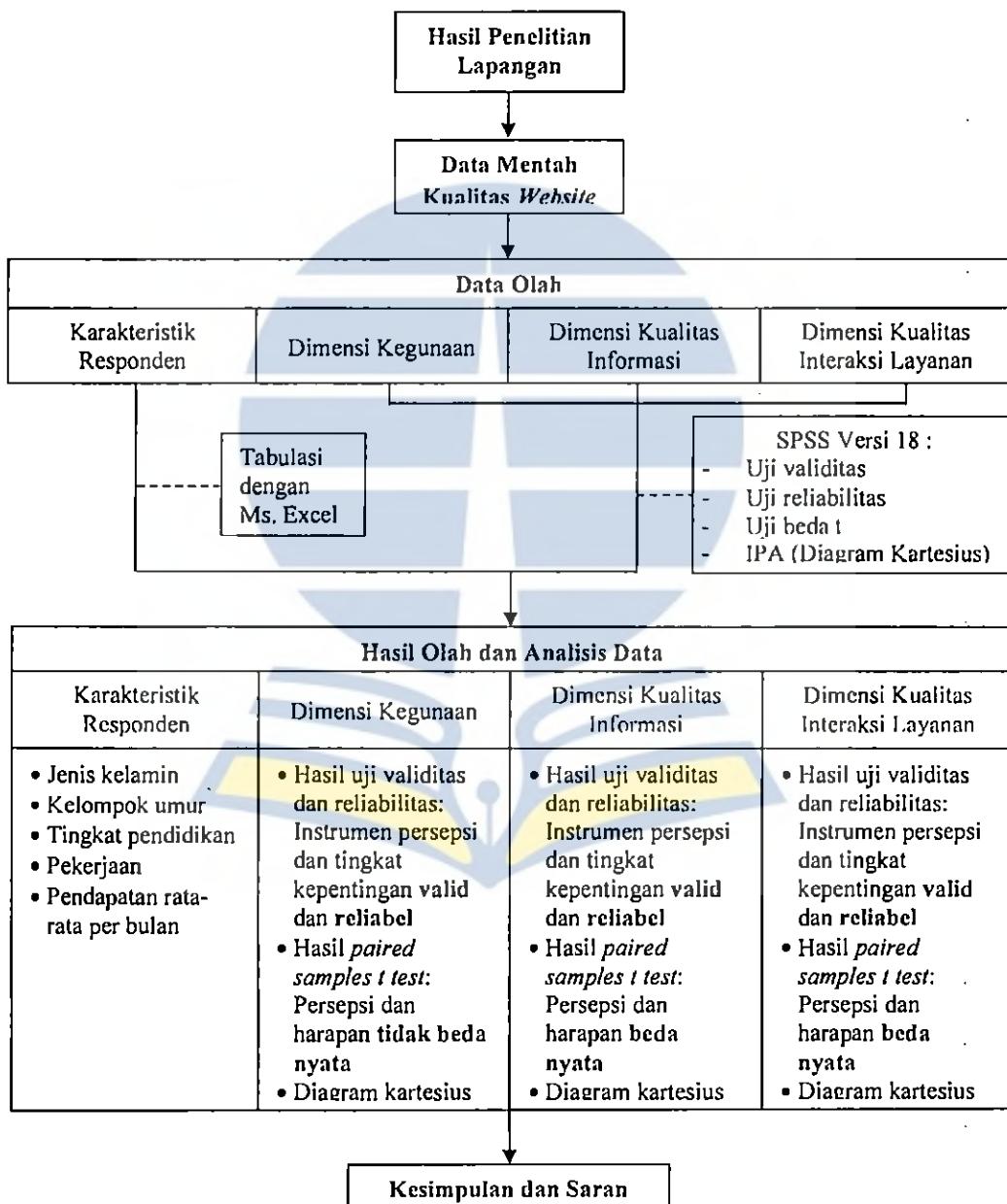
Diagram *Importance-Performance Analysis (IPA)* pada Gambar 3.1 terdiri dari empat kuadran (Rangkuti, 2003; Setiawan, 2005; Herwanto dkk, 2013) yaitu:

- a. Kuadran I, wilayah yang memuat item-item dengan tingkat kepentingan yang relatif tinggi tetapi kenyataannya belum sesuai dengan harapan pengguna. Item-item yang masuk kuadran ini harus segera ditingkatkan kinerjanya.
- b. Kuadran II, wilayah yang memuat item-item yang memiliki tingkat kepentingan relatif tinggi dengan tingkat kepuasan yang relatif tinggi pula. Item yang masuk kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan pengguna sehingga harus tetap dipertahankan karena semua item ini menjadikan produk atau jasa tersebut unggul di mata pengguna.
- c. Kuadran III, wilayah yang memuat item-item dengan tingkat kepentingan yang relatif rendah dan kenyataan kinerjanya tidak terlalu istimewa dengan tingkat kepuasan yang relatif rendah. Item yang masuk kuadran ini memberikan pengaruh sangat kecil terhadap manfaat yang dirasakan oleh pengguna.

- d. Kuadran IV, wilayah yang memuat item-item dengan tingkat kepentingan yang relatif rendah dan dirasakan oleh pengguna terlalu berlebihan dengan tingkat kepuasan yang relatif tinggi. Biaya yang digunakan untuk menunjang item yang masuk kuadran ini dapat dikurangi agar dapat menghemat biaya pengeluaran.

Ada dua macam metode untuk menampilkan data IPA (Martinez, 2003) yaitu: pertama menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara umum penyebaran data terletak pada kuadran berapa, kedua menempatkan garis perpotongan kuadran pada nilai rata-rata hasil pengamatan pada sumbu tingkat kepuasan dan sumbu prioritas penanganan dengan tujuan untuk mengetahui secara spesifik masing-masing faktor terletak pada kuadran berapa. Metode yang kedua lebih banyak dipergunakan oleh para peneliti. Berikut prosedur berkaitan dengan penggunaan metode IPA (Setiawan, 2005):

- a. Penentuan faktor-faktor yang akan dianalisis
- b. Melakukan survei melalui penyebaran kuesioner
- c. Menghitung nilai rata-rata tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*)
- d. Membuat grafik IPA
- e. Melakukan evaluasi terhadap faktor sesuai dengan kuadran masing-masing.

BAB IV**HASIL DAN PEMBAHASAN****A. Alur Olah Data****Gambar 4.1. Alur Olah Data Penelitian**

Dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *convinience sampling*, jumlah sampel yang diperoleh pada penelitian ini sebanyak 39 responden. Responden merupakan pengunjung *website* BPS Provinsi Banten yang pada saat periode survei sedang melakukan kunjungan ke Kantor BPS Provinsi Banten dengan kriteria pernah mengakses *website* BPS Provinsi Banten dalam setahun terakhir. Jumlah responden yang diperoleh dalam penelitian ini hanya sebanyak 39 responden dari total 94 pengunjung PST selama bulan April dan Mei, hal tersebut dikarenakan kesediaan pengunjung PST untuk menjadi responden dan kesesuaian dengan kriteria responden penelitian.

Pengumpulan data di Kantor BPS Provinsi Banten dilaksanakan secara langsung oleh peneliti dan secara aktif mendampingi responden pada saat pengisian kuesioner, sehingga dapat menjelaskan hal-hal yang tidak dimengerti oleh responden pada pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Selain itu peneliti juga melakukan pengamatan langsung terhadap pelayanan *website* untuk memperoleh gambaran tentang situasi layanan secara faktual. Alur olah data penelitian dapat dilihat pada Gambar 4.1.

B. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pengunjung *website* pada penelitian ini dibagi atas beberapa kelompok, yaitu : jenis kelamin, kelompok umur, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan rata-rata per bulan. Secara rinci, karakteristik responden pengunjung *website* BPS Provinsi Banten tersebut dapat dilihat pada tabel 4.1.

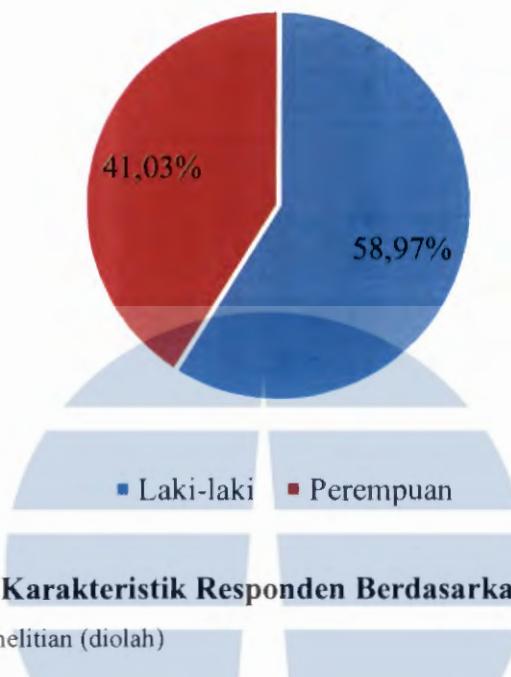
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Pengunjung Website

Karakteristik Responden	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
- Laki-laki	23	58,97
- Perempuan	16	41,03
Kelompok Umur		
- 15 – 24	16	41,03
- 25 – 34	12	30,77
- 35 – 44	8	20,51
- 45 – 54	3	7,69
Tingkat Pendidikan		
- SMA Sederajat	16	41,03
- Perguruan Tinggi/Akademi	23	58,97
Pekerjaan		
- PNS	21	53,85
- Wiraswasta	1	2,56
- Mahasiswa/Pelajar	16	42,03
- Lain-lain	1	2,56
Pendapatan Rata-rata per Bulan		
- < Rp.1.000.000	10	25,64
- Rp.1.000.000 – 2.000.000	1	2,56
- Rp.2.000.000 - 3.000.000	8	20,51
- Rp.3.000.000 – 4.000.000	7	17,95
- > Rp.4.000.000	13	33,33

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Berdasarkan data pada tabel 4.1, terlihat bahwa jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki lebih besar dibandingkan jumlah responden dengan jenis kelamin perempuan. Jumlah responden dengan jenis kelamin laki-laki ada sebanyak 23 orang (58,97 %), sementara responden dengan jenis kelamin

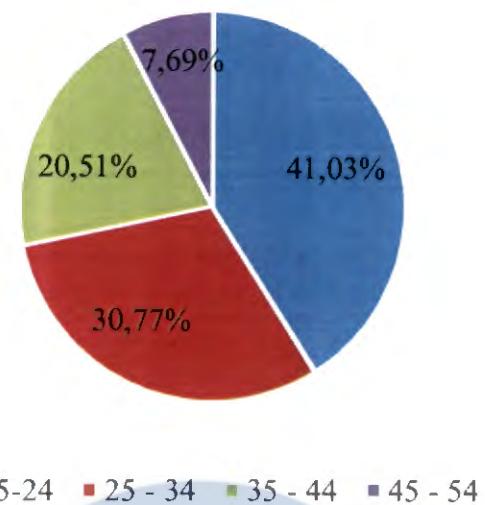
perempuan ada sebanyak 16 orang (41,03 %). Gambaran secara grafis karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat dalam gambar 4.1.



Gambar 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sumber : Data Penelitian (diolah)

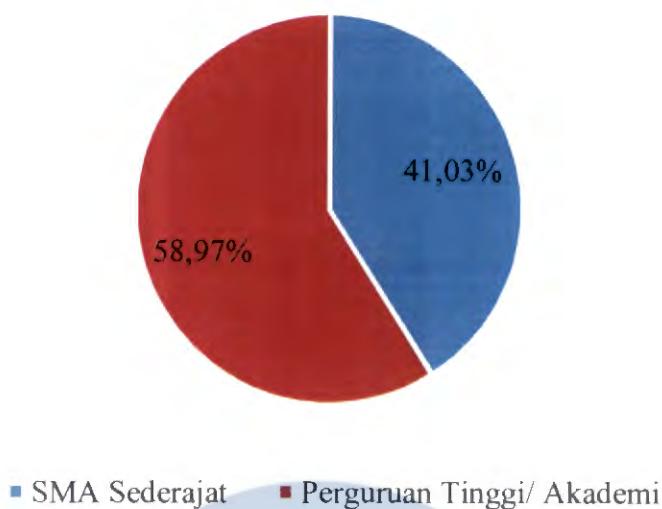
Untuk gambaran karakteristik umur, responden dibagi atas 4 kelompok umur, yaitu kelompok umur 15-24 tahun, 25-34 tahun, 35-44 tahun dan 45-44 tahun. Berdasarkan hasil perhitungan secara keseluruhan, diketahui bahwa jumlah responden terbanyak terdapat pada kelompok umur 15-24 tahun (merupakan kelompok usia sekolah), yaitu sebanyak 16 orang (41,03 %). Sementara itu, jumlah responden pada kelompok umur 25-34 tahun sebanyak 12 orang (30,77 %), diikuti oleh kelompok umur 35-44 tahun dengan jumlah responden sebanyak 8 orang (20,51%). Terakhir, jumlah responden pada kelompok umur 45-54 tahun sebanyak 3 orang (7,69%). Dari hasil penelitian, dapat diamati bahwa semakin muda kelompok umur maka semakin banyak jumlah responden. Gambaran secara grafis karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat dalam gambar 4.2 berikut ini :



Gambar 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kelompok Umur

Sumber : Data Penelitian (diolah)

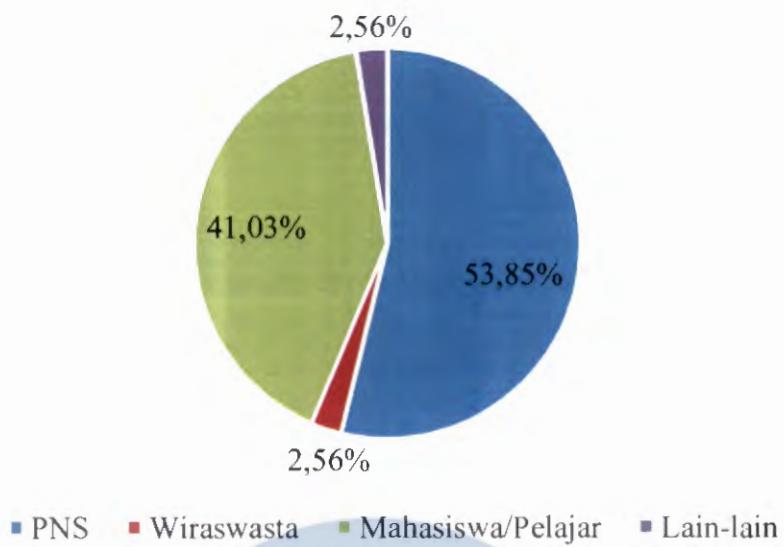
Berdasarkan tingkat pendidikan, responden terbagi menjadi dua (2) tingkat pendidikan, yaitu SMA sederajat dan perguruan tinggi/akademi. Dari hasil penelitian, jumlah responden terbanyak terdapat pada responden dengan tingkat pendidikan lulus perguruan tinggi/akademi yaitu sebanyak 23 responden (58,97%). Sementara itu, responden dengan tingkat pendidikan SMA sederajat sebanyak 16 orang (41,03%). Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa pengunjung *website* BPS Provinsi Banten cenderung terdiri dari kalangan masyarakat dengan pendidikan yang cukup baik yaitu SMA sederajat dan perguruan tinggi/akademi. Hal ini wajar, mengingat media informasi berbasis teknologi seperti *website* memerlukan kemampuan dasar dalam bidang teknologi informasi. Hal lain yang memungkinkan responden pengunjung *website* hanya dari lulusan SMA sederajat dan perguruan tinggi/akademi adalah adanya segmentasi pengguna data statistik. Gambaran secara grafis karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat dalam gambar 4.3.



Gambar 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Berdasarkan jenis pekerjaan, jumlah responden terbanyak terdapat pada responden dengan jenis pekerjaan pegawai negeri sipil (PNS), yaitu sebanyak 21 orang (53,85 %), selanjutnya diikuti responden dengan pekerjaan mahasiswa/pelajar sebanyak 16 orang (41,03 %), wiraswasta sebanyak 1 orang (2,56 %), dan lain-lain sebanyak 1 orang (2,56 %). Dari data tersebut terlihat bahwa pengunjung *website* BPS Provinsi Banten cenderung didominasi oleh kalangan pemerintahan dan akademisi/mahasiswa/pelajar, hal tersebut secara tidak langsung menggambarkan bahwa data statistik yang dihasilkan oleh BPS Provinsi Banten cenderung hanya dimanfaatkan oleh kalangan tertentu. Berdasarkan hasil kuesioner yang disebar dan wawancara kepada beberapa responden, diketahui bahwa jenis pekerjaan erat kaitannya dengan kunjungan ke *website* BPS Provinsi Banten. Gambaran secara grafis karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat dalam gambar 4.4.

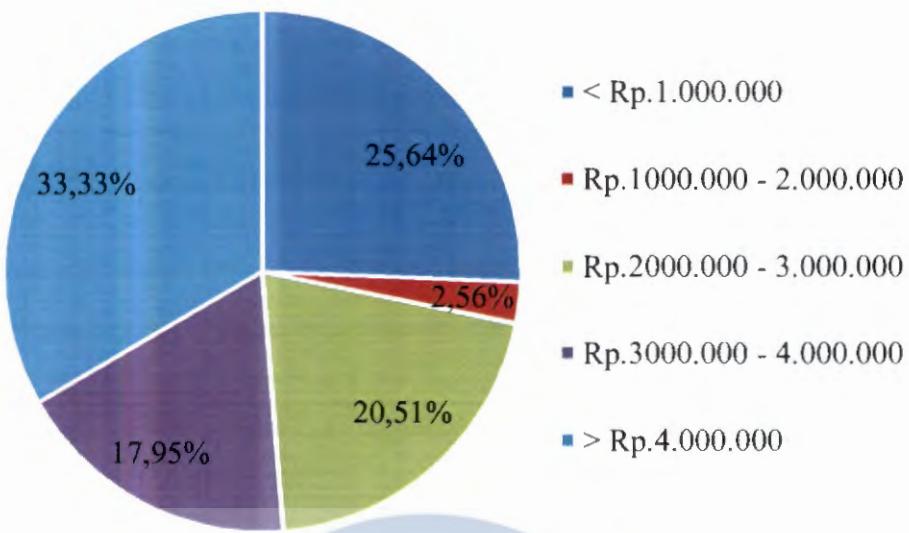


Gambar 4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Sementara itu, karakteristik pengunjung *website* berdasarkan pendapatan rata-rata per bulan dibagi atas lima (5) kelompok pendapatan, yaitu: <Rp.1.000.000, Rp.1.000.000-2.000.000, Rp. 2.000.000-3.000.000, Rp.3.000.000-4.000.000, dan > Rp.4.000.000. Berdasarkan data pada tabel 4.1 terlihat bahwa jumlah responden terbanyak berasal dari responden dengan kelompok pendapatan rata-rata per bulan sebesar > Rp.4000.000 yaitu sebanyak 13 orang (33,33 %). Sementara itu, jumlah responden pada kelompok pendapatan rata-rata per bulan sebesar < Rp.1.000.000 sebanyak 10 orang (25,64 %), diikuti kelompok pendapatan rata-rata per bulan sebesar Rp.2.000.000-3.000.000 sebanyak 8 orang (20,51 %), kelompok pendapatan rata-rata per bulan sebesar Rp.3.000.000-4.000.000 sebanyak 7 orang (17,95 %), dan kelompok pendapatan rata-rata per bulan sebesar Rp.1.000.000-2.000.000 sebanyak 1 orang (2,56 %).

Gambaran secara grafis karakteristik responden berdasarkan kelompok pendapatan rata-rata per bulan dapat dilihat dalam gambar berikut ini :



Gambar 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Rata-rata per Bulan

Sumber : Data Penelitian (diolah)

C. Uji Validitas

Pada penelitian ini, uji instrumen dilakukan terhadap 39 responden ($n=39$) dengan taraf signifikan 5%, maka diperoleh nilai r tabel adalah 0,316. Uji validitas instrumen (dalam hal ini kuesioner) dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor masing-masing atribut dengan skor totalnya dengan teknik korelasi yang digunakan korelasi *Pearson Product Moment*. Pengujian validitas pada instrumen penelitian ini terbagi atas 2 bagian, yaitu pada butir-butir pertanyaan kuesioner pada aspek persepsi dan tingkat kepentingan menurut responden. Uji validitas yang pertama dilakukan terhadap butir-butir pertanyaan pada aspek persepsi responden. Berdasarkan hasil perhitungan dengan program SPSS, didapatkan nilai r hitung untuk ke 22 pertanyaan pada aspek persepsi, seperti terlihat dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Instrumen Pada Aspek Persepsi Responden

Dimensi	No	r hitung	r tabel	Keterangan	Kesimpulan
Kegunaan (<i>Usability</i>)	P1	0,538	0,316	r hitung > r tabel	Valid
	P2	0,615		r hitung > r tabel	Valid
	P3	0,516		r hitung > r tabel	Valid
	P4	0,484		r hitung > r tabel	Valid
	P5	0,811		r hitung > r tabel	Valid
	P6	0,496		r hitung > r tabel	Valid
	P7	0,762		r hitung > r tabel	Valid
	P8	0,628		r hitung > r tabel	Valid
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	P9	0,782	0,316	r hitung > r tabel	Valid
	P10	0,815		r hitung > r tabel	Valid
	P11	0,727		r hitung > r tabel	Valid
	P12	0,667		r hitung > r tabel	Valid
	P13	0,743		r hitung > r tabel	Valid
	P14	0,403		r hitung > r tabel	Valid
	P15	0,666		r hitung > r tabel	Valid
Kualitas Interaksi Layanan (<i>Service Interaction Quality</i>)	P16	0,624	0,316	r hitung > r tabel	Valid
	P17	0,417		r hitung > r tabel	Valid
	P18	0,566		r hitung > r tabel	Valid
	P19	0,564		r hitung > r tabel	Valid
	P20	0,483		r hitung > r tabel	Valid
	P21	0,560		r hitung > r tabel	Valid
	P22	0,592		r hitung > r tabel	Valid

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Berdasarkan tabel 4.2, dapat dilihat bahwa r hitung dari ke 22 pernyataan pada kuesioner lebih besar dari r tabel. Dengan demikian, ke 22 pernyataan tersebut merupakan item yang valid untuk digunakan sebagai kuesioner.

Setelah dilaksanakan uji validitas terhadap persepsi responden, selanjutnya dilakukan uji validitas terhadap butir-butir atribut pada aspek tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut responden. Adapun hasil uji validitas butir atribut pada tingkat kepentingan menurut responden dapat dilihat dalam tabel 4.3.

Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Instrumen Pada Aspek Tingkat Kepentingan

Dimensi	No	r hitung	r tabel	Keterangan	Kesimpulan
Kegunaan (<i>Usability</i>)	P1	0,657	0,316	r hitung > r tabel	Valid
	P2	0,603		r hitung > r tabel	Valid
	P3	0,618		r hitung > r tabel	Valid
	P4	0,650		r hitung > r tabel	Valid
	P5	0,560		r hitung > r tabel	Valid
	P6	0,652		r hitung > r tabel	Valid
	P7	0,635		r hitung > r tabel	Valid
	P8	0,806		r hitung > r tabel	Valid
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	P9	0,653	0,316	r hitung > r tabel	Valid
	P10	0,763		r hitung > r tabel	Valid
	P11	0,587		r hitung > r tabel	Valid
	P12	0,678		r hitung > r tabel	Valid
	P13	0,794		r hitung > r tabel	Valid
	P14	0,756		r hitung > r tabel	Valid
	P15	0,721		r hitung > r tabel	Valid
Kualitas Interaksi Layanan (<i>Service Interaction Quality</i>)	P16	0,704	0,316	r hitung > r tabel	Valid
	P17	0,661		r hitung > r tabel	Valid
	P18	0,587		r hitung > r tabel	Valid
	P19	0,554		r hitung > r tabel	Valid
	P20	0,546		r hitung > r tabel	Valid
	P21	0,460		r hitung > r tabel	Valid
	P22	0,705		r hitung > r tabel	Valid

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Berdasarkan tabel 4.3, dapat diketahui bahwa ke 22 pernyataan pada aspek tingkat kepentingan menurut responden memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan demikian ke 22 pernyataan tersebut merupakan instrumen yang valid digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan menurut pengunjung website.

D. Uji Reliabilitas

Pada penelitian ini dilakukan uji reliabilitas terhadap butir-butir pernyataan pada aspek persepsi dan tingkat kepentingan menurut responden.

Pada aspek persepsi, berdasarkan hasil perhitungan menggunakan software SPSS diperoleh nilai koefesien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,918. Karena nilai koefesien alpha lebih besar dari 0,60, maka butir-butir pernyataan pada aspek persepsi tersebut memiliki reliabilitas yang baik.

Selanjutnya dilakukan pengujian reliabilitas untuk butir-butir pertanyaan pada tingkat kepentingan menurut responden. Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai koefesien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,932. Karena nilai koefesien alpha lebih besar dari 0,60, maka butir-butir pertanyaan pada aspek tingkat kepentingan menurut responden juga memiliki reliabilitas yang baik.

E. Gambaran Jawaban Responden Menurut Dimensi

1. Dimensi Kegunaan (*Usability*)

Di dalam Tabel 4.4 dijelaskan mengenai frekuensi jawaban responden menurut persepsi terhadap dimensi kegunaan (*usability*). Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa total skor tertinggi persepsi responden pada dimensi kegunaan (*usability*) ada pada atribut “mendapatkan tambahan pengetahuan dari informasi website” yaitu total skor 134 dengan rincian sebanyak 22 responden setuju (S) dan 17 responden sangat setuju (SS). Sementara itu, skor terendah persepsi responden pada dimensi kegunaan (*usability*) ada pada atribut “website memiliki ketepatan dalam penyusunan tata letak informasi” yaitu total skor 118 dengan rincian sebanyak 6 responden tidak setuju (TS), 26 responden setuju (S) dan 7 responden sangat setuju (SS). Secara total, dimensi kegunaan (*usability*) mendapat skor persepsi sebesar 1.002 dengan rata-rata 3,21 (setuju). Secara

lengkap, skor persepsi dimensi kegunaan (*usability*) per atribut dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Persepsi Terhadap Dimensi Kegunaan (*Usability*)

No	Atribut	Frekuensi Jawaban				Total Skor	Rata-rata
		STS	TS	S	SS		
1	Mudah untuk mempelajari cara pengoperasian <i>website</i>	-	2	27	10	125	3,21
2	Mudah berinteraksi dengan <i>website</i>	-	-	30	9	126	3,23
3	Mudah untuk bennavigasi dalam <i>website</i>	-	-	33	6	123	3,15
4	Mendapatkan tambahan pengetahuan dari informasi <i>website</i>	-	-	22	17	134	3,44
5	Mudah untuk menemukan alamat <i>website</i>	-	-	28	11	128	3,28
6	Tampilan <i>website</i> sesuai dengan jenis <i>website</i> institusi pemerintah	-	3	28	8	122	3,13
7	<i>Website</i> memiliki ketepatan dalam penyusunan tata letak informasi	-	6	26	7	118	3,03
8	<i>Website</i> memiliki tampilan yang menarik	-	2	26	11	126	3,23
Dimensi Kegunaan		-	13	220	79	1.002	3,21

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Di dalam Tabel 4.5 dijelaskan mengenai frekuensi jawaban responden menurut tingkat kepentingan per atribut terhadap dimensi kegunaan (*usability*).

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa total skor tertinggi tingkat kepentingan menurut responden pada dimensi kegunaan (*usability*) ada pada atribut “mudah untuk menemukan alamat *website*” yaitu total skor 140 dengan rincian sebanyak 16 responden menjawab (P) dan 23 responden menjawab sangat penting (SP). Sementara itu, skor terendah tingkat kepentingan per atribut responden pada dimensi kegunaan (*usability*) ada pada atribut “mudah

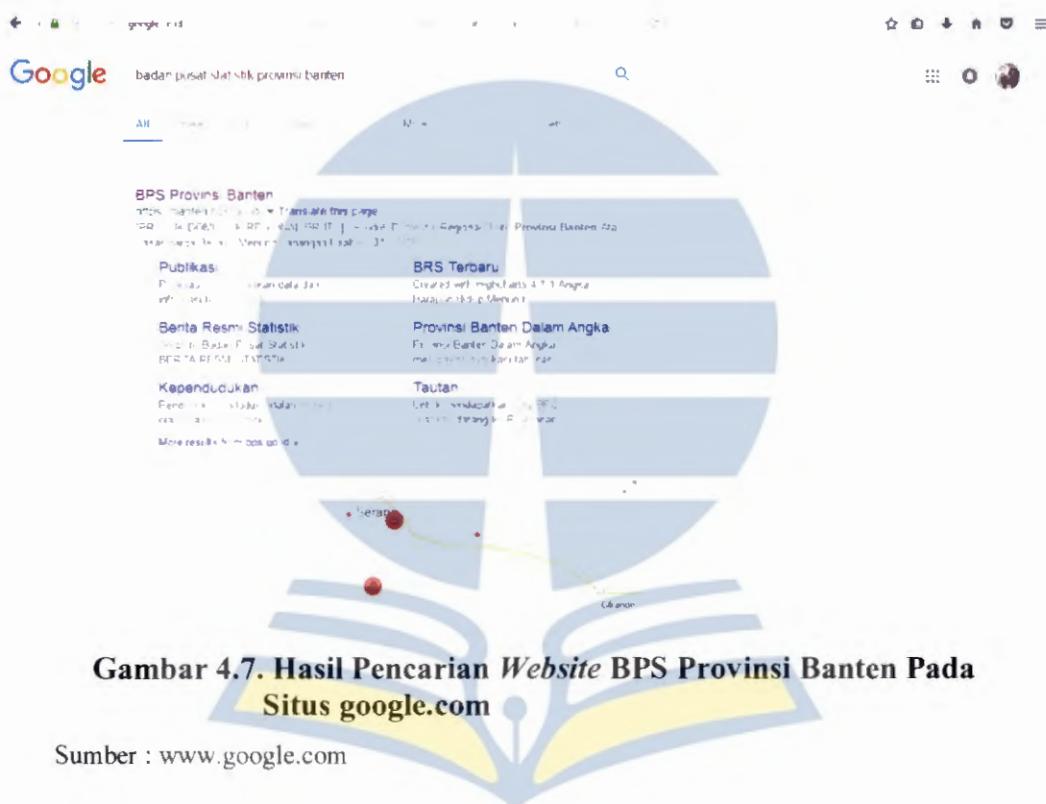
untuk bernaligasi dalam website” yaitu total skor 123 dengan rincian sebanyak 33 responden menjawab penting (P) dan 6 responden sangat penting (SP). Secara total, dimensi kegunaan (*usability*) mendapat skor tingkat kepentingan menurut responden sebesar 1.033 dengan rata-rata 3,31 (penting). Dengan rata-rata jawaban responden per atribut lebih besar dari 3, dapat disimpulkan bahwa semua atribut pada dimensi kegunaan (*usability*) dianggap penting oleh responden. Secara lengkap, skor tingkat kepentingan per atribut dimensi kegunaan (*usability*) dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Tingkat Kepentingan per Atribut Terhadap Dimensi Kegunaan (*Usability*)

No	Atribut	Frekuensi Jawaban				Total Skor	Rata-rata
		STP	TP	P	SP		
1	Mudah untuk mempelajari cara pengoperasian website	-	-	28	11	128	3,28
2	Mudah berinteraksi dengan website	-	2	25	12	127	3,26
3	Mudah untuk bernaligasi dalam website	-	-	33	6	123	3,15
4	Mendapatkan tambahan pengetahuan dari informasi website	-	-	25	14	131	3,36
5	Mudah untuk menemukan alamat website	-	-	16	23	140	3,59
6	Tampilan website sesuai dengan jenis website institusi pemerintah	-	4	24	11	124	3,18
7	Website memiliki ketepatan dalam penyusunan tata letak informasi	-	2	25	12	127	3,26
8	Website memiliki tampilan yang menarik	-	-	23	16	133	3,41
Dimensi Kegunaan		-	8	199	105	1.033	3,31

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Dari penjelasan di atas, kemudahan untuk menemukan alamat *website* BPS Provinsi Banten menjadi atribut yang dianggap paling penting oleh responden pada dimensi kegunaan (*usability*). Harapan tersebut nampaknya telah terealisasi dengan munculnya alamat *website* BPS Provinsi Banten pada urutan pertama pada saat peneliti memasukkan beberapa kata kunci pencarian menggunakan situs pencari google.com yang diakses pada tanggal 18 Juli 2017.



Gambar 4.7. Hasil Pencarian Website BPS Provinsi Banten Pada Situs google.com

Sumber : www.google.com

Dari gambar di atas, dapat dilihat bahwa dengan menggunakan kata kunci “badan pusat statistik provinsi banten” pada situs pencari google.com, ditemukan sebanyak 181.000 hasil pencarian dan menempatkan alamat *website* BPS Provinsi Banten pada urutan teratas. Begitu juga ketika peneliti mencoba dengan kata kunci lain yang masih berkaitan, hasilnya selalu menunjukkan *website* BPS Provinsi Banten pada urutan teratas. Berikut ini tabel hasil percobaan pencarian

website BPS Provinsi Banten dengan bantuan situs pencari google.com menggunakan beberapa kata kunci.

Tabel 4.6. Hasil Percobaan Pencarian Alamat Website BPS Provinsi Banten Dengan Situs Pencari google.com

No	Kata Kunci	Jumlah Hasil Pencarian	Urutan
1	badan pusat statistik provinsi banten	171.000	Pertama
2	bps provinsi banten	171.000	Pertama
3	bps banten	441.000	Pertama
4	website badan pusat statistik provinsi banten	103.000	Pertama
5	website bps provinsi banten	98.600	Pertama
6	website bps banten	885.000	Pertama
7	data banten	22.500.000	Pertama
8	statistik banten	407.000	Pertama

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Dengan menggunakan beberapa kata kunci, diperoleh jumlah hasil pencarian yang berbeda-beda namun selalu menempatkan alamat *website* BPS Provinsi Banten pada urutan pertama. Sebagai contoh, dengan menggunakan kata kunci “data banten”, diperoleh hasil pencarian sebanyak 22.500.000 hasil pencarian dan menempatkan alamat *website* BPS Provinsi Banten di urutan pertama. Hal tersebut dapat menggambarkan bahwa setiap pencarian data banten pada situs pencari google.com akan mengarahkan ke *website* BPS Provinsi Banten.

2. Dimensi Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Di dalam Tabel 4.6 dijelaskan mengenai frekuensi jawaban responden menurut persepsi terhadap dimensi kualitas informasi (*information quality*). Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa total skor tertinggi persepsi responden pada dimensi kualitas informasi (*information quality*) ada pada atribut “*website* menyediakan informasi yang mudah untuk dipahami” yaitu

total skor 130 dengan rincian sebanyak 2 responden tidak setuju (TS), 22 responden setuju (S) dan 15 responden sangat setuju (SS). Sementara itu, skor terendah persepsi responden pada dimensi kualitas informasi (*information quality*) ada pada atribut “*website memberikan informasi pada tingkatan yang tepat dan terperinci*” yaitu total skor 111 dengan rincian sebanyak 8 responden tidak setuju (TS), 29 responden setuju (S) dan 2 responden sangat setuju (SS). Secara total, dimensi kualitas informasi (*information quality*) mendapat skor persepsi sebesar 857 dengan rata-rata 3,14 (setuju). Secara lengkap, skor persepsi dimensi kualitas informasi (*information quality*) dapat dilihat pada Tabel 4.7.

Tabel 4.7. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Persepsi Terhadap Dimensi Kualitas Informasi (*Information Quality*)

No	Atribut	Frekuensi Jawaban				Total Skor	Rata-rata
		STS	TS	S	SS		
1	<i>Website menyediakan informasi yang akurat</i>	-	4	24	11	124	3,18
2	<i>Website memberikan informasi yang dapat dipercaya</i>	-	-	27	12	129	3,31
3	<i>Website menyediakan informasi yang tepat waktu</i>	-	8	24	7	116	2,97
4	<i>Website menyediakan informasi yang relevan</i>	-	2	29	8	123	3,15
5	<i>Website menyediakan informasi yang mudah untuk dipahami</i>	-	2	22	15	130	3,33
6	<i>Website memberikan informasi pada tingkatan yang tepat dan terperinci</i>	-	8	29	2	111	2,85
7	<i>Website menyajikan informasi dalam format yang sesuai</i>	-	3	26	10	124	3,18
Dimensi Kualitas Informasi		-	27	181	65	857	3,14

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Di dalam Tabel 4.8 dijelaskan mengenai frekuensi jawaban responden menurut tingkat kepentingan per atribut terhadap dimensi kualitas informasi (*information quality*). Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa total skor tertinggi tingkat kepentingan menurut responden pada dimensi kualitas informasi (*information quality*) ada pada atribut “*website menyediakan informasi yang akurat*” yaitu total skor 141 dengan rincian sebanyak 15 responden menjawab (P) dan 24 responden menjawab sangat penting (SP). Sementara itu, skor terendah tingkat kepentingan per atribut responden pada dimensi kualitas informasi (*information quality*) ada pada atribut “*website menyediakan informasi yang tepat waktu*” yaitu total skor 130 dengan rincian sebanyak 3 responden menjawab tidak penting (TP), 20 responden menjawab penting (P) dan 16 responden sangat penting (SP). Secara total, dimensi kualitas informasi (*information quality*) mendapat skor tingkat kepentingan menurut responden sebesar 939 dengan rata-rata 3,44 (penting). Dengan rata-rata jawaban responden per atribut lebih besar dari 3, dapat disimpulkan bahwa secara umum atribut pada dimensi kualitas informasi (*information quality*) dianggap penting oleh responden. Secara lengkap, skor tingkat kepentingan per atribut dimensi kualitas informasi (*information quality*) dapat dilihat pada Tabel 4.8.

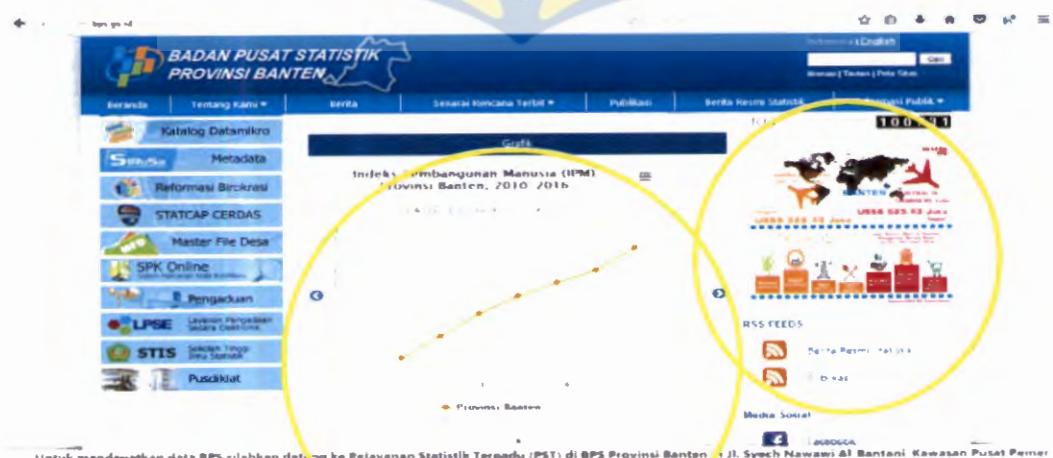
Tabel 4.8. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Tingkat Kepentingan per Atribut Terhadap Dimensi Kualitas Informasi (*Information Quality*)

No	Atribut	Frekuensi Jawaban				Total Skor	Rata-rata
		STP	TP	P	SP		
1	<i>Website menyediakan informasi yang akurat</i>	-	-	15	24	141	3,62
2	<i>Website memberikan informasi yang dapat dipercaya</i>	-	-	19	20	137	3,51

3	<i>Website menyediakan informasi yang tepat waktu</i>	-	3	20	16	130	3,33
4	<i>Website menyediakan informasi yang relevan</i>	-	-	24	15	132	3,38
5	<i>Website menyediakan informasi yang mudah untuk dipahami</i>	-	-	22	17	134	3,44
6	<i>Website memberikan informasi pada tingkatan yang tepat dan terperinci</i>	-	-	24	15	132	3,38
7	<i>Website menyajikan informasi dalam format yang sesuai</i>	-	-	23	16	133	3,41
Dimensi Kualitas Informasi		-	3	147	123	939	3,44

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Aspek kemudahan dalam membaca data/informasi oleh pengunjung *website* menjadi hal yang sangat penting bagi BPS Provinsi Banten sebagai lembaga pemerintah yang bertugas sebagai penyedia data. Dalam *website* BPS Provinsi Banten, terdapat infografis yang bertujuan agar pengunjung dapat memahami informasi dengan mudah walaupun hanya dengan melihat sekilas. Infografis tersebut disajikan dalam bentuk grafik dan gambar yang memuat data/informasi statistik terkini. Gambar berikut merupakan tampilan infografis dalam *website* BPS Provinsi Banten.



Gambar 4.8. Tampilan Infografis Website BPS Provinsi Banten

Sumber : BPS Provinsi Banten (2017)

Dari gambar tersebut, dapat dilihat bahwa untuk infografis berupa grafik terletak pada bagian tengah halaman beranda *website*, sedangkan infografis berupa gambar terletak pada bagian kanan halaman beranda *website*. Pada gambar di atas, infografis berupa grafik menunjukkan data Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Provinsi Banten tahun 2010-2016, sedangkan infografis berupa gambar menunjukkan data Ekspor Impor Provinsi Banten Periode Januari-Desember 2016. Kedua infografis tersebut berupa slide dinamis yang dapat otomatis berganti setiap beberapa detik. Pengunjung *website* dapat mengklik infografis yang diinginkan untuk dapat memperbesar tampilan.

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

Di dalam Tabel 4.9 dijelaskan mengenai frekuensi jawaban responden menurut persepsi terhadap dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa total skor tertinggi persepsi responden pada dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) ada pada atribut “*website* memiliki reputasi yang baik” yaitu total skor 125 dengan rincian sebanyak 31 responden setuju (S) dan 8 responden sangat setuju (SS). Sementara itu, skor terendah persepsi responden pada dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) ada pada atribut “*website* memberikan ruang untuk personalisasi” yaitu total skor 114 dengan rincian sebanyak 10 responden tidak setuju (TS), 22 responden setuju (S) dan 7 responden sangat setuju (SS). Secara total, dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) mendapat skor persepsi sebesar 833 dengan rata-rata 3,05 (setuju). Secara lengkap, skor persepsi dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dapat dilihat pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Persepsi Terhadap Dimensi Kualitas Interaksi Layanan (*Service Interaction Quality*)

No	Atribut	Frkuensi Jawaban				Total Skor	Rata-rata
		STS	TS	S	SS		
1	<i>Website</i> memiliki reputasi yang baik	-	-	31	8	125	3,21
2	Merasa aman untuk melakukan transaksi	-	5	27	7	119	3,05
3	Merasa aman terhadap informasi pribadi	-	6	28	5	116	2,97
4	<i>Website</i> memberikan ruang untuk personalisasi	-	10	22	7	114	2,92
5	<i>Website</i> memberikan ruang untuk komunitas	-	9	22	8	116	2,97
6	<i>Website</i> memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS Provinsi Banten	-	2	29	8	123	3,15
7	Merasa yakin bahwa jasa (data) akan diperoleh sesuai keinginan	-	4	28	7	120	3,08
Dimensi Kualitas Interaksi Layanan		-	36	187	50	833	3,05

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Di dalam Tabel 4.10 dijelaskan mengenai frekuensi jawaban responden menurut tingkat kepentingan per atribut terhadap dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa total skor tertinggi tingkat kepentingan menurut responden pada dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) ada pada atribut “*website* memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS Provinsi Banten” yaitu total skor 130 dengan rincian sebanyak 26 responden menjawab (P) dan 13 responden menjawab sangat penting (SP). Sementara itu, skor terendah tingkat kepentingan per atribut responden pada dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) ada pada atribut “*website* memberikan

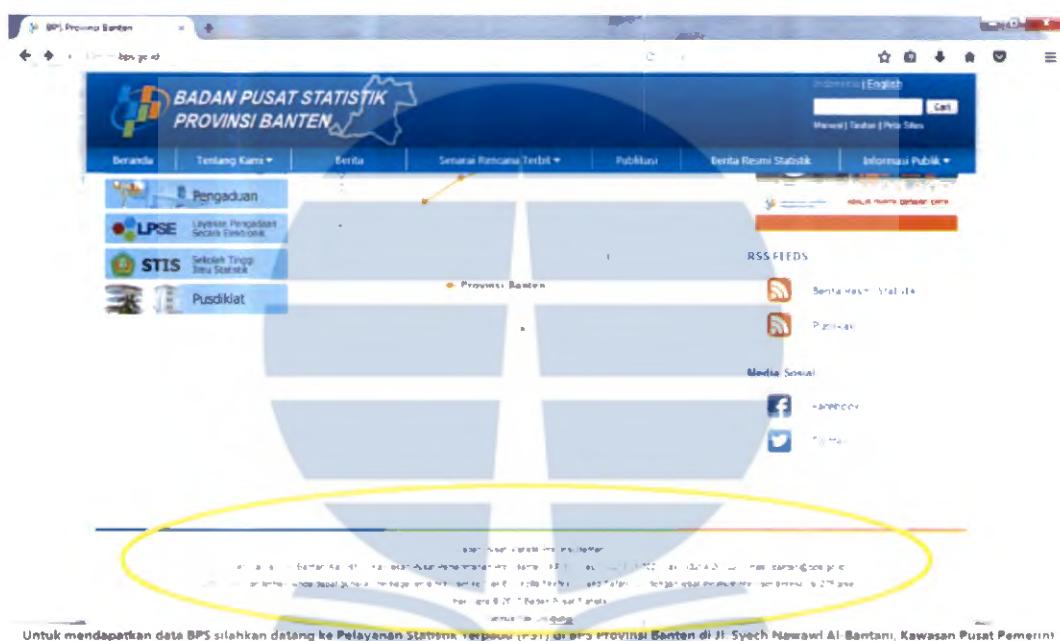
ruang untuk personalisasi” yaitu total skor 117 dengan rincian sebanyak 10 responden menjawab tidak penting (TP), 19 responden menjawab penting (P) dan 10 responden sangat penting (SP). Secara total, dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) mendapat skor tingkat kepentingan menurut responden sebesar 868 dengan rata-rata 3,18 (penting). Dengan rata-rata jawaban responden per atribut lebih besar dari 3, dapat disimpulkan bahwa secara umum atribut pada dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dianggap penting oleh responden. Secara lengkap, skor tingkat kepentingan per atribut dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10. Frekuensi Jawaban Responden Menurut Tingkat Kepentingan per Atribut Terhadap Dimensi Kualitas Interaksi Layanan (*Service Interaction Quality*)

No	Atribut	Frekuensi Jawaban				Total Skor	Rata-rata
		STP	TP	P	SP		
1	<i>Website</i> memiliki reputasi yang baik	-	-	28	11	128	3,28
2	Merasa aman untuk melakukan transaksi	-	4	26	9	122	3,13
3	Merasa aman terhadap informasi pribadi	-	1	26	12	128	3,28
4	<i>Website</i> memberikan ruang untuk personalisasi	-	10	19	10	117	3,00
5	<i>Website</i> memberikan ruang untuk komunitas	-	7	24	8	118	3,03
6	<i>Website</i> memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS Provinsi Banten	-	-	26	13	130	3,33
7	Merasa yakin bahwa jasa (data) akan diperoleh sesuai keinginan	-	2	27	10	125	3,21
Dimensi Kualitas Informasi		-	24	176	73	868	3,18

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Dalam rangka memudahkan pengunjung *website* untuk berinteraksi dengan BPS Provinsi Banten, pada bagian *footer website* diberikan keterangan terkait alamat, email, nomor telepon, dan nomor fax. Dengan demikian, pengunjung *website* mendapatkan kemudahan dalam berkomunikasi dengan BPS Provinsi Banten baik secara langsung dengan datang ke Kantor BPS Provinsi Banten maupun secara *online* melalui telepon, fax dan email.



Gambar 4.9. Tampilan Footer Website BPS Provinsi Banten

Sumber : BPS Provinsi Banten (2017)

F. Analisis Perbedaan

Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik uji beda t (*Paired Samples T Test*). Hasil analisis terhadap dimensi kualitas informasi (*information quality*) dan dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata antara persepsi aktual dan harapan ideal pada dua dimensi tersebut. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi masing-masing yang sebesar 0,002 dan 0,009, atau nilai

signifikansi dari dua dimensi tersebut kurang dari 0,05. Artinya, perbedaan rata-rata antara persepsi dan harapan pengunjung *website* terhadap kualitas pelayanan *website* adalah signifikan. Sementara itu, hasil yang berbeda ditunjukkan pada dimensi kegunaan (*usability*) yang mempunyai nilai signifikansi sebesar $0,066 > 0,05$ yang menunjukkan tidak ada perbedaan yang berarti antara persepsi aktual dan harapan ideal pengunjung *website* BPS Provinsi Banten pada dimensi tersebut. Artinya pada dimensi kegunaan (*usability*) pelayanan *website* BPS Provinsi Banten sudah dianggap baik kualitasnya oleh pengunjung *website* BPS Provinsi Banten.

Secara rinci hasil uji hipotesis dimensi kegunaan (*usability*), dimensi kualitas informasi (*information quality*) dan dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) menggunakan teknik uji beda t (*Paired Samples T Test*) ditampilkan dalam Tabel 4.11.

Tabel 4.11. Hasil Uji Hipotesis

Dimensi		Mean	t hitung	Sig.	Ket.
Kegunaan (<i>Usability</i>)	Persepsi	3,21	-0,099	-2,180	TIDAK BEDA
	Harapan	3,31			
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	Persepsi	3,14	-0,300	-5,271	BEDA NYATA
	Harapan	3,44			
Kualitas Interaksi Layanan (<i>Service Interaction Quality</i>)	Persepsi	3,05	-0,128	-3,767	BEDA NYATA
	Harapan	3,18			

Sumber : Data Penelitian (diolah)

G. *Importance Performance Analisys (IPA)*

Tahapan dalam metode *Importance Performance Analysis (IPA)* dimulai dengan menentukan tingkat kesesuaian antara tingkat *importance* (tingkat

kepentingan) dan *performance* (persepsi), kemudian menghitung rata-rata untuk setiap atribut yang dipersepsikan oleh pengunjung *website* dilanjutkan dengan menghitung rata-rata seluruh atribut *importance* (tingkat kepentingan) dan *performance* (persepsi) yang akan menjadi batas dalam *Importance Performance Matrix* (Diagram Kartesius). Langkah terakhir adalah penjabaran tiap atribut ke dalam diagram kartesius.

1. Analisis Tingkat Kesesuaian dan Rata-rata Persepsi dan Harapan

Berdasarkan hasil penelitian, dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian dan rata-rata persepsi dan tingkat kepentingan atribut menurut pengunjung *website*. Tingkat kesesuaian (TK) adalah hasil perbandingan skor persepsi dengan skor yang diharapkan dikali 100%. Sedangkan rata-rata persepsi dan harapan dihasilkan dari total skor dibagi jumlah sampel. Hasil perhitungan tingkat kesesuaian dan rata-rata persepsi dan harapan untuk dimensi kegunaan (*usability*) dapat dilihat pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian dan Rata-rata Persepsi dan Harapan Dimensi Kegunaan

Atribut	Persepsi (X_i)		Harapan (Y_i)		(%) Tki
	Total Skor	Mean	Total Skor	Mean	
(1)	125	3,21	128	3,28	97,66
(2)	126	3,23	127	3,26	99,21
(3)	123	3,15	123	3,15	100,00
(4)	134	3,44	131	3,36	102,29
(5)	128	3,28	140	3,59	91,43
(6)	122	3,13	124	3,18	98,39
(7)	118	3,03	127	3,26	92,91
(8)	126	3,23	133	3,41	94,74
Rata-rata	$\bar{X}_i = 3,21$		$\bar{Y}_i = 3,31$		97,00

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.12, dimensi kegunaan (*usability*) memiliki kesesuaian sebesar 97,00%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan *website* BPS Provinsi Banten cukup berhasil pada aspek kegunaan (*usability*). Jika diamati per atribut, maka dapat dilihat bahwa ada 2 atribut yaitu (3) dan (4) yang dapat mencapai tingkat kesesuaian hingga 100%. Bahkan untuk atribut (4) mendapatkan tambahan pengetahuan dari informasi *website*, mencapai tingkat kesesuaian sebesar 102,29%. Artinya, kualitas *website* BPS Provinsi Banten dalam hal memberikan tambahan pengetahuan dari informasi *website* kepada pengunjung sangat memuaskan. Sementara itu, tingkat kesesuaian terendah ditunjukkan atribut (5) mudah untuk menemukan alamat *website*, yakni sebesar 91,43%.

Selanjutnya, perhitungan tingkat kesesuaian persepsi dan harapan untuk dimensi kualitas informasi (*information quality*) dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian dan Rata-rata Persepsi dan Harapan Dimensi Kualitas Informasi

Atribut	Persepsi (\bar{X}_i)		Harapan (\bar{Y}_i)		(%) T_{ki}
	Total Skor	Mean	Total Skor	Mean	
(9)	124	3,18	141	3,62	87,94
(10)	129	3,31	137	3,51	94,16
(11)	116	2,97	130	3,33	89,23
(12)	123	3,15	132	3,38	93,18
(13)	130	3,33	134	3,44	97,01
(14)	111	2,85	132	3,38	84,09
(15)	124	3,18	133	3,41	93,23
Rata-rata	$\bar{X}_i = 2,75$		$\bar{Y}_i = 3,01$		91,27

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.13, dimensi kualitas informasi (*information quality*) memiliki tingkat kesesuaian sebesar 91,27%. Tingkat kesesuaian tertinggi ada pada atribut (13) *website* menyediakan informasi yang mudah untuk dipahami, yaitu sebesar 97,01%, sedangkan tingkat kesesuaian terendah ada pada atribut (14) *Website memberikan informasi pada tingkatan yang tepat dan terperinci*, yakni sebesar 84,09%. Hal tersebut mengindikasikan bahwa akurasi informasi *website* BPS Provinsi Banten masih lebih perlu ditingkatkan dibanding atribut yang lain.

Perhitungan tingkat kesesuaian persepsi dan harapan untuk dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dapat dilihat pada Tabel 4.14.

Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Tingkat Kesesuaian dan Rata-rata Persepsi dan Harapan Dimensi Kualitas Interaksi Layanan

Atribut	Persepsi (X_i)		Harapan (Y_i)		(%) Tki
	Total Skor	Mean	Total Skor	Mean	
(16)	125	3,21	128	3,28	97,66
(17)	119	3,05	122	3,13	97,54
(18)	116	2,97	128	3,28	90,63
(19)	114	2,92	117	3,00	97,44
(20)	116	2,97	118	3,03	98,31
(21)	123	3,15	130	3,33	94,62
(22)	120	3,08	125	3,21	96,00
Rata-rata	$\bar{X}_i = 2,67$		$\bar{Y}_i = 2,78$		95,97

Sumber : Data Penelitian (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.14, dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) adalah dimensi yang memiliki kesesuaian sebesar 95,97%. Tingkat kesesuaian tertinggi ada pada atribut (20) *website memberikan ruang*

untuk komunitas, yaitu sebesar 98,31%. Sementara itu, tingkat kesesuaian pada atribut (18) merasa aman terhadap informasi pribadi, menjadi yang terendah yaitu sebesar 90,63%.

Dari penjelasan di atas, diketahui dimensi dengan tingkat kesesuaian tertinggi adalah dimensi kegunaan (*usability*) yaitu sebesar 97,00%, diikuti oleh dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) yaitu 95,97%. Sementara itu, dimensi dengan tingkat kesesuaian yang paling rendah adalah dimensi kualitas informasi (*information quality*) yaitu sebesar 91,27%, hal tersebut mengindikasikan bahwa kualitas informasi (*information quality*) merupakan dimensi yang paling perlu ditingkatkan oleh pihak pengelola *website* dalam meningkatkan kualitas pelayanan *website*.

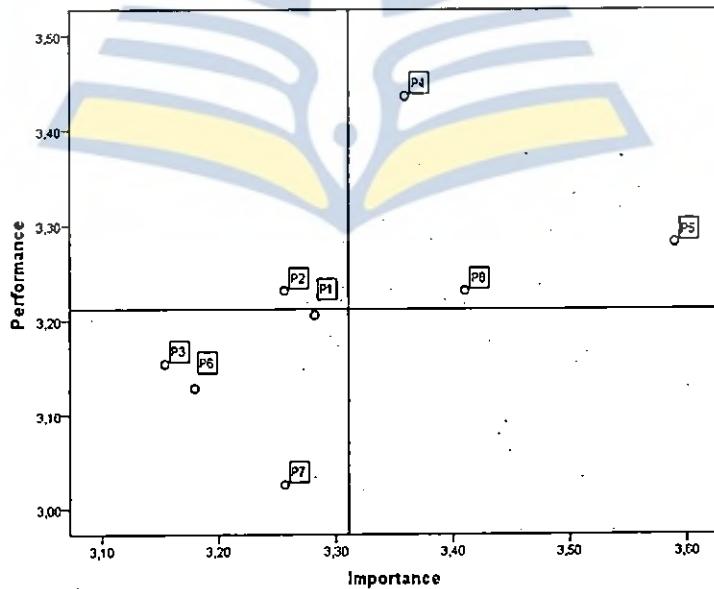
2. *Importance Performance Matrix (Diagram Kartesius)*

Importance Performance Analisys (IPA) digunakan untuk menentukan skala prioritas yaitu atribut mana saja yang perlu segera ditingkatkan karena dianggap penting oleh pengunjung *website*, atribut yang perlu tetap dipertahankan dan atribut mana yang prioritasnya rendah (kurang penting) sehingga bisa diabaikan, serta atribut yang dianggap terlalu berlebihan kinerjanya sehingga salah fokus. Atribut yang berada dalam kuadran I (*Concentrate Here*) dianggap sangat penting tetapi memiliki tingkat kinerja yang cukup rendah. Atribut yang berada dalam kuadran II (*Keep up The Good Work*) dianggap sangat penting dan pada saat yang bersamaan dianggap memiliki tingkat kinerja yang tinggi. Atribut yang berada dalam kuadran III (*Low Priority*) dianggap memiliki tingkat kepentingan yang rendah dan berkinerja yang relatif rendah. Atribut yang berada dalam kuadran IV (*Possible*

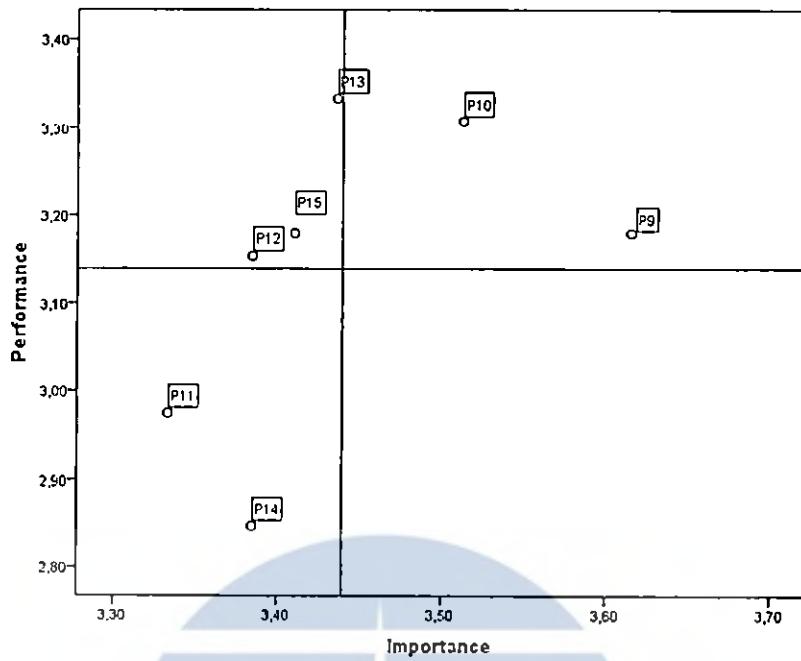
Overkill) dianggap kurang penting, akan tetapi layanannya dianggap memiliki kinerja yang baik.

Dari hasil perhitungan pada tabel 4.12, 4.13, dan 4.14 diperoleh nilai rata-rata persepsi dan nilai rata-rata harapan/tingkat kepentingan dimensi kegunaan (*usability*), dimensi kualitas informasi (*information quality*), dan dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Nilai rata-rata persepsi dan nilai rata-rata harapan/tingkat kepentingan selanjutnya digunakan untuk menentukan posisi penempatan tiap atribut pada diagram kartesius. Selanjutnya, diagram kartesius dibagi menjadi empat (4) wilayah yang dibatasi oleh nilai rata-rata seluruh atribut di tingkat persepsi (*performance*) pada sumbu X dan harapan/tingkat kepentingan (*importance*) pada sumbu Y menurut dimensi yang telah ditentukan.

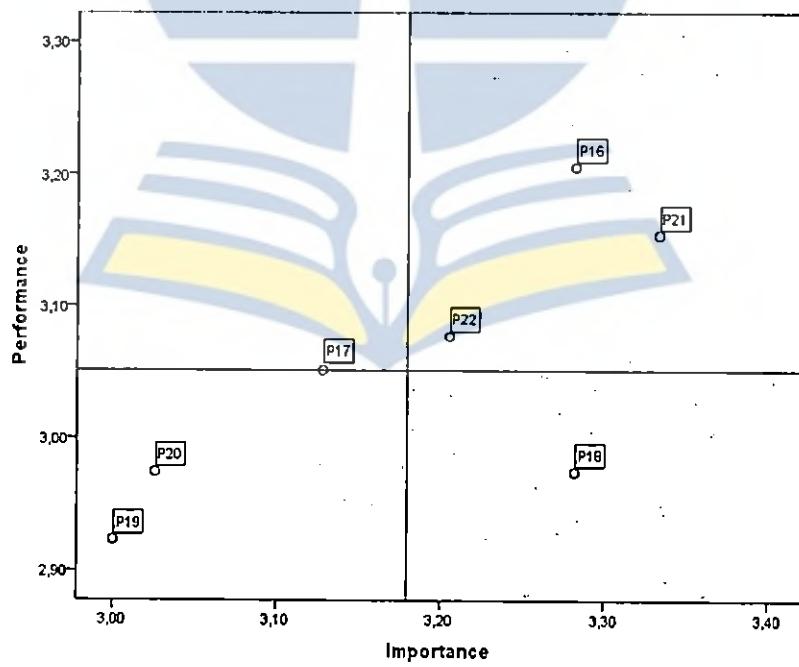
Berikut adalah penempatan masing-masing indikator masing-masing dimensi dalam *importance performance matrix* (diagram kartesius).



Gambar 4.10 Diagram Kartesius Dimensi Kegunaan



Gambar 4.11 Diagram Kartesius Dimensi Kulitas Informasi



Gambar 4.12 Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Interaksi Layanan

3. Hasil *Importance Performance Matrix* (Diagram Kartesius)

Berdasarkan Gambar 4.10, Gambar 4.11, dan Gambar 4.12 diperoleh hasil pemetaan atribut berdasarkan skala prioritasnya dengan metode IPA sebagai berikut:

a. Kuadran I

Atribut yang termasuk dalam kuadran I adalah yang dianggap penting oleh pengunjung *website* pengguna namun kinerjanya rendah (prioritas utama) sehingga perlu segera ditingkatkan yaitu sebagai berikut :

- (2) mudah berinteraksi dengan *website*;
- (12) *website* menyediakan informasi yang relevan;
- (13) *website* menyediakan informasi yang mudah untuk dipahami;
- (15) *website* menyajikan informasi dalam format yang sesuai;
- (17) merasa aman untuk melakukan transaksi.

Oleh karena itu, ke-lima (5) atribut tersebut menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan oleh pengelola *website* BPS Provinsi Banten.

b. Kuadran II

Atribut yang termasuk dalam kuadran II adalah atribut yang dianggap penting oleh pengunjung *website* dan kinerjanya sudah baik berdasarkan persepsi pengunjung *website*, yaitu sebagai berikut :

- (4) mendapatkan tambahan pengetahuan dari informasi *website*;
- (5) mudah untuk menemukan alamat *website*;
- (8) *website* memiliki tampilan yang menarik;
- (9) *website* menyediakan informasi yang akurat;

- (10) *website* memberikan informasi yang dapat dipercaya;
- (16) *website* memiliki reputasi yang baik;
- (21) *website* memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS Provinsi Banten;
- (22) merasa yakin bahwa jasa (data) akan diperoleh sesuai keinginan.

Oleh karena itu, ke-delapan (8) atribut tersebut harus dipertahankan oleh pengelola *website* BPS Provinsi Banten.

c. Kuadran III

Atribut yang termasuk dalam kuadran III adalah atribut yang dianggap kurang atau tidak penting oleh pelanggan dan kinerjanya juga tidak baik yaitu sebagai berikut :

- (3) mudah untuk bernaligasi dalam *website*;
- (6) tampilan *website* sesuai dengan jenis *website* institusi pemerintah;
- (7) *website* memiliki ketepatan dalam penyusunan tata letak informasi;
- (11) *website* menyediakan informasi yang tepat waktu;
- (14) *website* memberikan informasi pada tingkatan yang tepat dan terperinci;
- (19) *website* memberikan ruang untuk personalisasi;
- (20) *website* memberikan ruang untuk komunitas.

Dengan demikian ke-tujuh (7) atribut tersebut dapat diabaikan oleh pengelola *website* BPS Provinsi Banten karena dianggap kurang penting oleh pengunjung.

d. Kuadran IV

Atribut yang termasuk dalam kuadran IV adalah atribut yang dianggap kurang penting oleh pengunjung *website* namun kinerjanya berlebihan yaitu : (18) merasa aman terhadap informasi pribadi. Dengan demikian atribut tersebut dianggap terlalu berlebihan oleh pengunjung *website* sehingga pengelola *website* BPS Provinsi Banten perlu mengalokasikan sumber daya untuk difokuskan kepada prioritas utama yakni kuadran I.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah disampaikan pada bab sebelumnya, dapat disampaikan hal-hal sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan *website* BPS Provinsi Banten belum sepenuhnya memenuhi harapan pengunjung *website*. Hal ini terbukti dari adanya perbedaan mean antara persepsi aktual dengan harapan ideal pengunjung *website* terhadap dimensi kualitas informasi (*information quality*) dan dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) yang bernilai signifikansi 0,002 dan 0,009 (lebih kecil daripada 0,05). Sementara itu, pada dimensi kegunaan (*usability*) menunjukkan tidak ada perbedaan yang berarti antara persepsi aktual dan harapan ideal pengunjung *website* dibuktikan dengan nilai signifikansi 0,066 (lebih besar daripada 0,05). Artinya, pada dimensi kegunaan pelayanan *website* BPS Provinsi Banten sudah dianggap baik kualitasnya oleh pengunjung *website*.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua gap bernilai negatif, dimana persepsi lebih kecil dibandingkan dengan harapan pengunjung *website*. Gap paling kecil terletak pada dimensi kegunaan (*usability*) dengan nilai selisih rata-rata sebesar -0,099 yang mengindikasikan bahwa layanan *website* BPS Provinsi Banten cukup berhasil pada dimensi tersebut. Gap paling besar

terletak pada dimensi kualitas informasi (*information quality*) dengan nilai selisih rata-rata sebesar -0,300 yang mengindikasikan bahwa layanan *website* BPS Provinsi Banten belum memenuhi harapan ideal pengunjung *website* terutama dari kualitas informasi (*information quality*).

3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator mudah berinteraksi dengan *website*, *website* menyediakan informasi yang relevan, *website* menyediakan informasi yang mudah untuk dipahami, *website* menyajikan informasi dalam format yang sesuai, dan merasa aman untuk melakukan transaksi merupakan prioritas utama untuk diadakan upaya perbaikan oleh pihak pengelola *website* BPS Provinsi Banten.

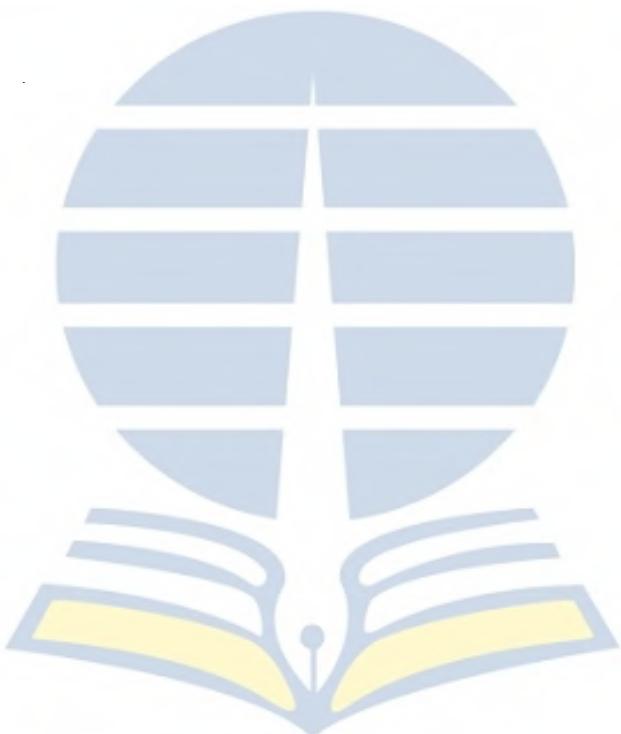
B. Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang diambil, maka dapat disarankan hal-hal berikut :

1. Penelitian yang akan datang diharapkan lebih mengarah kepada evaluasi kualitas informasi *website* tidak hanya dari sudut pandang pengunjung, tetapi juga melibatkan pihak pengelola *website* BPS Provinsi Banten.
2. Untuk meningkatkan kualitas *website*, BPS Provinsi Banten harus mempunyai staf/tenaga khusus yang bertugas mengelola *website* yang tidak dibebani oleh pekerjaan lain di luar pengelolaan *website*. Dengan pengelolaan yang fokus, diharapkan kualitas *website* BPS Provinsi Banten dapat memenuhi harapan pengunjung khususnya pada kualitas informasi (*information quality*).
3. Perbaikan kualitas informasi terutama untuk atribut yang termasuk ke dalam prioritas untuk diperbaiki (kuadran I) agar segera untuk dilakukan, salah

satunya dengan cara merancang/membuat bentuk penyajian data/ informasi dengan format yang mudah untuk dipahami dan sesuai dengan kebutuhan pengunjung *website* BPS Provinsi Banten.

4. Pengelola website BPS Provinsi Banten dapat mengupayakan adanya fitur *live chat* sebagai upaya peningkatan kualitas interaksi layanan *website* BPS Provinsi Banten. Dengan adanya fitur *live chat*, keluhan dan kebutuhan pengunjung website diharapkan dapat tertangani dengan cepat.



DAFTAR PUSTAKA

- Agung, Gregorius. 2000. *Membuat Homepage Interaktif Dengan CGI/Perl*. Jakarta: PT. Elex Media Koputindo.
- Arifin, Suci Ramadhani, Eko Nugroho dan Bimo Sunarfri Hantono. 2015. *Analisis Kualitas Layanan Website Universitas Hasanuddin Dengan Metode Webqual Modifikasi 4.0*. Yogyakarta: Jurnal Teknematika Universitas Gadjah Mada Vol. 8, No. 1.
- Barnes, S., & Vidgen, R. 2000. *WebQual: An Exploration of Web-Site Quality*. Industrial Management & Data Systems.
- Barnes, S., & Vidgen, R. 2002. *WebQual: An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality*. Industrial Management & Data Systems.
- Barnes, S., & Vidgen, R. 2003. *Measuring Web Site Quality Improvements: A Case Study of the Forum on Strategic Management Knowledge Exchange*. Industrial Management & Data Systems.
- BPS Provinsi Banten. 2014. *Laporan Pelayanan Statistik Terpadu BPS Provinsi Banten 2014*. Kota Serang: BPS Provinsi Banten.
- BPS Provinsi Banten. 2015. *Laporan Pelayanan Statistik Terpadu BPS Provinsi Banten 2015*. Kota Serang: BPS Provinsi Banten.
- BPS Provinsi Banten. 2016. *Laporan Pelayanan Statistik Terpadu BPS Provinsi Banten 2016*. Kota Serang: BPS Provinsi Banten.

- Furkonudin, Emi Suryadi, dan Darmanto. 2016. *Evaluasi Kualitas Layanan Website E-commerce blibli.com Menggunakan Metode Webqual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online*. Yogyakarta: Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia 2016 Hal. 2.3.7 s/d 2.3.12.
- Huizingh, Eelko K.R.E. 2000. *The Content and Design of Web Sites: An Empirical Study*. Information and Management 37, 123-134.
- Hyejeong, Kim and Linda S.Niehm. 2009. *The Impact of Website Quality On Information Quality, Value, and Loyalty Intentions In Apparel Retailing*. Journal Of Interactive Marketing.
- Hakim, Lukmanul dan Uus Musalini. 2004. *Cara Cerdas Menguasai Layout, Desain dan Aplikasi Web*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Healey, Joseph F.. 2002. *Statistics. 6th ed.* Belmont: Wadsworth/thomson Learning.
- Herwanto, Dene, Zulfa, F.I., & Euis, N.S.Y. 2013. *Integration of Service Quality and Importance Performance Analysis Method in Improving Service Quality at SMK Plus Laboratorium Indonesia, Karawang*. International Journal of Engineering and Applied Sciences, 2(3), 1-14.
- Indrajit, Eko dan Richardus Djokopranoto. 2002. *Konsep Manajemen Supply Chain*. Jakarta: PT Grasindo.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management (13th Edition)*. Prentice Hall International.

Keputusan Menteri Negara Pemberdayaan Aparatur Negara Nomor
63/KEP/M.PAN/7/2003 Tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan
Pelayanan Publik.

Lembaga Administrasi Negara. 2006. *Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan
Publik.* Jakarta: LAN.

Martinez, C.L. 2003. *Evaluation report: tools cluster networking meeting I.*
Center Point Institute, Inc, Arizona.

Rangkuti, F. 2003. *Measuring Customer Satisfaction, Cetakan Kedua.* Jakarta:
Gramedia Pustaka Utama.

Novandy, Riwan. 2009. *Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Kualitas
Pelayanan Publik Pada Bagian Administrasi Kemasyarakatan Dan
Kesejahteraan Rakyat Pemerintah Kabupaten Simalungun.* Medan:
Universitas Sumatera Utara.

Sekaran, Uma. 2006. *Research Methods For Business.* Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung:
Alfabeta.

Setiawan, R. 2005. *Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Kereta Api Komuter
Surabaya-Sidoarjo.* Simposium VIII FSTPT, Universitas Sriwijaya.

Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandi. 2001. *Manajemen Jasa. Edisi Kedua.* Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandi dan Gregorius Candra. 2005. *Service, Quality, and Satisfaction.*
Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F., & Gregorius, C. 2011. *Service, Quality & Satisfaction, Edisi 3.*

Yogyakarta: Andi Offset.

Website BPS Provinsi Banten: banten.bps.go.id



LAMPIRAN

I. Kuesioner

**KUESIONER PENELITIAN
KUALITAS PELAYANAN *WEBSITE*
BADAN PUSAT STATISTIK PROVINSI BANTEN**

Kuesioner ini disusun dan disebarluaskan dalam rangka penyusunan Tesis pada Magister Administrasi Publik Program Pascasarjana Universitas Terbuka untuk menganalisis Kualitas Pelayanan *Website* Badan Pusat Statistik Provinsi Banten. Saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk memberikan tanggapan atas pertanyaan kuesioner ini dengan baik dan benar, karena kuesioner ini digunakan **hanya digunakan untuk keperluan penelitian ilmiah**. Atas kesediaannya saya ucapan terima kasih.

Hormat Saya,

Roatul Makhfud

Petunjuk: Berilah jawaban tanda silang (X) pada pertanyaan pilihan atau isilah pada pertanyaan berupa kolom dan/atau baris yang kosong.

IDENTITAS RESPONDEN

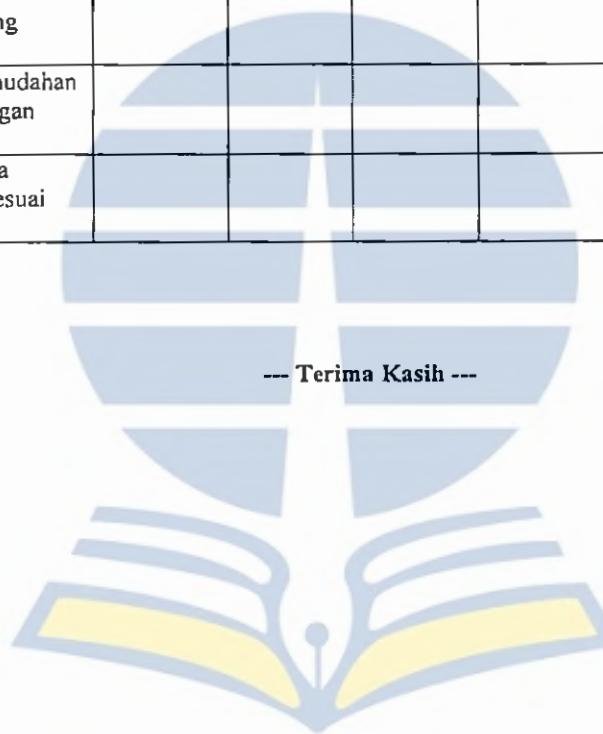
Pertanyaan pada bagian ini berisi mengenai identitas responden yang menggunakan pelayanan *website* Badan Pusat Statistik Provinsi Banten.

1. Jenis Kelamin : L / P
2. Usia : _____ tahun
3. Pendidikan terakhir yang ditamatkan :
 - a. Tamat SD/sederajat
 - b. Tamat SMP/sederajat
 - c. Tamat SMU/sederajat
 - d. Perguruan Tinggi/Akademi
4. Pekerjaan :
 - a. Pegawai Negeri Sipil
 - b. TNI/Polri
 - c. Wiraswasta
 - d. Mahasiswa/pelajar
 - e. Lain-Lain
5. Berapa pendapatan rata-rata per bulan Bapak/Ibu/Sdra/i?
 - a. Kurang dari Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000
 - c. Rp 2.000.001,00 – Rp 3.000.000
 - d. Rp 3.000.001,00 – Rp 4.000.000
 - e. Di atas Rp 4.000.000

METODE WEBQUAL 4.0

- Kumpulan pernyataan berikut berhubungan dengan penilaian Anda terhadap *website BPS Provinsi Banten*.
 - Pada kolom “**PENILAIAN ANDA**” berhubungan dengan penilaian/perasaan Anda terhadap kondisi *website BPS Provinsi Banten*.
 - Pada kolom “**TINGKAT KEPENTINGAN**” berhubungan dengan pendapat Anda mengenai tingkat kepentingan variabel di kolom pertanyaan terhadap layanan *website BPS Provinsi Banten*.
 - Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X) pada kolom “**PENILAIAN ANDA**” dan “**TINGKAT KEPENTINGAN**”.

DIMENSI	NO	PERNYATAAN	PENILAIAN ANDA				TINGKAT KEPENTINGAN			
			SANGAT TIDAK SETUJU	TIDAK SETUJU	SETUJU	SANGAT SETUJU	SANGAT TIDAK PENTING	TIDAK PENTING	PENTING	SANGAT PENTING
[1]	[2]	[3]	[4]	[5]	[6]	[7]	[8]	[9]	[10]	[11]
Kualitas Interaksi Pelayanan	20	<i>Website</i> memberikan ruang untuk komunitas?								
	21	<i>Website</i> memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS Provinsi Banten?								
	22	Anda merasa yakin bahwa layanan yang diperoleh sesuai dengan dijanjikan?								



2. Tabulasi Data Persepsi

No/R	Kegunaan								Kualitas Informasi						Kualitas Interaksi Layanan								
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
1	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4
5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	2	3	2	2	3	3
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
8	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
10	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
11	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3
12	2	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
14	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	2	4	3	3
19	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3
20	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
21	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	4	2
22	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2
23	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3
26	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3
28	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4
29	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3
36	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3
37	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2
38	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3
39	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3

3. Tabulasi Data Tingkat Kepentingan

No/R	Kegunaan								Kualitas Informasi								Kualitas Interaksi Layanan						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	
1	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4
5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	2	3	3	3	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3
8	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
9	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
10	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
13	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	2	2	2	3	3	3	3
14	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3	3
15	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4
19	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
20	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3
21	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4
26	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
29	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
32	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4
33	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
38	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	3
39	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2

5. Validitas Tingkat Kepentingan

Continued

Proposisi ¹	Proposisi ²	Proposisi ³	Proposisi ⁴	Proposisi ⁵	Proposisi ⁶	Proposisi ⁷	Proposisi ⁸	Proposisi ⁹	Proposisi ¹⁰	Proposisi ¹¹	Proposisi ¹²	Proposisi ¹³	Proposisi ¹⁴	Proposisi ¹⁵	Proposisi ¹⁶	Proposisi ¹⁷	Proposisi ¹⁸	Proposisi ¹⁹	Proposisi ²⁰	Proposisi ²¹	Proposisi ²²	Score Total
Proposisi ¹ Bdg (Grafik)		1	0.05	0.03	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ² Pengaruh Condition	0.05*		1	0.55*	0.22*	0.22*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*
Proposisi ³ Bdg (Lainnya)	0.55*		1	0.55*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*	0.15*
Proposisi ⁴ Pengaruh Condition	0.22*		1	0.22*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ⁵ Bdg (Dalam)	0.22*		1	0.22*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ⁶ Pengaruh Condition	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ⁷ Bdg (Dalam)	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ⁸ Pengaruh Condition	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ⁹ Bdg (Dalam)	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ¹⁰ Pengaruh Condition	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ¹¹ Bdg (Dalam)	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ¹² Pengaruh Condition	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ¹³ Bdg (Dalam)	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ¹⁴ Pengaruh Condition	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ¹⁵ Bdg (Dalam)	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ¹⁶ Pengaruh Condition	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ¹⁷ Bdg (Dalam)	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ¹⁸ Pengaruh Condition	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ¹⁹ Bdg (Dalam)	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ²⁰ Pengaruh Condition	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ²¹ Bdg (Dalam)	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Proposisi ²² Pengaruh Condition	0.15*		1	0.15*	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01

¹Correlation is significant at 0.01 level (2-tailed).

6. Reliabilitas Persepsi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,918	22

7. Reliabilitas Tingkat Kepentingan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,932	22

8. Uji Beda t Dimensi Kegunaan

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Persepsi	3,2115	8	,12007	,04245
Kepentingan	3,3109	8	,14073	,04976

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)			
			Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference							
	Mean	Std. Deviation		Lower	Upper						
Pair 1 Persopsi - Kepentingan	-,09936	,12889	,04557	-,20711	,00840	-2,180	7	,086			

9. Uji Beda t Dimensi Kualitas Informasi

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Persepsi	3,1392	7	,17445	,06593
Kepentingan	3,4396	7	,09529	,03601

10. Uji Beda t Dimensi Kualitas Interaksi Layanan

Paired Samples Statistics

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 Persepsi	3,0513	7	,10256	,03877
Kepentingan	3,1795	7	,13158	,04973

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)			
			Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference							
	Mean	Std. Deviation		Lower	Upper						
Pair 1 Persepsi - Kepentingan	-,12821	,09005	,03404	-,21149	-,04492	-3,767	6	,009			