

TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN WEBSITE
TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA WEBSITE
BADAN PUSAT STATISTIK PROVINSI
SUMATERA UTARA**



TAPM diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen

Disusun Oleh :
Fadjar Wahyu Tridjono
NIM. 018264218

PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS TERBUKA
MEDAN
2013

ABSTRAK**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Terhadap Kepuasan Pengguna Website Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara**

Fadjar Wahyu Tridjono

Universitas Terbuka

Website BPS Provinsi Sumatera Utara berfungsi sebagai salah satu layanan yang diselenggarakan oleh BPS bagi para pengguna data. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bahwa kualitas pelayanan website BPS dari sisi: kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*), kualitas transaksi (*transaction quality*) secara simultan dan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Subjek penelitian ini adalah pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Penelitian dilakukan dengan sampel berjumlah 51 responden. Hipotesis diuji dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan taraf signifikansi 10%. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan (kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi, kualitas transaksi) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna secara signifikan. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial diperoleh bahwa seluruh variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna. Yang mempunyai pengaruh signifikan adalah variabel kegunaan (*usability*) dan kualitas transaksi (*transaction quality*). Variabel kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*), dan kualitas informasi (*information quality*) tidak berpengaruh secara signifikan. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna adalah variabel kualitas transaksi dan variabel kegunaan.

Kata Kunci: kualitas layanan website, kepuasan pengguna, kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi, kualitas transaksi

ABSTRACT**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Terhadap Kepuasan Pengguna Website Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara**

Fadjar Wahyu Tridjono

Universitas Terbuka

Website of BPS in North Sumatra Province serves as one of the services hosted for the users. The objective of this study was to determine whether the service quality of the website which are usability, information quality, interaction service quality, transaction quality by simultaneously and partially effected user satisfaction. Data were collected from 51 respondents.

The research used linear regression analysis for data processing. The results showed that the website quality of service (usability, information quality, service quality of interaction, transaction quality) simultaneously effected the user satisfaction significantly. The significant variables which influenced satisfaction were usability and transaction quality. However, interaction service quality and information quality were not significantly influenced satisfaction. Transaction quality was the most significant variable which influenced users satisfaction.

Keywords: web service quality, usability, information quality, service transaction quality, transaction quality

**UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Terhadap Kepuasan Pengguna Website Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Utara 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.

Jakarta, Juli 2013
Yang Menyatakan



(Fadjar Wahyu Tridjono)
NIM. 018264218

**LEMBAR PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR PROGRAM MANAJEMEN (TAPM)**

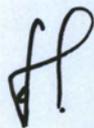
Judul TAPM : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Terhadap
Kepuasan Pengguna Website Badan Pusat Statistik
Provinsi Sumatera Utara

Nama : Fadjar Wahyu Tridjono

NIM : 018264218

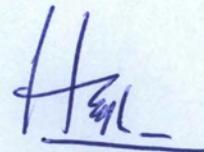
Program Studi : Magister Manajemen

Pembimbing I



Dr. Endang Sulistya Rini, SE, M.Si.

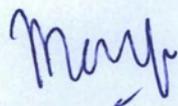
Pembimbing II



Dr. Herman, MA.

Mengetahui

Ketua Bidang Ilmu
Ekonomi dan Manajemen
Pada Program Pascasarjana



Maya Maria, SE, MM



Direktur Program Pascasarjana
Universitas Terbuka



Sueiati, M.Sc., Ph.D.

UNIVERSITAS TERBUKA
PROGRAM PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

PENGESAHAN

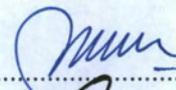
Nama : Fadjar Wahyu Tridjono
NIM : 018264218
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Terhadap
Kepuasan Pengguna Website Badan Pusat Statistik
Provinsi Sumatera Utara

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana,
Program Studi Magister Manajemen, Universitas Terbuka pada :

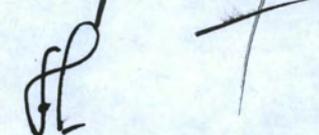
Hari/Tanggal : Sabtu / 6 Juli 2013
W a k t u : 15.00 s.d. 17.00 WIB

Dan telah dinyatakan LULUS

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua Komisi Penguji : 
Dr. Yuni Tri Hewindati

Penguji Ahli : 
Prof. DR. Ir. Hapzi Ali, MM

Pembimbing I : 
Dr. Endang Sulistya Rini, SE, M.Si

Pembimbing II : 
Dr. Herman, MA

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 Manajemen 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. Ibu Suciati, M.Sc. Ph.D, selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Terbuka;
3. Ibu Maya Maria, SE,MM, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka;
4. Bapak Drs. Amril Latif, M.Si, selaku Kepala UPBJJ-UT Medan;
5. Ibu Dr. Endang Sulistya Rini, SE, M.Si , selaku Dosen Pembimbing 1 dan Bapak Dr. Herman, MA., selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan banyak masukan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan TAPM ini;
6. Orang tua dan mertuaku, istriku tercinta Mitraningsih, dan anak-anakku Atikah Fahni dan Akhmad Fathoni;
7. Seluruh rekan-rekan mahasiswa di Program Studi Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Terbuka UPBJJ-UT Medan.

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.

Medan, Juni 2013

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	i
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB IPENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
B. Kerangka Berpikir	21
C. Definisi Operasional	22
D. Hipotesis Pengujian	26
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Desain Penelitian	28
B. Populasi dan Sampel	28
C. Instrumen Penelitian	29
D. Prosedur Pengumpulan Data	30
E. Uji Validitas	30
F. Uji Reliabilitas	35
G. Metode Analisis Data	36
H. Pengujian Hipotesis	40
BAB IV HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN	44
A. Hasil Temuan	44
B. Pembahasan	51
Daftar Pustaka	75
LAMPIRAN	77

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Halaman
	Gambar 2.1. Kerangka Berpikir	22
	Gambar 4.1. Struktur Organisasi BPS Provinsi Sumatera Utara	47
	Gambar 4.2. Jumlah Pengunjung Website BPS Sumut Tahun 2012	48
	Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas	59

UNIVERSITAS TERBUKA

DAFTAR TABEL

No	Judul	Halaman
Tabel 2.1.	Penelitian Layanan website.....	19
Tabel 2.2.	Definisi Operasional Variabel.....	25
Tabel 3.1.	Hasil Uji Validitas Variabel Kegunaan.....	32
Tabel 3.2.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi.....	33
Tabel 3.3.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Interaksi.....	33
Tabel 3.4.	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Transaksi.....	34
Tabel 3.5.	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna.....	35
Tabel 3.6.	Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1.	Jumlah Pengunduh Website Menurut Jenis Pekerjaan.....	49
Tabel 4.2.	Jumlah Pengguna Website Menurut Tujuan Pengunduhan.....	50
Tabel 4.3.	Karakteristik Responden Menurut Pendidikan dan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.4.	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan dan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.5.	Penjelasan Responden atas Variabel Kegunaan.....	52
Tabel 4.6.	Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Informasi.....	53
Tabel 4.7.	Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Layanan Interaksi.....	54
Tabel 4.8.	Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Transaksi.....	55
Tabel 4.9.	Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Transaksi.....	56
Tabel 4.10.	Hasil Uji Normalitas.....	57
Tabel 4.11.	Hasil Uji Multikolinieritas.....	58
Tabel 4.12.	Koefisien Regresi Linear Berganda.....	62
Tabel 4.13.	Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4.14.	Hasil Uji secara Simultan.....	65
Tabel 4.15.	Hasil Uji Parsial.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Halaman
1.	Kuesioner	76
2.	Tabel Frekuensi.....	78
3.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	87
4.	Hasil Uji Asumsi Klasik	91
5.	Hasil Regresi Linier Berganda.....	94

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi terutama internet semakin pesat. Kebutuhan akan informasi yang semakin mudah diakses menjadi kebutuhan. Internet menjadi salah satu sumber informasi yang sangat populer. Berbagai macam jenis informasi melalui internet diantaranya disajikan dalam bentuk halaman-halaman yang saling terintegrasi yang dikenal dengan nama website. Salah satu jenis informasi yang dapat disampaikan melalui website adalah informasi statistik. Informasi statistik dimaksud salah satunya disajikan oleh instansi Pemerintah yaitu Badan Pusat Statistik.

Kebutuhan ragam data dan informasi statistik terus meningkat sejalan dengan perkembangan masyarakat dan pembangunan di berbagai bidang. Badan Pusat Statistik (BPS) sesuai dengan Undang-Undang Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik, memiliki peran diantaranya menyediakan kebutuhan data bagi pemerintah dan masyarakat. Tuntutan masyarakat terhadap ketersediaan data statistik yang beragam dan berkualitas semakin hari semakin meningkat. Pengguna data senantiasa menginginkan ketersediaan data dengan lebih cepat (*faster*), lebih murah (*cheaper*), lebih mudah diperoleh (*easier*), dan lebih berkualitas (*better*). Upaya pengembangan yang dilakukan BPS sampai saat ini telah menghasilkan beragam data dan indikator sosial-ekonomi. Meskipun demikian, data BPS tidak jarang mendapat kritik dari masyarakat, lembaga swadaya masyarakat, organisasi kemasyarakatan dan partai politik karena

dipersepsikan sebagai kurang mencerminkan realitas di lapangan. Adanya pendapat yang setuju dan tidak setuju mengenai data BPS mengindikasikan bahwa kualitas data BPS masih perlu ditingkatkan.

Untuk itu BPS sebagai suatu organisasi harus dapat menjalankan amanat Undang-undang No. 16 Tahun 1997 dalam peran menyediakan data, dan terus melakukan perbaikan atas tuntutan kebutuhan data oleh masyarakat dan pemerintah. Kotler (2009) menyatakan bahwa sebuah organisasi harus dapat mengembangkan pemasaran eksternal dan pemasaran internal untuk mempertahankan kontinuitas operasi dan sekaligus mengambil posisi yang lebih menguntungkan dalam lingkungan kompetitif yang dinamis secara logika mendapatkan pbenarannya.

Harapan masyarakat terhadap kualitas produk dan pelayanan BPS semakin tinggi sehingga BPS merasa perlu untuk memetakan kebutuhan dan harapan dari masyarakat, terutama adalah pemangku kepentingan utama (*stakeholder*) atau pengguna data. Menindaklanjuti hal tersebut BPS melakukan Survei Kebutuhan Data pada tahun 2009 dan 2010 dan Survei Kepuasan Pelanggan pada tahun 2010. Berdasarkan Survei Kepuasan Pelanggan 2010, tingkat ketidakpuasan responden masih cukup tinggi, yaitu sebesar 65%, dimana masih banyak keluhan dan harapan yang berkaitan dengan kualitas produk seperti, akurasi data, kejelasan konsep dan definisi, kejelasan informasi, independensi, dan kualitas data. Serta kualitas pelayanan seperti, kemutakhiran data dan kemudahan akses melalui website dan publikasi, BPS (2011).

Dari hasil pengamatan penulis melalui pengelola email website BPS Provinsi Sumatera Utara bahwa selama tahun 2012 diperoleh informasi tentang

kesulitan atau pertanyaan mengenai data yang dibutuhkan pengunjung website. Padahal informasi yang ada telah disediakan di website dalam bentuk buku elektronik. Dari 122 email yang masuk, 23 diantaranya mempertanyakan jenis data yang sebenarnya sudah ada di website. Dengan melihat kondisi tersebut menunjukkan ketidakpuasan terjadi salah satunya pada kualitas pelayanan. BPS perlu mengatasi permasalahan ketidakpuasan tersebut dengan lebih efektif. Menurut Tjiptono (2008) paling tidak ada empat aspek untuk menangani keluhan, yaitu (1) empati terhadap pelanggan yang marah; (2) kecepatan dalam penanganan keluhan; (3) kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan; (4) kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan. Sedangkan kepuasan menurut Kotler & Keller (2009) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Salah satu upaya yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah melalui website. Sejalan dengan kebijakan BPS RI yang berada di Jakarta, pada tingkat lebih rendah (daerah) khususnya Provinsi Sumatera Utara diwujudkan website BPS Provinsi Sumatera Utara yang beralamat di <http://sumut.bps.go.id>. Melalui website tersebut BPS Provinsi Sumatera Utara memberikan informasi yang berkaitan dengan data statistik dan kegiatan BPS Provinsi Sumatera.

Penelitian mendalam tentang website tersebut belum dilakukan, sehingga berbagai prestasi maupun keluhan atas pelayanan website tersebut belum dapat ditindaklanjuti. Padahal berdasarkan komentar masyarakat pengguna perpustakaan BPS Provinsi Sumatera Utara dan dari email yang masuk menunjukkan adanya pertanyaan sekaligus keluhan tentang ketersediaan data yang ada di website.

Website BPS Provinsi Sumatera Utara telah dibuka sejak tahun 2009, dengan berbagai kelemahan atas sistem yang ada dan bentuk penampilan masih perlu disempurnakan. Pada tahun 2012 pengguna website mencapai 63.987 pengunjung dengan jumlah file yang diunduh sebanyak 8.389 kali. Berdasarkan informasi dari email BPS Provinsi Sumatera Utara setidaknya setiap minggu ada yang menanyakan data, padahal sebagian besar data tersebut ada di website. Dengan demikian seperti ada kesenjangan informasi antara kemudahan mendapatkan informasi di website dibandingkan dengan komunikasi via email. Atas dasar adanya kesenjangan tersebut perlu dilakukan penelitian tentang kualitas pelayanan website terhadap kepuasan pengguna. Dalam memahami perilaku pengguna website yang merupakan konsumen menurut Sciffman dan Kanuk dalam Prasetyo dan Ihalauw (2005) menyatakan perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya.

Kualitas pelayanan didefinisikan oleh Saha dan Zhao (2005) menjadi 3 (tiga) bentuk yaitu kualitas layanan yang merupakan definisi sebagai perbedaan antara ekspektasi atau harapan pelanggan untuk kinerja layanan dengan persepsi terhadap layanan yang diterima; kualitas layanan yang merupakan definisi sebagai

perbandingan subjektif oleh pelanggan antara kualitas layanan yang mereka inginkan dengan apa yang secara nyata mereka peroleh; dan kualitas pelayanan yang ditentukan oleh perbedaan antara ekspektasi pelanggan terhadap kinerja pelayanan jasa dengan evaluasi pelanggan terhadap layanan yang diterima.

Pengukuran kualitas pelayanan sebelumnya meliputi 20 dimensi pelayanan yang kemudian pada perkembangannya diringkas menjadi 5 dimensi pelayanan sebagai skala *servqual*, yaitu (1) *tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal, (2) *reliability*, atau kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, (3) *responsiveness*, atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan, (4) *assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan, dan (5) *empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen Zeithaml, Berry and Parasuraman (1996).

Dalam kaitan dengan pelayanan secara *online* melalui website (*e-service*) pengukuran dengan skala *servqual* tidak dapat diterapkan secara langsung diterapkan (Medyawati, Farida dan Hegarini, 2012). Dimensi pengukuran yang memungkinkan untuk mengukur layanan website adalah menggunakan *web service quality*. Salah satu cara pengukuran *web service quality* adalah dengan

menggunakan *E-qual*. Dimensi yang dipergunakan dalam *E-qual* yang meliputi *usability*, *information quality*, *service quality* dan *transaction quality* (Tate, Everman, Hope and Barner, 2007).

Berdasarkan gambaran di atas maka dipandang perlu melakukan penelitian dengan judul “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Terhadap Kepuasan Pengguna Website Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Utara*”.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan terdahulu maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan website BPS Provinsi Sumatera Utara menurut pengguna website?
2. Adakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan website yang terdiri atas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dan kualitas transaksi (*transaction quality*) terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara?
3. Apakah variabel kegunaan (*usability*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara?
4. Apakah variabel kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara?
5. Apakah variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara?

6. Apakah variabel kualitas transaksi (*transaction quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan, maka tujuan penelitian ini untuk:

1. Mengetahui gambaran kualitas pelayanan website BPS Provinsi Sumatera Utara menurut pengguna website.
2. Mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan website yang terdiri dari kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dan kualitas transaksi (*transaction quality*) terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.
3. Mengetahui bahwa variabel kegunaan (*usability*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara
4. Mengetahui bahwa variabel kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.
5. Mengetahui bahwa variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.
6. Mengetahui variabel kualitas transaksi (*transaction quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diperlukan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, penelitian dan penulisan thesis ini adalah sebagai sarana aplikasi untuk mempraktekkan teori-teori yang sudah diperoleh selama mengikuti pendidikan di Program Pascasarjana Universitas Terbuka (UT) Program Magister Manajemen. Dengan melaksanakan penelitian ini diharapkan akan memberi wawasan yang lebih luas kepada penulis mengenai kualitas pelayanan website dan kepuasan pengguna website.
- b. Sebagai masukan kepada BPS Provinsi Sumatera Utara tentang layanan website yang merupakan salah satu jenis sarana pelayanan dari BPS dalam menginformasikan data kepada masyarakat.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

Sebagai landasan ilmiah dalam penelitian ini akan dipaparkan beberapa kajian teori yang relevan berkaitan dengan kepuasan pelanggan. Sebagaimana dimaksud dalam tujuan penulisan ini, bahwa yang dikatakan pelanggan dalam penelitian ini adalah pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.

1. Pengertian kepuasan pelanggan

Menurut Supranto (2001) istilah kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atau terpenuhinya kebutuhan yang berarti bahwa penilaian pelanggan atas barang atau jasa memberikan tingkat kenyamanan yang terkait dengan pemenuhan suatu kebutuhan, termasuk pemenuhan kebutuhan yang tidak sesuai harapan atau pemenuhan yang melebihi harapan pelanggan (Oliver dalam Barnes, 2003).

Tjiptono (2008) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau norma kerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Artinya bahwa pelanggan akan merasa puas bila hasilnya sesuai dengan yang diharapkan dan sebaliknya pelanggan akan merasa tidak puas bila hasilnya berada di bawah harapannya. Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang telah dirasakan dengan harapan yang diinginkannya

(Oliver dalam Barnes, 2003). Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2008). Selanjutnya Tjiptono (2008) mengartikan kepuasan pelanggan sebagai perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Menurut Irawan (2009) seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa. *Value* ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistim atau sesuatu yang bersifat emosi. Kalau *value* bagi pelanggan adalah kenyamanan, maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar nyaman. Kalau *value* dari pelanggan adalah harga yang murah, maka pelanggan akan puas kepada produsen yang memberikan harga yang paling kompetitif. Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas, akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain. Ini akan menjadi referensi bagi perusahaan yang bersangkutan, karena baik pelanggan maupun produsen akan sama-sama diuntungkan apabila kepuasan terjadi.

Kepuasan pelanggan tidak serta merta dikaitkan dengan sistem keluhan. Suatu penelitian survei kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa pelanggan yang tidak puas hanya 5% yang mengeluh. (Kotler dan Keller, 2009). Sebanyak 95% lainnya merasa keluhan tidak berguna untuk disampaikan. Oleh karena itu upaya menyakinkan secara terus menerus bagi perusahaan dan dalam upaya menjaga kepuasan pelanggan adalah bak menaburkan benih yang sehat. Perusahaan akan menuai laba pada saatnya, dimana laba tersebut diperoleh dari:

- a. Pelanggan yang puas akan siap membayar dengan harga lebih.
- b. Perusahaan yang mempunyai banyak pelanggan yang puas, biaya marketing seperti iklan jauh lebih efektif.
- c. Pelanggan yang puas adalah penyebar promosi dari mulut ke mulut yang baik. Di lain pihak, pelanggan yang tidak puas adalah penyebar informasi yang destruktif yang efektif. Suatu penelitian Opinion Research Corporation International of Princeton, New Jersey menemukan bahwa pelanggan yang puas akan memberi tahu pengalaman - pengalaman mereka kepada orang lain sebanyak 6 orang (1996), 11 orang (1999), dan 12 orang (2000) dalam Hasan (2010). Jika mereka masing-masing menceriterakannya kepada orang lain lagi, jumlah orang yang mendengar kabar buruk dari mulut ke mulut tersebut akan terus bertambah berlipat ganda.

Di Indonesia, berdasarkan hasil survei dari Frontier dalam Irawan (2009) menunjukkan bahwa pelanggan yang puas dan yang tidak puas, menceritakan kepada pelanggan hampir sama banyaknya. Oleh karena itu, setiap perusahaan, mau tidak mau, harus menciptakan sebanyak mungkin pelanggan yang puas dan mengeliminasi jumlah pelanggan yang tidak puas. Selanjutnya menurut Irawan (2009), bagi kelompok yang sangat puas atau yang disebut: "*de lighted customer*" ini bertindak seakan seorang "nabi". Mereka senang menyebarkan kabar baik untuk perusahaan dengan rasa tulus dan tanpa meminta komisi. Rekomendasi mereka umumnya jauh lebih efektif dari upaya penjualan yang dilakukan oleh tenaga salesman. Bagi perusahaan sangat penting untuk menciptakan sebanyak mungkin "nabi" terutama dari pelanggan intinya. Oleh karena itu, menurut Irawan

(2009), motivasi pelanggan untuk menyampaikan komplain adalah salah satu cara yang baik untuk mereduksi ketidakpuasan mereka.

Irawan (2009) juga menandakan bahwa dalam memformulasikan kepuasan pelanggan, setiap perusahaan haruslah memperhatikan 2 hal fundamental yakni mulai dengan harapan pelanggan dan memilih pelanggan yang benar. Secara sederhana, kepuasan akan terjadi kalau perusahaan mampu menyediakan produk, pelayanan, harga dan aspek lain sesuai dengan harapan atau melebihi harapan pelanggan.

Sehubungan dengan harapan pelanggan tersebut, Irawan (2009), mengemukakan beberapa faktor yang mempengaruhinya, antara lain: 1) faktor pengalaman masa lalu terhadap produk atau jasa yang pernah dipergunakan. Misalnya, pengalaman yang lewat pelanggan hanya membutuhkan waktu 2 hari untuk menunggu instalasi telepon maka terbentuklah harapan bahwa proses instalasi haruslah 2 hari. Kalau pelanggan mempunyai pengalaman bahwa proses klaim asuransi selesai dalam waktu 1 jam, maka pengalaman ini akan membentuk harapan masa mendatang terhadap pelayanan klaim yang tidak boleh lebih dari 1 jam. 2) faktor komunikasi misalnya iklan-iklan televisi dan media cetak. Banyak perusahaan memberikan janji-janji: "lebih baik, dijamin kualitasnya. Pasti paling enak, pelayanan yang tercepat" dan lain-lain. Keseluruhan proses komunikasi ini akan mempengaruhi harapan pelanggan. Harapan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh komunikasi dari mulut ke mulut. Produk pelayanan yang sulit dievaluasi kualitasnya dan situasi dimana pelanggan jarang mempunyai pengalaman seperti rumah sakit, sangatlah bergantung pada komunikasi dari mulut ke mulut. Seseorang yang direkomendasikan oleh kawannya untuk pergi

kerumah sakit tertentu, akan cepat mempunyai harapan yang tinggi terhadap pelayanan dari rumah sakit yang bersangkutan. Kalau rumah sakit tersebut tidak baik pelayanannya, maka akan cepat keluar umpatannya “ katanya baik, ternyata buruk sekali pelayanannya. 3) faktor *personal needs*. Ini adalah harapan yang terbentuk karena faktor internal seperti *self-personality* dari pelanggan. Ada pelanggan yang sifatnya memang sudah tidak sabar, cepat emosi dan pemaarah. Ada pelanggan yang sifatnya sangat teliti. Oleh karena itu menurut Irawan, sungguh-sungguh mendalami harapan pelanggan akan menjadi menu harian bagi yang percaya akan pentingnya kepuasan pelanggan. Demikian juga dengan janji-janji dalam iklan, sebelum janji dalam iklan diformulasikan, perusahaan perlu mengevaluasi kemampuannya untuk memenuhi janji yang tertuang dalam iklan. Intinya, janji harus realistis. Apabila tidak, hanya mendorong peningkatan penjualan jangka pendek. Maka yang telah mencoba produk atau pelayanan dan kemudian kecewa adalah kelompok pelanggan yang jauh lebih sulit untuk diyakinkan untuk kembali dibandingkan dengan mereka yang belum pernah mencoba.

Menurut Kotler (2009) bahwa kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi, tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dari beberapa definisi mengenai kepuasan pelanggan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perbandingan antara harapan dengan kenyataan terhadap pelayanan yang diterima.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Dalam kaitannya dengan beberapa faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Tjiptono (2008) mengatakan bahwa ketidakpuasan pelanggan disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi. Sebaliknya, faktor eksternal berada di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas kriminal, dan masalah pribadi pelanggan. Lebih lanjut dikatakan bahwa dalam hal terjadi ketidakpuasan, ada beberapa kemungkinan yang bisa dilakukan pelanggan, yaitu: 1) tidak melakukan apa-apa, pelanggan yang tidak puas tidak melakukan komplain, tetapi mereka praktis tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi, 2) ada beberapa faktor yang mempengaruhi apakah seorang pelanggan yang tidak puas akan melakukan komplain atau tidak, yaitu: a) derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan, b) tingkat ketidakpuasan pelanggan, c) manfaat yang diperoleh, d) pengetahuan dan pengalaman, e) sikap pelanggan terhadap keluhan, f) tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi, g) peluang keberhasilan dalam melakukan komplain.

Parasuraman *et al* (1996), menyatakan ada 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu 1) *tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah nyata dari pelayanan yang di berikan oleh pemberi jasa, meliputi fasilitas (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya, 2) *reliability*, atau kehandalan yaitu

kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi, 3) *responsiveness*, atau bketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan, 4) *assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. *Assurance* terdiri atas beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan kesopanan (*courtesy*), 5) *empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Zeithami dan Bitner dalam Mulyadi (2007), menyatakan bahwa tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), dipengaruhi oleh 5 faktor, mencakup kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, faktor situasional dan faktor personal/emosional. Lebih lanjut diutarakan bahwa faktor situasional dan faktor emosional merupakan faktor eksternal perusahaan yang relatif sulit dikendalikan oleh perusahaan. Sedangkan faktor kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga merupakan faktor internal yang relatif mudah dikendalikan perusahaan.

Senada dengan Zeithami dan Bitner di atas, Irawan (2009) juga mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh 5 driver utama, yakni 1) kualitas produk, 2) harga, 3) *service quality*, 4) *emotional factor*, 5) berhubungan dengan biaya dan kemudahan.

3. Konsep Kualitas Layanan Website (*Webqual*)

Kualitas dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pengguna. Pengguna dalam menikmati suatu pelayanan yang dapat menentukan baik buruknya suatu pelayanan.

Layanan website sebagai salah satu bentuk layanan informasi mempunyai karakteristik yang berbeda dengan jenis layanan lain. Keterkaitan antara teknologi informasi yang berkembang secara pesat, metodologi dan kemampuan penyerapan pengetahuan bagi pelaksana penyampaian layanan menjadi sangat erat. Kebutuhan pengguna menjadi sulit dan beragam untuk diidentifikasi secara umum sehingga menambah kompleks layanan ini.

Pengukuran kualitas layanan website pada awalnya lebih menitikberatkan pada “penyediaan informasi”. Dengan demikian penggunaan atribut dalam pengukuran utama kualitas layanan website bertumpu pada kualitas informasi yang dikenal dengan *website quality* atau *webqual* (Tate, et al, 2007). *Webqual* merupakan suatu metode pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir (masyarakat). Metode ini merupakan pengembangan dari *service quality* atau lebih dikenal dengan nama *servqual* yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa.

Instrumen penelitian pada *webqual* tersebut dikembangkan dengan metode *Quality Function Development* (QFD). Dengan instrumen tersebut digambarkan bahwa kualitas dasar pengguna berkaitan dengan kualitas-kualitas permintaan, kualitas dasar produksi berkaitan dengan karakteristik kualitas, dan kualitas dasar pabrik berkaitan dengan produk software dan website (Zeithaml *et al.* 1996). *Webqual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa penyesuaian pada penyusunan dimensi dan butir-butir pertanyaannya. *WebQual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna terakhir.

Awal perkembangan *webqual* menitik beratkan pada pengukuran layanan website yang kaya akan informasi, dibandingkan kaya akan transaksi. *Webqual* versi ini fokus pada layanan penyediaan informasi yang menitikberatkan kualitas website berdasarkan kualitas informasi. Studi *webqual* lanjutan menghasilkan *Webqual 2.0* yang meneliti kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang disediakan oleh toko buku *online* dengan memasukan item pertanyaan yang dapat mengukur kualitas interaksi. Selanjutnya dengan melakukan perbaikan pengukuran dihasilkan *Webqual3.0* yang diuji pada sebuah *domain* lelang *online* dan menghasilkan 3 dimensi dari kualitas website yaitu *site quality*, *information quality* dan *service interaction quality*. Analisis mendalam dan kajian literatur yang ekstensif mendukung masing-masing dimensi yang ada pada instrumen *Webqual 3.0* menghasilkan perubahan utama yaitu : peningkatan penekanan pada *usability* dari pada *site quality*. Fokus berubah dari *site characteristics* menjadi *user experience*. Instrumen yang dikembangkan tersebut dikenal dengan *Webqual 4.0* (Barnes dan Vidgen, 2000 dan 2002 dalam Tate, *et al.*, 2007).

Selanjutnya *Webqual 4.0* ini lebih dikenal dengan nama *E-qual* yang dikembangkan dari *Webqual 3.0* dengan menambahkan dimensi keempat yaitu *transaction quality*. Dengan demikian E-qual mengidentifikasi empat dimensi pengukuran layanan website yang terdiri *usability*, *information quality*, *service interaction quality* dan *transaction quality* (Tate, et al., 2007).

UNIVERSITAS TERBUKA

4. Penelitian terdahulu yang pernah dilakukan.

Berbagai penelitian tentang pelayanan website sudah banyak dilakukan dengan berbagai metode dan tujuan penelitian diantaranya sebagai berikut :

Tabel 2.1. Penelitian Layanan website

No.	Nama Peneliti	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)
1.	Lee dan Lin (2005)	Mengembangkan model untuk menguji hubungan antara <i>e-service quality</i> dan keseluruhan <i>service quality</i> , <i>customer satisfaction</i> , dan <i>purchase intentions</i> .	Dimensi <i>website design</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> dan <i>trust</i> berpengaruh secara keseluruhan terhadap <i>service quality</i> dan <i>customer satisfaction</i> , bahkan secara signifikan berpengaruh terhadap <i>purchase intentions</i> . Dimensi <i>personalization</i> tidak secara signifikan berpengaruh terhadap <i>service quality</i> dan <i>customer satisfaction</i> .
2.	Yang et al (2005)	<i>Development and Validation of an Instrument to measure user perceived service quality of information presenting web portal</i>	Pengukuran kualitas layanan website menurut persepsi pengguna melalui dimensi <i>usability</i> , <i>usefulness of content</i> , <i>adequacy of information</i> , <i>accessibility</i> dan <i>interaction</i>
3.	Hsu (2006)	Mengetahui kualitas website terhadap nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan berdasarkan belanja online dengan menguji hubungan antara <i>website quality</i> , <i>customer value</i> dan <i>customer satisfaction</i>	<i>Web information</i> memiliki hubungan yang sangat kuat terhadap <i>customer satisfaction</i> dari pada apa yang dilakukan oleh <i>web system</i>
4.	Park dan Kim (2006)	Meneliti efek kepuasan informasi dan kegunaannya pada komitmen pelanggan pada situs belanja online	Ditemukan bahwa <i>information satisfaction</i> berpengaruh paling besar terhadap <i>product information quality</i> , selama manfaat hubungan masih kuat pada <i>service information quality</i>

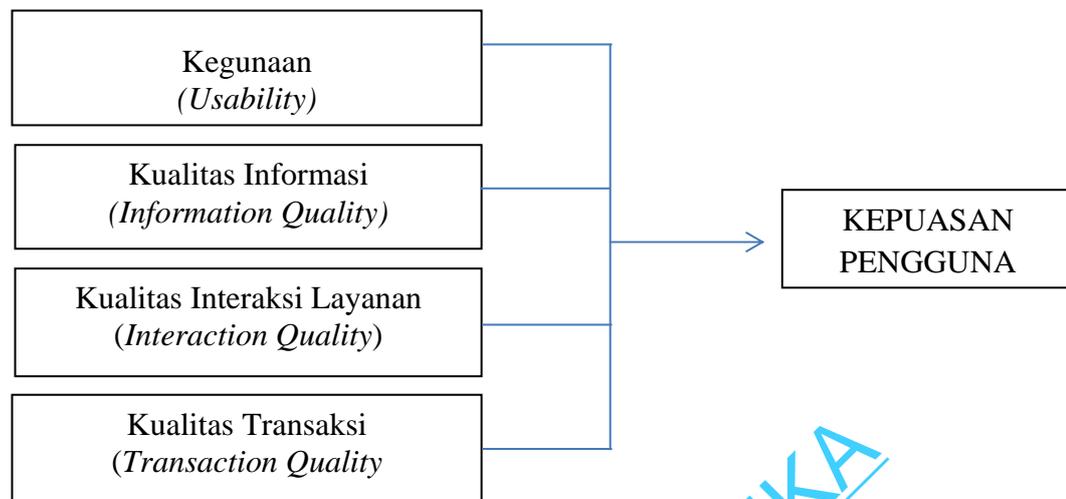
No.	Nama Peneliti	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
(1)	(2)	(3)	(4)
5.	Tarigan (2008)	Menguji dimensi WEBQUAL dan evaluasi kepuasan pengguna Stock Exchange of Thailand (SET)	Adanya tingkat asosiasi yang positif antara dimensi WEBQUAL dengan kepuasan <i>end user</i>
6.	Swaid dan Wigand (2009)	Mengembangkan skala pengukuran <i>quality of e-service</i>	<i>E-service</i> diukur berdasarkan enam dimensi, yaitu <i>information quality</i> , <i>website usability</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>personalization</i> . Mengungkapkan bahwa <i>assurance</i> merupakan faktor paling penting yang mempengaruhi <i>price tolerance</i> , sedangkan <i>reliability</i> merupakan faktor pengaruh terbesar pada <i>preference loyalty</i> . Dimensi <i>responsiveness</i> merupakan satu-satunya dimensi yang memiliki signifikansi negatif yang berpengaruh pada <i>complining behaviour</i> .
7.	Li dan Suomi (2009)	Dengan modifikasi SERVQUAL diusulkan adanya penambahan dimensi dalam mengukur <i>e-service quality</i>	E-servqual terdiri dari <i>tangible (website design)</i> , <i>realibility</i> (kemampuan yang dijanjikan), <i>responsiveness</i> (kecepatan layanan ketika pelanggan mendapat kesulitan/ada pertanyaan), <i>security</i> (bebas dari bahaya dan risiko atau gangguan selama proses pelayanan), <i>fulfillment</i> (informasi yang benar mengenai ketersediaan produk/jasa), <i>personalization</i> (interaksi antara pelanggan dengan perusahaan yang memungkinkan penawaran secara personal), <i>information</i> (informasi yang diperoleh pelanggan mendorong untuk membuat keputusan membeli) dan <i>empathy</i> (kontak yang dilakukan dalam e-service sebagai rasa empati kepada pelanggan)
8	Raharso dan Sutisna (2012)	Analisis Konfirmatori terhadap Kualitas Laman Perguruan Tinggi (kasus Laman Politeknik Negeri Bandung)	Identifikasi variabel pembentuk kualitas laman perguruan tinggi untuk <i>transaction quality</i> , <i>service quality</i> , <i>interaktion quality</i> , <i>content quality</i> dan <i>security</i>
9.	Medyawati dkk (2012)	Model Pengukuran Kualitas Layanan Website E-Banking di Indonesia	Mengukur kualitas pelayanan website e-banking melalui variabel <i>accessibility</i> , <i>interaction</i> , <i>adequacy of information</i> , <i>usefulness of content</i> , gaya hidup (<i>life style</i>) dan kepribadian (<i>personality</i>)

B. Kerangka Berpikir

Salah satu bentuk pelayanan yang dilakukan pada website BPS Provinsi Sumatera Utara adalah bersifat online, sehingga dalam kajian penelitian ini mengadopsi dari konsep *E-qual*, yang meliputi 4 (empat) dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* (Barnes and Vidgen, 2001), serta *transaction quality* (Tate, et al., 2007). Secara empirik, pada penelitian-penelitian sebelumnya tentang dimensi-dimensi kualitas layanan online, menghasilkan berbagai ragam perumusan. Penelitian ini lebih bersifat konfirmatori, yang berupaya mengonfirmasi hasil temuan yang diperoleh Tate, et al. (2007).

Berdasarkan informasi di atas, penulis ingin melihat pengaruh kualitas terhadap tingkat kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara yang akan diukur menggunakan 4 (empat) dimensi penting menurut pelanggan yaitu: kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*), dan kualitas transaksi (*transaction quality*). Setiap dimensi dikembangkan ke dalam beberapa item pertanyaan yang ditanyakan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Setiap pertanyaan yang diajukan akan kepada pengguna akan memberikan jawaban tingkat kepuasan pelanggan dengan memilih pendapat jawaban sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

KUALITAS PELAYANAN WEBSITE



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

Gambar diagram kerangka berpikir berdasarkan teori yang dikemukakan Tate, *et al.* (2007) diatas, dapat digambarkan dalam bentuk diagram konsep sebagaimana terdapat pada Gambar 2.1.

C. Definisi Operasional

Kepuasan pengguna yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perwujudan rasa puas secara menyeluruh yang dialami pengguna atas tingkat kualitas pelayanan website BPS Provinsi Sumatera Utara. Perwujudan rasa puas tersebut dicerminkan dari hasil penilaian pada kuesioner yang diisi pengguna website. Kepuasan pengguna dimaksud diukur dengan 4 (empat) variabel kualitas yang meliputi kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dan kualitas transaksi (*transaction quality*).

Variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (*Dependent Variable*) dengan simbol Y, yaitu variabel yang menunjukkan kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.
2. Variabel Bebas (*Independent Variable*) dengan simbol X, yaitu terdiri dari X_1 untuk variabel kegunaan (*usability*), X_2 untuk variabel kualitas informasi (*information quality*), X_3 untuk variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dan variabel X_4 untuk kualitas transaksi (*transaction quality*).

Definisi operasional masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini secara keseluruhan menggunakan skala likert dengan rincian sebagai berikut:

1. Kegunaan (X_1) merujuk pada aspek navigasi, penampilan dan kemudahan dalam penggunaan. Indikator yang digunakan adalah kemudahan dalam penggunaan, kemudahan cara interaksi, navigasi yang jelas, kemudahan dalam pengoperasian, desain, dan waktu respon yang sesuai dengan keinginan.
2. Kualitas informasi (X_2) merupakan penilaian terhadap akurasi informasi, keterkinian, relevansi, lengkap dan sesuai kebutuhan. Dengan demikian indikator yang digunakan adalah penyediaan informasi yang akurat, terkini, relevan, mudah dimengerti, rinci/detail dan penyajian informasi dalam format yang sesuai dengan kebutuhan.
3. Kualitas layanan interaksi (X_3) untuk merupakan rujukan penilaian dalam kualitas pelayanan yang meliputi keamanan, kepercayaan, personalisasi dan akses pada organisasi. Indikator yang digunakan adalah reputasi yang

baik, kesan personal, kesan menyenangkan, pengalaman yang positif, kesan komunikatif, kemudahan akses untuk berkomunikasi dengan BPS Provinsi Sumatera Utara, dan pemberian informasi yang dibutuhkan .

4. Kualitas transaksi (X_4) merupakan penilaian yang menunjukkan manfaat secara online. Indikator yang digunakan adalah kepercayaan bahwa website ini berguna bagi pengguna, hemat waktu, hemat biaya, keamanan website, keamanan data pribadi, informasi transaksi online, data yang dibutuhkan dapat tersedia dan keamanan serta kehandalan website.
5. Kepuasan (Y) merupakan perwujudan dari kepuasan pengguna website terhadap layanan yang disediakan dalam website BPS Provinsi Sumatera Utara. Indikator yang digunakan adalah jawaban atas penilaian bahwa website tersebut memiliki kualitas yang bagus, dan secara umum pengguna puas dengan website tersebut.

UNIVERSITAS TERBUKA

Tabel 2.2. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
(1)	(2)	(3)	(4)
Kegunaan (<i>Usability</i>) (X_1)	Website memiliki kegunaan/ fungsi yang dapat dirasakan pengguna	<ul style="list-style-type: none"> - Tidak mengalami kesulitan dalam penggunaan website ini - Cara berinteraksi dengan website ini mudah dimengerti - Navigasi/petunjuk dalam website ini jelas - Website ini mudah untuk dioperasikan - Desain website ini sesuai dengan keinginan Pengguna - Waktu respon dalam website ini sesuai dengan keinginan pengguna 	Skala Likert
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>) (X_2)	Gambaran untuk pengukuran kualitas menurut informasi yang dimiliki website BPS Provinsi Sumatera Utara.	<ul style="list-style-type: none"> - Website menyediakan informasi yang akurat - Website menyediakan informasi secara up to date - Website menyediakan informasi yang relevan - Website menyediakan informasi yang mudah dimengerti - Website menyediakan informasi secara rinci - Website menyajikan informasi dalam format yang sesuai kebutuhan 	Skala Likert
Kualitas Layanan Interaksi (<i>Interaction Service Quality</i>) (X_3)	Kemampuan sistem website dalam melaksanakan permintaan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.	<ul style="list-style-type: none"> - Website memiliki reputasi yang baik - Website memberikan kesan personal - Website memberikan kesan menyenangkan - Website memberikan pengalaman positif - Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS Prov. Sumut - Website memberikan informasi yang Pengguna butuhkan - Website memberikan kesan yang komunikatif 	Skala Likert

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
(1)	(2)	(3)	(4)
Kualitas Transaksi (<i>Transaction Quality</i>) (X_4)	Kemampuan website dalam mengakomodir permintaan dari pengguna berkaitan dengan berbagai permintaan perintah kepada sistem website BPS Provinsi Sumatera Utara.	<ul style="list-style-type: none"> - Pengguna percaya bahwa website ini berguna bagi Pengguna - Akses lengkap pada website ini dapat menghemat waktu - Akses lengkap pada website ini dapat menghemat biaya - Website ini memberikan informasi transaksi secara online - Pengguna merasa aman mengakses website ini - Data pribadi yang disampaikan pada website ini akan aman - Pengguna percaya data yang akan dibutuhkan dapat tersedia - Pengguna percaya dengan kehandalan website ini. 	Skala Likert
Kepuasan Pengguna Website (Y)	Kepuasan pengguna didefinisikan sebagai seberapa baik kebutuhan pengguna dapat dipenuhi dan seberapa baik pelayanan yang diberikan sesuai harapan pengguna	<ul style="list-style-type: none"> - Menyatakan bahwa kualitas website ini bagus - Menyatakan bahwa pengguna puas dengan website ini 	Skala Likert

D. Hipotesis Pengujian

Berdasarkan model konseptual, penelitian ini memiliki hipotesis:

H1: Terdapat pengaruh positif variabel kegunaan (*usability*) terhadap kepuasan pengguna website.

H2: Terdapat pengaruh positif variabel kualitas informasi (*information quality*) terhadap kepuasan pengguna website.

H3: Terdapat pengaruh positif variabel interaksi kualitas layanan (*interaction quality*) terhadap kepuasan pengguna.

H4: Terdapat pengaruh positif variabel kualitas transaksi (*transaction quality*) terhadap kepuasan pengguna.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian dilakukan dengan metode survei yang menggunakan daftar pertanyaan dengan pilihan jawaban kualitatif yang dibuat berdasarkan skor skala Likert. Singarimbun dan Effendi (1995) menyatakan penelitian survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Sugiyono (2010) menyatakan populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan penulis untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pengguna adalah seluruh pengunjung website yang minimal telah melakukan pengunduhan data atau mendapat jawaban dari email pada website BPS Provinsi Sumatera Utara. Data ini diperoleh dari laporan yang digunakan oleh pihak pengelola (admin) website BPS Provinsi Sumatera Utara.

2. Sampel

Dalam menentukan ukuran sampel perlu memperhatikan tingkat ketelitian atau kesalahan yang dapat dimaklumi. Makin besar tingkat kesalahan maka akan semakin kecil ukuran sampel yang diperlukan sebagai sumber data. Sebaliknya semakin kecil

tingkat kesalahan maka akan semakin besar ukuran sampel yang digunakan. Sugiyono (2010), mendefinisikan sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar, dan tidaklah mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu maka sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili populasinya.

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah para pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara selama 10 (sepuluh) hari dari tanggal 23 Mei 2013 sampai dengan 3 Juni 2013 diperoleh 51 responden. Dengan pertimbangan bahwa penelitian ini bersifat konfirmatori dari model yang dibangun oleh Tate, *et al* (2011), dan kecukupan sampel untuk pengujian statistik pada model regresi linier berganda maka penulis berpendapat dapat melakukan pengolahan lebih lanjut.

C. Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan instrumen berupa kuesioner yang berisi serangkaian daftar pertanyaan tertutup yang akan diajukan kepada responden. Pengisian kuesioner dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada responden melalui website maupun email.

Kuesioner disusun berdasarkan *e-qual* untuk memperoleh tingkat kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara yang diukur dengan menggunakan Skala Likert, sehingga memungkinkan pelanggan sebagai responden menjawab setiap butir pertanyaan yang mengurai tentang kualitas pelayanan publik. Kategori yang dipergunakan oleh Skala Likert dengan urutan : Sangat Setuju (Skala 5), Setuju

(Skala 4), Kurang Setuju (Skala 3), Tidak Setuju (Skala 2), dan Sangat Tidak Setuju (Skala 1).

Kuesioner tersebut menggambarkan 4(empat) kepuasan yang dilihat dari dimensi kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dan kualitas transaksi (*transaction quality*) terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.

D. Prosedur Pengumpulan Data

Mantra (2001) menyatakan data menurut sumbernya ada 2 jenis, yaitu:

1. Data Primer adalah data yang bersumber pada hasil penelitian. Dalam penulisan ini dilakukan pengiriman kuesioner secara online (website dan email) terhadap pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara atau pemberitahuan untuk mengisi kuesioner survei dengan mengunjungi halaman website di <http://my3q.com/survey/473/klikpakde/32119.phtml>.
2. Data Sekunder adalah data yang berasal dari berbagai sumber penyebar informasi. Dalam penelitian ini dilakukan melalui studi pustaka pada berbagai publikasi-publikasi yang berkaitan dengan penelitian ini.

E. Uji Validitas

Pada tahap awal penelitian ini dimulai dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas instrumen. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner dapat valid digunakan untuk menjawab tujuan penelitian. Uji validitas dihitung dengan membandingkan nilai *r* hitung (*correlated item-total correlation*) dengan nilai *r* tabel untuk *degree of freedom* ($df = n-2$), dalam hal ini *n* adalah ukuran sampel. Selanjutnya untuk menguji apakah masing-masing

butir pertanyaan valid atau tidak ditentukan oleh nilai *Corrected Item-total Correlation*. Bila nilai *Corrected Item-total Correlation* lebih besar dari nilai r tabel atau nilai kritis koefisien korelasinya dengan $df = n-2$, dimana n adalah jumlah responden, maka berarti memenuhi persyaratan validitas. Rumus yang digunakan untuk menghitung *Corrected Item -total Correlation* adalah :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}} \dots\dots\dots 1)$$

Keterangan :

- r = koefisien korelasi Pearson validitas
- x = Skor tanggapan responden setiap pertanyaan
- y = Skor total tanggapan responden seluruh pertanyaan
- n = Banyaknya subjek jumlah responden

Nilai *Corrected Item-total Correlation* merupakan statistik hasil korelasi (r_{hitung}). Jadi, bila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{hitung} > r_{tabel}$), maka butir pertanyaan dianggap sudah valid. Dalam hal ini jika nilai *Corrected Item Total Correlation* setiap pertanyaan lebih besar dari 0,361, maka butir pertanyaan dinyatakan valid dan demikian sebaliknya. Dalam uji validitas, koefisien korelasi Pearson digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya sebuah variabel. Uji validitas ini merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan instrumen (Arikunto, 2006). Instrumen validitas tersebut harus mengandung 2 (dua) hal, yaitu ketepatan dan kecermatan. Variabel dinyatakan valid apabila nilai korelasi (*Pearson correlation*) adalah positif dan nilai probabilitas korelasi [$sig. (2-tailed)$] \leq tingkat signifikansi (α).

Uji validitas dilakukan terlebih dulu untuk kuisisioner awal terhadap 30 responden untuk mengetahui apakah butir kuisisioner yang digunakan sudah valid. Kuisisioner terdiri dari 29 pertanyaan yang mewakili 29 variabel yang akan diamati.

Dengan menggunakan program SPSS dapat diperoleh hasil pengujian dari masing-masing variabel.

Tabel 3.1. Hasil Uji Validitas Variabel Kegunaan

Indikator Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)
Tidak mengalami kesulitan dalam penggunaan website ini	.628	0,3061	Valid
Cara berinteraksi dengan website ini mudah dimengerti	.664	0,3061	Valid
Navigasi/petunjuk dalam website ini jelas	.790	0,3061	Valid
Website ini mudah untuk dioperasikan	.797	0,3061	Valid
Desain website sesuai dengan keinginan Pengguna	.692	0,3061	Valid
Waktu respon dalam website ini sesuai dengan keinginan Pengguna	.510	0,3061	Valid

Sumber : Data Penelitian, 2013 (data diolah)

Data dari Tabel 3.1 dapat dilihat bahwa nilai *Correlated Item-Total Correlation* pada setiap item pernyataan untuk variabel kegunaan seluruhnya lebih besar dari 0,3061. Hal ini dapat membuat kesimpulan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel kegunaan valid untuk digunakan dan dapat dimasukkan ke dalam kuesioner penelitian. Korelasi antara masing-masing item pernyataan dengan variabel kegunaan relatif seragam yaitu berkisar 0,510 sampai dengan 0,797.

Tabel 3.2. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi

Indikator Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)
Website menyediakan informasi yang akurat	.592	0,3061	Valid
Website menyediakan informasi yang up to date	.788	0,3061	Valid
Website menyediakan informasi yang relevan	.705	0,3061	Valid
Website menyediakan informasi yang mudah dimengerti	.721	0,3061	Valid
Website menyediakan informasi secara rinci	.737	0,3061	Valid
Website menyediakan informasi dengan format sesuai kebutuhan	.624	0,3061	Valid

Sumber : Data Penelitian, 2013 (data diolah)

Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan Interaksi

Indikator Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)
Website ini memiliki reputasi yang baik	.623	0,3061	Valid
Website memberikan kesan secara personal	.551	0,3061	Valid
Website memberikan kesan yang menyenangkan	.792	0,3061	Valid
Website memberikan pengalaman positif	.736	0,3061	Valid
Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS Prov. Sumatera Utara	.690	0,3061	Valid
Website memberikan informasi yang Pengguna butuhkan	.602	0,3061	Valid
Website memberikan kesan yang komunikatif	.842	0,3061	Valid

Sumber : Data Penelitian, 2013 (data diolah)

Dari tabel Tabel 3.2 tentang uji validitas untuk variabel kualitas informasi menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan yang mencerminkan kualitas informasi

berada di atas nilai 0,3061. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai *Corrected Item – Total Correlation* yang menunjukkan bahwa item-item pertanyaan dalam mengukur kualitas informasi dapat dipergunakan dalam penelitian. Dan untuk uji validitas pada variabel kualitas layanan interaksi seperti dalam Tabel 3.3 menunjukkan seluruh item pertanyaan valid.

Tabel 3.4 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam variabel kualitas transaksi valid untuk digunakan. Hal ini disimpulkan dari nilai *corrected item-total correlation* yang lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,3061. Jika diperhatikan dari masing-masing item pernyataan untuk hal yang berkaitan dengan penyediaan informasi transaksi secara online tidak menjadi menunjukkan hubungan yang kuat dengan pendapat umum yaitu sebesar 0,475. Namun angka tersebut masih berada diatas r_{tabel} .

Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Transaksi

Indikator Pernyataan	<i>Corrected Item-Total Correlation</i>	r_{tabel}	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)
Pengguna percaya bahwa dengan website ini berguna bagi Pengguna	.776	0,3061	Valid
Akses lengkap melalui website ini dapat menghemat waktu	.782	0,3061	Valid
Akses lengkap melalui website ini dapat menghemat biaya	.794	0,3061	Valid
Website ini memberikan informasi transaksi secara online	.475	0,3061	Valid
Pengguna merasa aman mengakses website ini	.617	0,3061	Valid
Data pribadi yang disampaikan pada website ini akan aman	.679		
Pengguna percaya data yang akan dibutuhkan dapat tersedia	.775	0,3061	Valid
Pengguna percaya dengan kehandalan website ini	.760	0,3061	Valid

Sumber : Data Penelitian, 2013 (data diolah)

Sedangkan

Tabel 3.5 menunjukkan hubungan yang amat kuat antara item pernyataan dengan variabel yaitu sebesar 0,864 untuk pernyataan website memiliki kualitas bagus dan 0,846 untuk pernyataan bahwa pengguna merasa puas dengan website BPS Provinsi Sumatera Utara. Dengan demikian nilainya lebih besar dari r_{tabel} , yang berarti semua item dalam pengukuran variabel kepuasan pengguna valid untuk digunakan.

Tabel 3.5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna

Indikator Pernyataan	<i>Corrected Item- Total Correlation</i>	r_{tabel}	Kete- rangan
(1)	(2)	(3)	(4)
Website ini memiliki kualitas bagus	0,864	0,3061	Valid
Secara umum Pengguna puas dengan website ini	0,846	0,3061	Valid

Sumber : Data Penelitian, 2013 (data diolah)

F. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur konsistensi data dalam menilai apakah data kuisisioner reliabel atau tidak. Kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika masing-masing pertanyaan dijawab secara konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan handal jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,60. Instrumen yang dapat dipercaya akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Sehingga apabila data yang diambil benar sesuai kenyataan, maka berapa kalipun diuji seharusnya hasilnya akan tetap sama.

Pengujian realibilitas ini dilakukan terhadap 30 responden dengan bantuan program SPSS. Dengan membandingkan nilai *cronbach alpha* dengan nilai *cronbach alpha standardized items*.

Uji reliabilitas diolah menggunakan program SPSS. Hasil pengolahan data, menunjukkan bahwa nilai *cronbach' Alpha* berada diatas 0,60, seperti tercantum pada Tabel 3.6. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 3.6. Hasil Uji Reliabilitas

Instrumen Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Batas Reliabel	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)
Kegunaan	0,784	0,60	Valid
Kualitas Informasi	0,789	0,60	Valid
Kualitas Layanan Interaksi	0,781	0,60	Valid
Kualitas Transaksi	0,780	0,60	Valid
Kepuasan Pengguna	0,903	0,60	Valid

Sumber : Data Penelitian, 2013 (data diolah)

G. 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.

Dalam penelitian ini skor rata-rata (mean) dan standar deviasi dihitung dengan rumus (Kuncoro, 2004) :

$$\text{Skor rata-rata } \bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n} \dots\dots\dots 2)$$

Keterangan :

\bar{X} = Nilai skor rata-rata.

X_i = Skor tiap-tiap sampel

n = jumlah sampel

$$\text{Standar Deviasi : } s = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n-1}} \dots\dots\dots 3)$$

Keterangan :

s = Standar deviasi

n = jumlah sampel

\bar{X} = Nilai skor rata-rata.

X_i = Skor tiap-tiap sampel

Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan akan digunakan (Kuncoro,2004) :

$I \geq (\bar{X} + SD)$ = dikategorikan Tinggi

$\bar{X} \leq I < (\bar{X} + SD)$ = dikategorikan Sedang

$(\bar{X} - SD) \leq I < \bar{X}$ = dikategorikan Rendah

$I < \bar{X} - SD$ = dikategorikan SangatRendah

Keterangan :

I = Nilai indikator

\bar{X} = Rata-rata

SD = Standar Deviasi

Berdasarkan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan Skala Likert dengan rentangan skor nilai satu yang menunjukkan sangat tidak memuaskan sampai dengan nilai 5 yang menunjukkan tanggapan responden sangat memuaskan. Untuk menganalisis

pengaruh kualitas yang meliputi variabel kegunaan (*usability*), variabel kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dan kualitas transaksi (*transaction quality*) secara bersama-sama, dan secara parsial terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara digunakan Model regresi linier berganda (Gujarati, 2010)

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + e \dots\dots\dots 4)$$

Keterangan :

Y = Kepuasan pengguna website

X₁ = Kegunaan (*Usebility*)

X₂ = Kualitas Informasi (*Information Quality*)

X₃ = Interaksi (*Interaction*)

X₄ = Interaksi (*Interaction*)

e = Variabel pengganggu

b₀ = Konstanta

b₁, b₂, b₃, b₄= koefisien tiap-tiap variabel

Menurut Ghozali (2007), model regresi berganda harus memenuhi syarat asumsi klasik sebelum data tersebut dianalisis. Uji asumsi klasik merupakan uji yang digunakan untuk menghindari adanya penyimpangan atas asumsi dasar terhadap fungsi regresi linear yang digunakan sehingga diperoleh estimator linear tidak bias atau akurat. Asumsi klasik yang diuji dalam penelitian ini terdiri dari normalitas, multikolinieritas dan heteroskedastisitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian berasal dari populasi yang sebarannya normal. Salah satu asumsi dalam penggunaan model regresi adalah data berdistribusi normal atau residual

menyebarkan di sekitar nol. Jika nilai residual menyebar normal maka persamaan regresi yang diperoleh cukup baik.

Menurut Santosa dan Azhari (2005), pengujian normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Dalam analisis statistik parametrik, asumsi yang harus dimiliki oleh data adalah data tersebut harus terdistribusi secara normal. Maksud data terdistribusi secara normal adalah dimana data akan mengikuti bentuk distribusi normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu dengan *Normal P-P Plot* dan *Tabel Kolmogorov Smirnov*. Dalam penelitian ini penulis menggunakan cara *Normal P-P Plot*. Prinsipnya uji normalitas dengan *P-P Plot* dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya.

2. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal (Ghozali, 2007).

Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, dapat dilakukan dengan melihat nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF), jika *tolerance* $< 0,10$ atau nilai *VIF* > 10 berarti terdapat multikolinieritas. Apabila terdapat variabel bebas memiliki nilai *tolerance* lebih dari $0,10$ atau nilai *VIF* kurang dari 10 , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3. Heteroskedastisitas

Pengujian ini digunakan untuk melihat apakah variabel mempunyai varian yang sama atau tidak. Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian dari residual suatu pengamatan dengan pengamatan yang lain berbeda. Heteroskedastisitas bertentangan dengan salah satu asumsi dasar regresi linear, yaitu bahwa variasi residual sama untuk semua pengamatan yang disebut homokedastisitas (Gujarati, 2010)

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu $ZPRED$ dengan residualnya $SRESID$. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara $SRESID$ dan $ZPRED$ dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y_{prediksi} - Y_{sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*.

Selanjutnya dianalisis dengan memperhatikan pola yang terjadi sebagai berikut:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

H. Pengujian Hipotesis

Model regresi yang sudah memenuhi syarat asumsi klasik tersebut akan digunakan untuk menganalisis, melalui pengujian hipotesis yaitu:

1. Uji t (uji parsial)

Uji Statistik-t dilakukan untuk melihat secara parsial bagaimana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji ini dapat dilihat pada *Table Coefficients* pada output SPSS pada *p-value* (pada kolom *sig*) pada masing-masing variabel independen. Jika *p-value* lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan atau *t*-hitung (pada kolom *t*) lebih besar dari *t*-tabel (dihitung dari *two-tailed* dengan $\alpha = 5\%$, $df = k$, k merupakan jumlah variabel independen).

Model hipotesis yang digunakan dalam Uji Statistik-t ini adalah:

$H_0 : b_i = 0$ dimana $i=0, 1, 2, 3, 4$, artinya variabel bebas ke- i secara parsial tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat

$H_a : b_i \neq 0$ dimana $i=0, 1, 2, 3, 4$, artinya variabel bebas ke- i secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

2. Uji F (uji serempak)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari seluruh variabel independen secara bersama-sama atau secara simultan terhadap variabel dependen. Hasil uji ini dapat dilihat pada *Table Anova* pada output SPSS. Hasil uji F menunjukkan variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen jika *p-value* (pada kolom *sig*) lebih kecil dari *level of significant* yang ditentukan, atau F_{hitung} (pada kolom F) lebih besar dari F_{tabel} . F_{tabel} dihitung dengan $df_1 = k-1$ dan $df_2 = n - k$, dimana k adalah jumlah variabel dependen dan independen (Nugroho, 2005).

Bentuk pengujiannya adalah:

$H_0 : b_1=b_2=b_3=b_4=0$, artinya tidak berpengaruh yang positif dan signifikan secara bersama-sama dari variabel bebas (X_1), (X_2), (X_3) dan (X_4) terhadap variabel dependen (Y).

$H_a : b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat (Y).

Kriteria penilaian hipotesis pada uji-F ini adalah:

- a. Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel kegunaan (*usability*), variabel kualitas informasi (*information quality*), variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dan variabel kualitas transaksi (*transaction quality*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
 - b. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya dimensi kegunaan (*usability*), dimensi kualitas informasi (*information quality*), dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dan dimensi kualitas transaksi (*transaction quality*) paling sedikit salah satunya berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2) mengukur seberapa besar kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel terikat. Nugroho, (2005) menyatakan bahwa nilai *R Square* atau *Adjusted R Square* dikatakan baik jika *R Square* di atas 0,5. Nilai *R Square* berkisar antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Semakin besar nilai R^2 (mendekati satu), maka peranan variasi variabel bebas terhadap variabel terikat semakin kuat, dan sebaliknya semakin kecil nilai R^2 (mendekati nol) maka peranan variasi variabel bebas terhadap variasi variabel terikat semakin

lemah atau kecil. Hal ini berarti model yang digunakan semakin kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

UNIVERSITAS TERBUKA

BAB IV

HASIL TEMUAN DAN PEMBAHASAN

I. Hasil Temuan

1. Gambaran Umum BPS Provinsi Sumatera Utara

a. Sejarah

BPS merupakan salah satu lembaga non departemen yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Presiden. Lembaga ini dipimpin oleh seorang Kepala dengan tugas melaksanakan tugas pemerintahan di bidang kegiatan statistik sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Dalam melaksanakan tugas, BPS menyelenggarakan fungsi pengkajian dan penyusunan kebijakan nasional di bidang statistik; penyelenggaraan statistik dasar; koordinasi kegiatan fungsional dalam pelaksanaan tugas BPS; memfasilitasi dan pembinaan terhadap kegiatan instansi Pemerintah di bidang kegiatan statistik; dan penyelenggaraan pembinaan dan pelayanan administrasi umum di bidang perencanaan umum, ketatausahaan, organisasi dan tata laksana, kepegawaian, keuangan, kearsipan, hukum, persandian, perlengkapan, dan rumah tangga. BPS mempunyai kewenangan untuk penyusunan rencana nasional secara makro di bidangnya; perumusan kebijakan dibidangnya untuk mendukung pembangunan secara makro; penetapan sistem informasi di bidangnya; penetapan sistem dan penyelenggaraan statistik nasional dan kewenangan lain seperti penyusunan dan pelaksanaan kebijakan tertentu di bidang kegiatan statistik, serta penyusunan pedoman penyelenggaraan survei statistik sektoral.

BPS Provinsi Sumatera Utara merupakan kepanjangan tangan dari BPS Republik Indonesia di Jakarta. Pada tanggal 29 Mei 1968, ditetapkan melalui Peraturan Pemerintah (PP) No. 16 Tahun 1968 yang mengatur Organisasi dan Tata Kerja BPS di Pusat dan Daerah. Selanjutnya pada tanggal 20 Februari 1980 diterbitkan Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 1980 tentang Organisasi BPS sebagai pengganti PP No. 16 Tahun 1968. Dengan diterbitkannya PP ini maka pada setiap provinsi dibentuk kantor statistik dengan nama Kantor Statistik Provinsi, dan pada setiap Kabupaten/Kota juga dibentuk kantor statistik dengan nama Kantor Statistik Kabupaten/Kotamadya. Kemudian PP tersebut disempurnakan pada tanggal 9 Januari 1992 dengan diterbitkannya PP Nomor 2 Tahun 1992 tentang Organisasi BPS dan dilanjutkan dengan penerbitan Keputusan Presiden (Keppres) Nomor 6 Tahun 1992 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja BPS yang ditetapkan pada tanggal 9 Januari 1992.

BPS melakukan kegiatan dengan melaksanakan sesuai undang-undang. Peraturan yang digunakan adalah Undang-undang (UU) Nomor 6 Tahun 1960 tentang Sensus dan UU Nomor 7 Tahun 1960 tentang Statistik. Dengan perkembangan keadaan, tuntutan masyarakat dan kebutuhan pembangunan nasional maka dirasa perlu penyempurnaan peraturan. Pada tanggal 19 Mei 1997 diundangkan UU Nomor 16 Tahun 1997 tentang Statistik dan dilanjutkan dengan penerbitan Keppres No.86 Tahun 1998 tentang Kedudukan, Tugas, Susunan Organisasi dan Tata Laksana Kerja Biro Pusat Statistik. Berdasarkan Keppres ini terjadi perubahan nama dari Biro Pusat Statistik menjadi Badan Pusat Statistik, sehingga Kantor Statistik Provinsi Sumatera Utara diubah menjadi Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Utara.

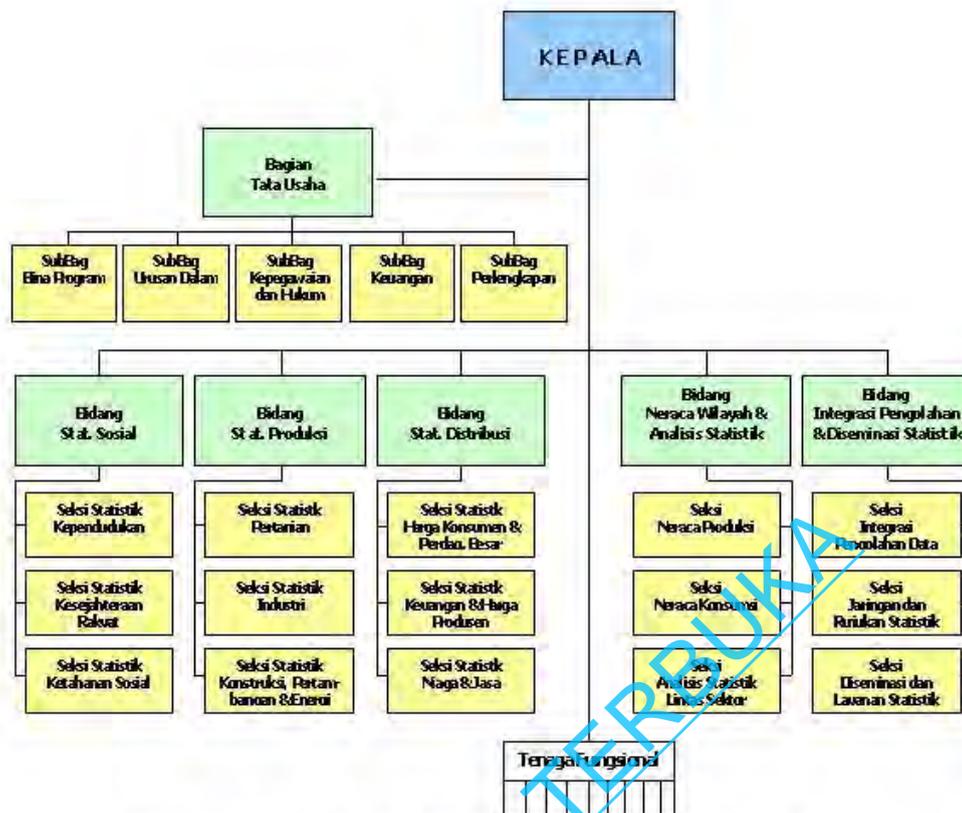
b. Visi dan Misi

Dalam menjalankan tugasnya BPS mempunyai visi dan misi. Visi BPS adalah pelopor data statistik terpercaya untuk semua. Sedangkan misi yang diemban adalah:

- Memperkuat landasan konstitusional dan operasional lembaga statistik untuk penyelenggaraan statistik yang efektif dan efisien.
- Menciptakan insan statistik yang kompeten dan profesional, didukung pemanfaatan teknologi informasi mutakhir untuk kemajuan perstatistikan Indonesia.
- Meningkatkan penerapan standar klasifikasi, konsep dan definisi, pengukuran dan kode etik statistik yang bersifat universal dalam setiap penyelenggaraan statistik.
- Meningkatkan kualitas pelayanan informasi statistik bagi semua pihak.
- Meningkatkan koordinasi, integrasi, dan sinkronisasi kegiatan statistik yang diselenggarakan pemerintah dan swasta, dalam kerangka Sistem Statistik Nasional (SSN) yang efektif dan efisien.

c. Struktur Organisasi

BPS dalam menjalankan fungsinya melalui organisasi yang telah ditetapkan, dengan struktur organisasi sebagai berikut :



Sumber : Website BPS Provinsi Sumatera Utara, diakses tanggal 23 Maret 2013

Gambar 4. 1. Struktur Organisasi BPS Provinsi Sumatera Utara

d. Website BPS Provinsi Sumatera Utara.

BPS memberikan pelayanan kepada masyarakat tentang berbagai informasi dengan membuka layanan melalui layanan statistik terpadu (perpustakaan) dan melalui website. Website BPS Provinsi Sumatera Utara saat ini beralamat di <http://sumut.bps.go.id>. Berbagai informasi ditampilkan dalam website tersebut, seperti informasi yang disajikan secara bulanan berupa Berita Resmi Statistik, publikasi yang diterbitkan BPS Provinsi Sumatera Utara dan dokumentasi kegiatan.

Website BPS Provinsi Sumatera Utara dibangun sejak Desember 2009, dengan kunjungan yang memiliki kecenderungan semakin meningkat. Pada tahun 2012 jumlah kunjungan setiap bulan berkisar 3000 sampai dengan 7000, yang diperoleh

dari jumlah *internet protocol (IP) address* yang tercatat dalam sistem monitoring website.



Sumber : website BPS Provinsi Sumatera Utara diakses tanggal 23 Maret 2013

Gambar 4.2. Jumlah Pengunjung Website BPS Sumut Tahun 2012

Dari sejumlah pengunjung yang mengakses informasi langsung, beberapa diantaranya melakukan transaksi *download* (unduh). Seorang pengunjung website dapat melakukan pengunduhan dengan terlebih dahulu memberikan informasi melalui website. Jumlah pengunjung yang melakukan pengunduhan ini akan terekam dalam sistem sehingga menurut penulis dianggap sebagai pengguna website. Pengguna website dapat dibedakan menurut status pekerjaan dan tujuan pengunduhan. Besarnya jumlah pengguna website dapat dilihat dalam Tabel 4.1.

Tabel 4.1. Jumlah Pengunduh Website Menurut Jenis Pekerjaan

Tahun	Jenis Pekerjaan					Jumlah Pengunduh
	Pelajar	Mahasiswa	Pegawai Swasta	PNS	TNI/POLRI	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
2009	7	91	70	66	3	237
2010	314	3072	1802	1168	21	6377
2011	243	2531	1219	2008	36	6037
2012	265	5254	1939	1412	19	8889
2013	63	4143	974	1074	1	6255

Sumber : Website BPS Provinsi Sumatera Utara diakses tanggal 29 Mei 2013

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat dilihat bahwa sebagian besar pengunduh berasal dari mahasiswa. Sejak dibangun pertama kali, pengunduh dari kalangan mahasiswa paling dominan, disusul Pegawai Negeri Sipil (PNS), Pegawai Swasta, Pelajar dan TNI/POLRI. Hal ini menunjukkan mahasiswa memiliki kepentingan yang lebih tinggi untuk memperoleh informasi dengan melakukan pengunduhan. Bila dikaitkan dengan tujuan pengguna website dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Sejalan dengan informasi yang diperoleh dari pengguna website menurut jenis pekerjaan, sebagian besar pengguna website melakukan unduhan untuk menyelesaikan tugas kuliah atau sekolah. Sedangkan untuk referensi dan tujuan penelitian hampir berimbang.

Tabel 4.2 Jumlah Pengguna Website Menurut Tujuan Pengunduhan

Tujuan Pengunduhan				Jumlah Pengunduh
Referensi	Penelitian	Tugas Kuliah/ Sekolah	Usaha /Bisnis	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
67	108	50	12	237
3224	1446	1499	208	6377
2675	1921	1353	88	6037
3141	2549	3103	96	8889
1787	1649	2729	90	6255

Sumber : Website BPS Provinsi Sumatera Utara diakses tanggal 29 Mei 2013

2. Karakteristik Responden

Penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang ditampilkan secara online dengan alamat <http://mysq.com/survey/473/klikpakde/32119.phtml>. Dengan demikian responden dapat langsung mengisi kuesioner tanpa harus direpotkan dengan cara mengumpulkan kembali. Responden ini pada awalnya dikirimkan melalui email yang memberitahukan adanya survei dimaksud. Dari hasil survei diperoleh karakteristik responden yang dibedakan menurut jenis kelamin, tingkat pendidikan dan pekerjaan.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Menurut Pendidikan dan Jenis Kelamin

Pendidikan	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
(1)	(2)	(3)	(4)
S1	20	7	27
SLTA	10	13	23
SLTP ke bawah	1		1
Jumlah	31	20	51

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data Diolah)

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan dan Jenis Kelamin

Pendidikan	Jenis Kelamin		Jumlah
	Laki-laki	Perempuan	
(1)	(2)	(3)	(4)
Mahasiswa	11	10	21
Peg. Swasta	1	1	2
Pelajar	1		1
Pengajar (Guru/Dosen)	2		2
PNS	13	3	16
Wiraswasta	3	6	9
Jumlah	31	20	51

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data Diolah)

J. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan 1 variabel terikat (Y) yaitu kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Sedangkan variabel bebasnya adalah *usability* (kegunaan) sebagai X_1 , *information quality* (kualitas informasi) sebagai X_2 , *service interaction quality* (kualitas layanan interaksi) X_3 dan *transaction quality* (kualitas transaksi) X_4 . Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui informasi dari jawaban responden.

1. Penjelasan Responden Atas Variabel Penelitian

Hasil penelitian memberikan informasi tentang jawaban responden terhadap masing-masing item pernyataan untuk seluruh variabel.

a. Penjelasan Responden atas Variabel Kegunaan

Tabel 4.5. Penjelasan Responden atas Variabel Kegunaan

No	Item Pertanyaan Variabel Kegunaan	Jumlah Responden					Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
(1)	(2)	(3)	(5)	(7)	(9)	(10)	(11)
1.	Website menyediakan informasi yang akurat	1	4	9	27	10	51
	Persentase (%)	2.00	7.80	17.60	52.90	19.60	100.00
2.	Website menyediakan informasi yang up to date	0	4	17	20	10	51
	Persentase (%)	0.00	7.84	33.33	39.22	19.61	100.00
3.	Website menyediakan informasi yang relevan	0	5	10	25	11	51
	Persentase (%)	0.00	9.80	19.60	49.00	21.60	100.00
4.	Website menyediakan informasi yang mudah dimengerti	0	6	7	29	9	51
	Persentase (%)	0.00	11.80	13.70	56.90	17.60	100.00
5.	Website menyediakan informasi secara rinci	5	15	13	13	5	51
	Persentase (%)	9.80	29.40	25.50	25.50	9.80	100.00
6.	Website menyediakan informasi dengan format sesuai kebutuhan	2	6	15	22	6	51
	Persentase (%)	3.90	11.80	29.40	43.10	11.80	100.00
	Rata-rata	1.33	6.67	11.83	22.67	8.50	51
	Persentase (%)	2.61	13.07	23.20	44.44	16.67	100.00

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data diolah)

Dari 6 (enam) item pertanyaan yang mencerminkan variabel kegunaan, menunjukkan rata-rata orang yang menjawab sangat tidak setuju sekitar 1 orang, tidak setuju sekitar 7 orang, cukup setuju 11 orang, setuju 23 orang, dan menjawab sangat setuju hanya sekitar 8 orang. Hal menarik dalam item tentang website menyediakan informasi secara rinci ini ada 15 responden menyatakan tidak setuju.

b. Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Informasi

Tabel 4.6. Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Informasi

No	Item Pertanyaan Variabel Kualitas Informasi	Jumlah Responden					Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
(1)	(2)	(3)	(5)	(7)	(9)	(10)	(11)
1.	Tidak mengalami kesulitan dalam penggunaan website ini	0	5	10	29	7	51
	Persentase (%)	0.00	9.80	19.60	56.90	13.70	100.00
2.	Cara berinteraksi dengan website ini mudah dimengerti	0	8	15	23	5	51
	Persentase (%)	0.00	15.70	29.40	45.10	9.80	100.00
3.	Navigasi/petunjuk dalam website ini jelas	2	1	14	29	5	51
	Persentase (%)	3.90	2.00	27.50	56.90	9.80	100.00
4.	Website ini mudah untuk dioperasikan	0	3	14	23	11	51
	Persentase (%)	0.00	5.90	27.50	45.10	21.60	100.00
5.	Desain website sesuai dengan keinginan responden	0	7	21	18	5	51
	Persentase (%)	0.00	13.70	41.20	35.30	9.80	100.00
6.	Waktu respon dalam website ini sesuai dengan keinginan responden	0	9	19	19	4	51
	Persentase (%)	0.00	17.60	37.30	37.30	7.80	100.00
	Rata-rata	0.33	5.50	15.50	23.50	6.17	51
	Persentase (%)	0.65	10.78	30.39	46.08	12.09	100.00

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data diolah)

Dari 6 (enam) item pertanyaan yang mencerminkan variabel kualitas informasi, menunjukkan rata-rata orang yang menjawab sangat tidak setuju hampir tidak ada,

tidak setuju sekitar 5 orang, cukup setuju 15 orang, setuju 23 orang, dan menjawab sangat setuju hanya sekitar 6 orang.

c. Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Layanan Interaksi

Tabel 4.7. Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Layanan Interaksi

No	Item Pertanyaan Variabel Layanan Kualitas Interaksi	Jumlah Responden					Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
(1)	(2)	(3)	(5)	(7)	(9)	(10)	(11)
1.	Website ini memiliki reputasi yang baik	0	4	14	24	9	51
	Persentase (%)	0.00	7.80	27.50	47.10	17.60	100.00
2.	Website memberikan kesan secara personal	1	8	18	20	4	51
	Persentase (%)	2.00	15.70	35.30	39.20	7.80	100.00
3.	Website memberikan kesan yang menyenangkan	0	5	17	24	5	51
	Persentase (%)	0.00	9.80	33.30	47.10	9.80	100.00
4.	Website memberikan pengalaman positif	0	5	13	22	11	51
	Persentase (%)	0.00	9.80	25.50	43.10	21.60	100.00
5.	Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS Prov. Sumatera Utara	0	3	12	22	14	51
	Persentase (%)	0.00	5.90	23.50	43.10	27.50	100.00
6.	Website memberikan informasi yang responden butuhkan	0	4	17	21	9	51
	Persentase (%)	0.00	7.80	33.30	41.20	17.60	100.00
7.	Website memberikan kesan yang komunikatif	0	2	18	24	7	51
	Persentase (%)	0.00	3.90	35.30	47.10	13.70	100.00
	Rata-rata	0.14	4.43	15.57	22.43	8.43	51
	Persentase (%)	0.28	8.68	30.53	43.98	16.53	100.00

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data diolah)

Dari 7 (tujuh) item pertanyaan yang mencerminkan variabel kualitas layanan interaksi, menunjukkan rata-rata orang yang menjawab sangat tidak setuju hampir tidak ada, tidak setuju sekitar 4 orang, cukup setuju 15 orang, setuju 22 orang, dan rata-rata menjawab sangat setuju 8 orang.

d. Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Transaksi

Tabel 4.8. Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Transaksi

No	Item Pertanyaan Variabel Layanan Transaksi	Jumlah Responden					Total
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
(1)	(2)	(3)	(5)	(7)	(9)	(10)	(11)
1.	Percaya bahwa dengan website ini berguna bagi responden	0	1	15	26	9	51
	Persentase (%)	0.00	2.00	29.40	51.00	17.60	100.00
2.	Akses lengkap melalui website ini dapat menghemat waktu	0	1	14	23	13	51
	Persentase (%)	0.00	2.00	27.50	45.10	25.50	100.00
3.	Akses lengkap melalui website ini dapat menghemat biaya	0	4	11	22	14	51
	Persentase (%)	0.00	7.80	21.60	43.10	27.50	100.00
4.	Website ini memberikan informasi transaksi secara online	0	6	18	20	7	51
	Persentase (%)	0.00	11.80	35.30	39.20	13.70	100.00
5.	Responden merasa aman mengakses website ini	0	1	13	30	7	51
	Persentase (%)	0.00	2.00	25.50	58.80	13.70	100.00
6.	Data pribadi yang disampaikan pada website ini akan aman	1	2	13	25	10	51
	Persentase (%)	2.00	3.90	25.50	49.00	19.60	100.00
7.	Responden percaya data yang akan dibutuhkan dapat tersedia	2	2	18	15	14	51
	Persentase (%)	3.90	3.90	35.30	29.40	27.50	100.00
8.	Responden percaya dengan kehandalan website ini	2	4	16	19	10	51
	Persentase (%)	3.90	7.80	31.40	37.30	19.60	100.00
	Rata-rata	0.63	2.63	14.75	22.50	10.50	51
	Persentase (%)	1.23	5.15	28.92	44.12	20.59	100.00

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data diolah)

Dari 8 (delapan) item pertanyaan yang mencerminkan variabel kualitas transaksi, menunjukkan rata-rata orang yang menjawab sangat tidak setuju hampir tidak ada, tidak setuju sekitar 3 orang, cukup setuju 15 orang, setuju 22 orang, dan rata-rata menjawab sangat setuju 10 orang.

e. Penjelasan Responden atas Variabel Kepuasan

Tabel 4.9. Penjelasan Responden atas Variabel Kualitas Transaksi

No	Item Pertanyaan Variabel Layanan Transaksi	Jumlah Responden				Total	
		Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju		
(1)	(2)	(3)	(5)	(7)	(9)	(10)	(11)
1.	Website ini memiliki kualitas bagus	2	4	17	20	8	51
	Persentase (%)	3.90	7.80	33.30	39.20	15.70	100.00
2.	Secara umum responden puas dengan website ini	1	7	16	19	8	51
	Persentase (%)	2.00	13.70	31.40	37.30	15.70	100.00
	Rata-rata	1.5	5.5	16.5	19.5	8	51
	Persentase (%)	2.94	10.78	32.35	38.24	15.69	100.00

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data diolah)

Dari 2 (dua) item pertanyaan yang mencerminkan variabel kepuasan pengguna, menunjukkan rata-rata orang yang menjawab sangat tidak setuju sebesar 1 orang, tidak setuju sekitar 5 orang, cukup setuju 16 orang, setuju 19 orang, dan rata-rata menjawab sangat setuju 8 orang.

2. Pengujian Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Suatu model regresi dikatakan baik jika memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik atau uji statistik. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan Uji *One-Sampel Kolmogorov-Smirnov Test*. Residual suatu model regresi dikatakan terdistribusi normal jika nilai signifikansi (*Asymp. Sig. 2-tailed*) lebih besar dari 0,05.

Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.53468709
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.044
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		.593
Asymp. Sig. (2-tailed)		.873

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Penelitian, 2013 (data di olah)

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat dilihat nilai *Asymp. Sig* hasil uji kolmogorof-smirnov adalah sebesar 0,873 yang lebih besar dari 0,05. Ini berarti residual kepuasan pengguna website terhadap variabel kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi dan kualitas transaksi adalah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Pada model regresi yang baik, tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) maka ujimultikolinearitas dapat digunakan.

Menurut Ghozali (2005) jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel independen yang nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF).

Suatu model dikatakan tidak terjadi multikolinieritas atau tidak ada korelasi antar variabel independen jika nilai $VIF < 10$. Jika nilai $VIF > 10$ berarti terdapat multikolinieritas.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kegunaan	.320	3.125
	Kualitas Informasi	.428	2.334
	Kualitas Layanan Interaksi	.248	4.032
	Kualitas Transaksi	.360	2.780

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

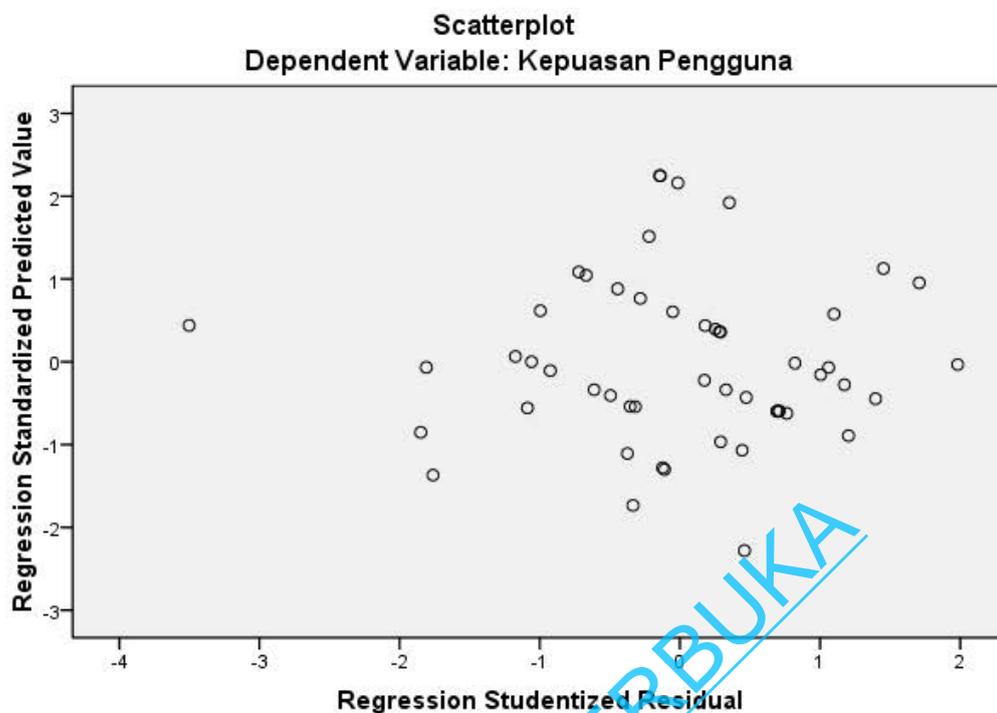
Sumber : Data Penelitian, 2013 (data diolah)

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data tersebut tidak memiliki sifat multikolinieritas sehingga dapat dinyatakan terbebas dari asumsi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah uji untuk mengetahui terjadinya perbedaan variasi residual dari suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, atau gambaran hubungan antara nilai yang diprediksi dengan standardized delete residual nilai tersebut. Menurut Ghozali (2005), heteroskedastisitas dapat diuji dengan menggunakan metode grafik, yaitu dengan melihat ada tidaknya pola tertentu yang tergambar pada grafik. Jika pola titik-titik yang terbentuk membentuk pola teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Sebaliknya, jika tidak terbentuk pola yang jelas dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Heteroskedastisitas bertentangan dengan salah satu asumsi dasar regresi linear. Pada regresi linear, variasi residual harus sama untuk semua pengamatan atau disebut homokedastisitas (Gujarati, 2010).

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-studentized.



Sumber: Data Penelitian, 2013

Gambar 4.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

3. Hasil Regresi Linear Berganda

Dengan bantuan program SPSS untuk mengolah data penelitian dapat diperoleh hasil bahwa ada hubungan antara kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara dengan variabel kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi dan kualitas transaksi. Hal tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.12. Dengan memperhatikan tabel hasil pemodelan regresi tersebut maka dapat disusun model regresi berganda sebagai berikut :

$$Y = -0.892 + 0.330 X_1 + 0,119 X_2 + 0,251 X_3 + 0,405 X_4$$

Dimana, Y = Kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara

X₁ = Kegunaan

X₂ = Kualitas Informasi

X₃ = Kualitas Layanan Interaksi

X₄ = Kualitas Transaksi

Dengan mengacu pada model regresi tersebut, maka variabel kegunaan, dan kualitas transaksi memiliki kemampuan secara positif terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Sedangkan untuk variabel kualitas informasi dan kualitas layanan interaksi mempunyai kemampuan secara positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna website. Berdasarkan Tabel 4.12. tersebut menggambarkan bahwa dengan taraf signifikansi 10% menunjukkan bahwa kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel kegunaan dan variabel kualitas transaksi. Sedangkan untuk variabel kualitas informasi dan kualitas layanan interaksi dengan taraf signifikansi 10% tidak adanya pengaruh yang signifikan. Hal ini tidak sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa dimensi kualitas informasi (*adequacy information*) dan dimensi interaksi (*interaction*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan (Yang *et.al.*, 2005). Penelitian Medyawati, dkk. (2012) juga menghasilkan informasi yang sama bahwa interaksi dan kualitas informasi juga berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan.

Tabel 4.12 Koefisien Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.892	.475		-1.879	.067
	Kegunaan	.330	.185	.268	1.782	.081
	Kualitas Informasi	.119	.182	.085	.653	.517
	Kualitas Layanan Interaksi	.251	.199	.215	1.261	.214
	Kualitas Transaksi	.405	.170	.336	2.374	.022

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data Penelitian, 2013 (Data diolah)

Tabel 4.13 Koefisien Korelasi Parsial

		Correlations			
Control Variables		Kegunaan	Kualitas Informasi	Kualitas Layanan Interaksi	Kualitas Transaksi
Kegunaan	Correlation	1.000	.351	.561	.380
	Significance (2-tailed)	.	.013	.000	.006
	df	0	48	48	48
Kualitas Informasi	Correlation	.351	1.000	.492	.374
	Significance (2-tailed)	.013	.	.000	.007
	df	48	0	48	48
Kualitas Layanan Interaksi	Correlation	.561	.492	1.000	.465
	Significance (2-tailed)	.000	.000	.	.001
	df	48	48	0	48
Kualitas Transaksi	Correlation	.380	.374	.465	1.000
	Significance (2-tailed)	.006	.007	.001	.
	df	48	48	48	0

Sumber: Data Penelitian, 2013 (Data diolah)

Faktor yang mungkin menjadi penyebab kedua variabel tidak signifikan diduga antara lain karena jumlah sampel yang minim, metode analisis yang

digunakan, atau susunan kuesioner yang belum jelas menurut persepsi responden. Jika diamati korelasi antara variabel bebas menunjukkan saling keterkaitan walaupun dalam pengujian multikolinearitas tidak terbukti. Berdasarkan Tabel 3,13 di atas menggambarkan variabel kualitas informasi relatif kuat berkorelasi dengan variabel kegunaan. Sedangkan variabel kualitas layanan interaksi justru cenderung berkorelasi dengan variabel kualitas informasi. Dengan demikian ada 2 variabel yang berkorelasi relatif kuat yaitu variabel kualitas informasi dan variabel kualitas layanan interaksi. Korelasi antar variabel bebas ini cenderung akan menjadi kasus multikolinieritas. Pada penelitian aspek multikolinieritas tidak dipenuhi.

4. Koefisien Determinasi

Setelah model dapat diketahui, selanjutnya perlu diukur seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas seperti kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi dan kualitas transaksi terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Alat ukur yang dapat digunakan adalah nilai koefisien determinasi (R^2).

Tabel 4.14 Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817 ^a	.668	.639	.55745	1.974

a. Predictors: (Constant), Kualitas Transaksi, Kualitas Informasi, Kegunaan, dan Kualitas Layanan Interaksi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber : Data Penelitian, 2013 (Data diolah)

Berdasarkan Tabel 4.14, di atas dapat dilihat bahwa koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 0,817. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas yaitu kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi dan kualitas transaksi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara sebesar 82,7 persen. Sedangkan sisanya sebesar 17,3 persen merupakan pengaruh variabel bebas lain yang tidak dicakup dalam penelitian ini.

5. Hasil Pengujian Regresi Berganda

Dari model regresi berganda yang telah ditentukan, hasilnya diperoleh dari pengolahan data menggunakan paket program SPSS. Untuk lebih menguatkan model tersebut secara statistik perlu dilakukan pengujian. Pengujian tersebut meliputi pengujian secara simultan melalui uji F, dan secara parsial melalui uji t.

a. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian secara simultan menggunakan hipotesis apakah variabel-variabel bebas kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi dan kualitas transaksi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.

Dengan mempertimbangkan taraf signifikansi (α) sebesar 10%, maka berdasarkan Tabel 4.15 dapat diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 23,112. Hal ini menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} lebih besar nilainya dibandingkan F_{tabel} yang bernilai 2,57. Dengan demikian hasil uji secara simultan menyatakan bahwa paling sedikit salah satu dari variabel bebas kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi dan kualitas transaksi berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Hal ini sejalan dengan pendapat Tate, *et*

al.(2007) yang menggunakan variabel-variabel tersebut dalam penelitian kepuasan pengguna website.

Tabel 4.15 Hasil Uji secara Simultan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.729	4	7.182	23.112	.000 ^a
	Residual	14.295	46	.311		
	Total	43.023	50			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Transaksi, Kualitas Informasi, Kegunaan, Kualitas Layanan Interaksi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data Penelitian, 2013 (data diolah)

b. Uji Secara Parsial (Uji t)

Selanjutnya dari model regresi yang diperoleh, dapat diketahui apakah variabel kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi dan kualitas transaksi secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.

Tabel 4.16. Hasil Uji Parsial

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.892	.475		-1.879	.067
Kegunaan	.330	.185	.268	1.782	.081
Kualitas Informasi	.119	.182	.085	.653	.517
Kualitas Layanan Interaksi	.251	.199	.215	1.261	.214
Kualitas Transaksi	.405	.170	.336	2.374	.022

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data Penelitian, 2013 (Data diolah)

Dengan mempertimbangkan taraf signifikansi (α) sebesar 10%, maka berdasarkan Tabel 4.16 dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

- 1) Nilai t_{hitung} untuk variabel kegunaan sebesar 1,782 lebih tinggi dari t_{tabel} yang bernilai 1,67. Maka dengan memperhatikan hipotesis yang digunakan, dengan uji tersebut dapat dinyatakan layak untuk menolak H_0 . Hal ini menunjukkan bahwa variabel kegunaan secara parsial berpengaruh positif terhadap kepuasan website BPS Provinsi Sumatera Utara.
- 2) Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas informasi (0,653) lebih kecil dari nilai t_{tabel} (1,67), yang berarti tidak cukup data untuk dapat menolak H_0 . Jadi dengan tidak menolak H_0 berarti variabel kualitas informasi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.
- 3) Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas layanan interaksi (1,261) lebih kecil dari nilai t_{tabel} (1,67), yang berarti juga tidak cukup data untuk dapat menolak H_0 .

Jadi dengan tidak menolak H_0 berarti variabel kualitas layanan interaksi berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.

- 4) Nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas transaksi (2,374) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,67), yang berarti uji parsial dapat menolak H_0 . Jadi dengan menolak H_0 berarti variabel kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial terhadap variabel-variabel bebas memiliki pengaruh signifikan berjenjang berturut mulai dari kualitas informasi, kualitas layanan interaksi, kegunaan, dan yang paling signifikan adalah variabel kualitas transaksi.

6. Pembahasan Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil-hasil uji hipotesis terhadap model yang dibentuk sebagaimana pembahasan sebelumnya maka secara umum dapat dinyatakan bahwa model regresi berganda hubungan antara variabel-variabel bebas (kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi dan kualitas transaksi) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Pembahasan terhadap hasil pengujian tersebut dirinci menurut jenis pengujian baik secara simultan maupun secara parsial dapat dilakukan.

a. Hasil Pengujian Secara Simultan

Berdasarkan hipotesis bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi dan kualitas transaksi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi

Sumatera Utara. Hal ini sejalan dengan penelitian-penelitian terdahulu seperti Tarigan (2008), Raharso dan Sutisna (2012) dan Medyawati, dkk (2012) yang memodelkan kualitas pelayanan website berpengaruh positif terhadap pengguna.

Pada penelitian ini menunjukkan hasil bahwa kualitas pelayanan website yang diwakili oleh variabel kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi dan kualitas transaksi berpengaruh signifikan atau dikatakan sangat menentukan kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Jika variabel-variabel yang mencerminkan kualitas pelayanan ini meningkat maka semakin meningkat pula kepuasan pengguna website. Secara umum hal ini akan sejalan dengan pendapat Tjiptono (2009) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi pelanggan (pengguna) untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan. Hubungan ini secara *online* dapat dilakukan sebuah website dalam menyampaikan informasi yang dimiliki institusi, dan respon dari pengguna yang dimediasi oleh sistem website seperti kontak saran atau email website yang dapat merespon pengguna. Hasil dari penelitian ini juga menunjukkan bahwa dengan tingkat signifikansi 10% hanya variabel kegunaan dan kualitas transaksi yang berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel lainnya tidak signifikan.

b. Hasil Pengujian Secara Parsial

Pengujian terhadap model regresi secara parsial seperti dibahas sebelumnya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif secara parsial antara variabel-variabel bebas sebagai pencerminan kualitas pelayanan dengan kepuasan pengguna. Beberapa

variabel berpengaruh positif dan signifikan, namun beberapa variabel lainnya berpengaruh positif namun tidak signifikan.

1) Pengaruh Variabel Kegunaan terhadap Kepuasan Pengguna Website

Kualitas pelayanan yang salah satunya ditunjukkan oleh variabel kegunaan ini menunjukkan pengaruh secara parsial yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Variabel ini merupakan fungsi layanan website yang mencerminkan bahwa website dimaksud itu berguna bagi responden. Kemudahan yang diperoleh dalam menggunakan website, petunjuk/navigasi yang tersedia, kemudahan pengoperasian, desain yang sesuai keinginan dan waktu respon yang sesuai menunjukkan bahwa variabel merupakan hal yang seharusnya terus ditingkatkan oleh website. Variabel kegunaan memang tidak lagi dipersepsikan sebagai fokus pada karakteristik website, namun lebih pada pengalaman pengguna. (Tate, *et al.*, 2011). Dengan memperhatikan responden pengguna website ini, pengguna sebagian besar adalah orang berpendidikan minimal sedang sekolah tingkat SLTA. Sedangkan kecenderungan pengguna website mengakses juga untuk membantu penyelesaian tugas sekolah/kuliah. Jadi hal ini berkaitan dengan pendapat bahwa sebagian besar pengguna tidak mengalami kesulitan dalam penggunaan website.

2) Pengaruh Variabel Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Website

Secara parsial variabel kualitas informasi ini berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Pengaruh secara positif ini sudah sejalan dengan berbagai penelitian yang menghubungkan antara fungsi pelayanan dan kepuasan pengguna website. Namun pada penelitian ini

tidak dapat cukup bukti untuk menyatakan bahwa variabel ini berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Faktor yang mungkin menjadi penyebab hal ini terjadi diantaranya karena minimnya sampel yang digunakan, metode analisis yang digunakan, atau susunan kuesioner yang belum rinci/jelas menurut persepsi responden. Dengan memperhatikan korelasi variabel ini dengan variabel bebas yang lain menggambarkan adanya korelasi yang signifikan. Variabel kualitas informasi cenderung berkorelasi dengan variabel kegunaan dan kualitas layanan interaksi. Korelasi yang terjadi antara variabel bebas menunjukkan suatu variabel cenderung saling berkaitan. Pada penelitian ini bisa jadi variabel kualitas informasi menjadi tidak signifikan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian-penelitian sebelumnya. Hasil penelitian Raharso (2012) menyatakan bahwa variabel kualitas informasi merujuk pada ketersediaan informasi yang akurat, lengkap dan dengan rincian yang tepat. Dari sisi penyedia layanan website dapat menganggap bahwa variabel ini merupakan inti dari kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan dari sisi kualitas informasi menunjukkan bahwa website harus memiliki/menyediakan informasi yang akurat, *up to date*, informasi yang relevan, mudah dimengerti, rinci dan sesuai dengan kebutuhan.

3) Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Interaksi terhadap Kepuasan Pengguna Website

Variabel kualitas layanan interaksi mencerminkan bagaimana website dalam menempatkan dirinya sebagai penyampai informasi dari institusi, dan menerima respon dari pengguna. Variabel ini sebagai salah satu representasi kualitas pelayanan

menunjukkan pengaruh yang positif dengan kepuasan pengguna website. Pengaruh yang positif ini tidak berpengaruh secara signifikan, yang mungkin terjadi dari sisi keterbatasan jumlah sampel, metode analisis dan desain kuesioner sehingga mengaburkan pendapat responden yang sebenarnya. Pengaruh yang tidak signifikan dapat juga terjadi karena adanya korelasi yang relatif kuat antara variabel bebas.

Dalam kaitan peningkatan kualitas pelayanan, variabel ini tidak boleh diabaikan. Pengaruh yang positif menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dicerminkan oleh variabel ini akan semakin baik pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna. Variabel ini menunjukkan bahwa website dianggap telah memiliki reputasi yang baik, memberikan kesan secara personal, menyenangkan, positif, komunikatif.

4) Pengaruh Variabel Kualitas Transaksi terhadap Kepuasan Pengguna Website

Kualitas pelayanan yang dicerminkan dengan variabel kualitas transaksi mengakomodir bagaimana website mampu menggambarkan proses permintaan dari pengguna yang direpson dengan lebih handal. Kepercayaan pengguna disini diukur terkait dengan manfaat, efisiensi waktu dan biaya, keamanan data pribadi dan perangkat, kehandalan website dan ketersediaan informasi yang dibutuhkan.

Variabel ini berpengaruh secara positif dan signifikan dalam mengukur kualitas pelayanan dalam pengaruhnya dengan kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara. Sebagai variabel yang paling dominan berpengaruh, tentunya harus dapat dipertahankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Penguatan fungsi-fungsi pelayanan akan memaksimalkan kepuasan pengguna website. Ketersedian perangkat yang terus disempurnakan menjadi keniscayaan

untuk mendukung website tetap handal. Kemampuan sumber daya manusia dalam mengelola website menjadi penting dan harus terus dikembangkan.

UNIVERSITAS TERBUKA

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. Gambaran mengenai kualitas pelayanan website BPS Provinsi Sumatera Utara menurut pengguna yang diukur melalui variabel kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi, dan kualitas transaksi rata-rata dengan menjawab cukup setuju dan setuju terhadap item pertanyaan yang mendukung variabel.
2. Variabel-variabel kualitas pelayanan seperti variabel kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan interaksi, kualitas transaksi secara simultan berpengaruh sangat signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.
3. Variabel kegunaan (*usability*) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.
4. Variabel kualitas informasi (*information quality*) secara parsial memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.
5. Variabel kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*) secara parsial memiliki pengaruh yang positif namun kurang signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.

6. Variabel kualitas transaksi (*transaction quality*) secara parsial memiliki pengaruh yang positif dan sangat signifikan terhadap kepuasan pengguna website BPS Provinsi Sumatera Utara.

B. Saran

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

1. BPS Provinsi Sumatera Utara harus memperkuat kualitas pelayanan terutama yang berkaitan dengan kualitas informasi harus diperkuat oleh website seperti informasi yang akurat, tepat waktu, terkini (*up to date*) dan mudah dimengerti.
2. Penelitian ini hanya mengkaji pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, tidak tertutup kemungkinan ada variabel bebas lain yang belum tercakup seperti kualitas partisipasi, desain website yang lebih menarik dan sejenisnya. Untuk itu penelitian selanjutnya dapat lebih menggaji variabel yang digunakan.
3. Untuk penelitian secara online terkait dengan suatu website sebaiknya menggunakan sarana kuesioner online yang salah satunya dapat dipasang di <http://www.my3q.com>, atau menghubungi pengelola website untuk dipasang di website yang menjadi objek penelitian.

Daftar Pustaka

- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Manajemen Penelitian*. Yogyakarta: Rineka Cipta
- BPS. (2011). *Buku 2 :Road Map Reformasi Birokrasi Badan Pusat Statistik*. Jakarta : Penerbit Badan Pusat Statistik
- Barner, Stuart J. and Richard T. Vidgen. (2001). *Assesing the Quality of Auction Websites. 34th Hawaii International Conference on System Sciences*
- Gujarati, D. (2007). *Ekonometrika Dasar. Cetakan Keenam*. Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Hasan, Ali. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo
- Hsu, Maxwell K., Festus Olorunniwo dan Godwin J. Udo. (2006). *Service Quality, Customer Satisfsaction, and Behavioral Intention in the Service Factory. Journal of Service Marketing, 20 (10)*
- Irawan, Handi. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT. Elek Media Komputindo.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong.(2003). *Dasar-Dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta:Penerbit PT. Indeks Gramedia
- Kotler, P. & Keller, KL. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid II*. Jakarta: Penerbit PT. Macanan Jaya Cemerlang Indonesia.
- Kuncoro, Mudrajad. (2004). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Lee, G.G. dan Lin H.F. (2005). *Customer perceptions of e-service quality in online shopping. International Journal of Retail & Distribution Management, 33 (2)*.
- Li, Hongxiu, Reima Suomi and Yong Liu. (2009). *Measurement of e-service quality: an empirical study online travel service. 17th European Conference on Information System Journal. www.ecis2009.it/papers/ecis2009-0449.pdf diakses tanggal 10 Oktober 2012*
- Medyawati, Henny, Farida dan Ega Hegarini, *Model Pengukuran Kualitas Layanan Website E-banking di Indonesia. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informati 2012*. Yogyakarta: SNATI
- Mulyadi. (2007). *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen (Edisi 3)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Parasuraman, Valarie A. Zheitaml dan Leonard L. Berry. (1998). *Reassessment of expectation as a comparison standard in measuring service quality: Implication for further research. Journal of Marketing. Vol. 58 (1)*. Chicago.
- Park, Eun Joo, Eun Young Kim, Judith Cardona Forney. (2006). *A structural model of fashion-oriented impulse buying behavior. Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 10(4)*.
- Prasetijo, R dan Ihalauw, J. (2005). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.

- Rangkuti, F. (2008). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama
- Raharso, Sri dan Ma'mum Sutisna. (2012). Analisis Konfirmatori Terhadap Kualitas Laman Perguruan Tinggi (Kasus Laman Politeknik Negeri Bandung). *Jurnal Sistem Informasi Vol 7 – 1 Maret 2012*. Bandung: Jurusan Sistem Informasi - Universitas Kristen Maranatha
- Saha, Parmita and Y. Zhao. (2005). *Relationship between Online Service Quality and Customer Satisfaction: Studi in Internet Banking*. Departement of Bussiness Adminstration and Social Science, Lulea University of Technology.
- Swaid, S.I. dan R.T. Wigand. (2009). Measuring The Quality of E-Service : Scale development and initial validation. *Journal of Electronic Commerce Research 10(1)*
- Sugiyono. (2010). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Supranto, J. (2001). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Penerbit PT. Renika Cipta.
- Tarigan, Josua. (2008). User Satisfaction Using WebQual Instrument : A Research on Stock Exchange of Thailand. *Jurnal Akutansi dan Keuangan Vol 10, No.1 Mei 2008*
- Tate, Mary, Everman Joerg, Hope, Beverly, and Barnes, Stuart. 2007. *Perceived Service Quality in a University Web Portal : Revising the E-Qual Instrument*. Diunduh dari <http://homepages.mcs.vuw.ac.nz/~jevermann/TateEvermanneta/HOCSS07.pdf> tanggal 12 Maret 2013
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran. Jilid III*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- Zeithaml, Valerie A., Leonard L. Berry, and A. Parasuraman (1996). The Behavior Consequences of Service Quality. *Journal Marketing. Vol. 60 (April 1996)*

LAMPIRAN1

KUESIONER
Peningkatan Kualitas Pelayanan Website
BPS Provinsi Sumatera Utara

Dalam rangka peningkatan kualitas website BPS Provinsi Sumatera Utara, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan yang sebenarnya yang Bapak/Ibu/Saudara/i pernah alami/rasakan. Karena jawaban yang sebenarnya yang sangat diharapkan demi kesuksesan penelitian ini, dan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan semata-mata digunakan hanya untuk data penelitian. Biodata Bapak/Ibu/Saudara/i hanya untuk kepentingan penelitian, dan kami akan merahasiakan biodata tersebut.

1. IDENTITAS

Nama :(boleh dikosongkan)
 Pendidikan :
 Pekerjaan :
 Jenis Kelamin :
 Alamat :
(minimal disebutkan Nama Kota)

2. PERTANYAAN

Berilah pendapat Anda tentang website <http://sumut.bps.go.id> dengan mengisi tanda \surd pada kolom jawaban responden.

No	PERTANYAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		(1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Cukup Setuju, (4) Setuju, (5) Sangat Setuju				
		1	2	3	4	5
	Kegunaan (<i>Usability</i>)					
1.	Tidak mengalami kesulitan dalam penggunaan website ini					
2.	Cara berinteraksi dengan website ini mudah dimengerti					
3.	Navigasi/petunjuk dalam website ini jelas					
4.	Website ini mudah untuk dioperasikan					
5.	Desain website ini sesuai dengan keinginan Pengguna					
6.	Waktu respon dalam website ini sesuai dengan keinginan Pengguna					

No	PERTANYAAN	JAWABAN RESPONDEN				
		1	2	3	4	5
	Kualitas Informasi/Isi (<i>Information Quality</i>)					
7.	Website menyediakan informasi yang akurat					
8.	Website menyediakan informasi secara <i>up to date</i>					
9.	Website menyediakan informasi yang relevan					
10.	Website menyediakan informasi yang mudah dimengerti					
11.	Website menyediakan informasi secara rinci					
12.	Website menyajikan informasi dalam format yang sesuai kebutuhan					
	Kualitas Layanan Interaksi (<i>Service Interaction Quality</i>)					
13.	Website memiliki reputasi yang baik					
14.	Website memberikan kesan personal					
15.	Website memberikan kesan menyenangkan					
16.	Website memberikan pengalaman positif					
17.	Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS Prov. Sumut					
18.	Website memberikan informasi yang Pengguna butuhkan					
19.	Website memberikan kesan yang komunikatif					
	Kualitas Layanan Transaksi (<i>Transaction Quality</i>)					
20.	Pengguna percaya bahwa website ini berguna bagi Pengguna					
21.	Akses lengkap pada website ini dapat menghemat waktu					
22.	Akses lengkap pada website ini dapat menghemat biaya					
23.	Website ini memberikan informasi transaksi secara <i>online</i>					
24.	Pengguna merasa aman mengakses website ini					
25.	Data pribadi yang disampaikan pada website ini akan aman					
26.	Pengguna percaya data yang akan dibutuhkan dapat tersedia					
27.	Pengguna percaya dengan kehandalan website ini.					
	<i>Penilaian Kepuasan</i>					
28.	Website ini memiliki kualitas yang bagus					
29.	Secara umum Pengguna puas dengan website ini					

Frekuensi Responden Menurut Variabel

A. Kegunaan

Website menyediakan informasi yang akurat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	4	7.8	7.8	9.8
Cukup Setuju	9	17.6	17.6	27.5
Setuju	27	52.9	52.9	80.4
Sangat Setuju	10	19.6	19.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Website menyediakan informasi yang up to date

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	7.8	7.8	7.8
Cukup Setuju	17	33.3	33.3	41.2
Setuju	20	39.2	39.2	80.4
Sangat Setuju	10	19.6	19.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Website menyediakan informasi yang relevan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	9.8	9.8	9.8
Cukup Setuju	10	19.6	19.6	29.4
Setuju	25	49.0	49.0	78.4
Sangat Setuju	11	21.6	21.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Website menyediakan informasi yang mudah dimengerti

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	6	11.8	11.8	11.8
Cukup Setuju	7	13.7	13.7	25.5
Setuju	29	56.9	56.9	82.4
Sangat Setuju	9	17.6	17.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Website menyediakan informasi dengan format sesuai kebutuhan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.9	3.9	3.9
	Tidak Setuju	6	11.8	11.8	15.7
	Cukup Setuju	15	29.4	29.4	45.1
	Setuju	22	43.1	43.1	88.2
	Sangat Setuju	6	11.8	11.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Website menyediakan informasi secara rinci

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	9.8	9.8	9.8
	Tidak Setuju	15	29.4	29.4	39.2
	Cukup Setuju	13	25.5	25.5	64.7
	Setuju	13	25.5	25.5	90.2
	Sangat Setuju	5	9.8	9.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

UNIVERSITAS TERBUKA

B. Kualitas Informasi

Cara berinteraksi dengan website ini mudah dimengerti

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	15.7	15.7	15.7
	Cukup Setuju	15	29.4	29.4	45.1
	Setuju	23	45.1	45.1	90.2
	Sangat Setuju	5	9.8	9.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Tidak mengalami kesulitan dalam penggunaan website ini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	9.8	9.8	9.8
	Cukup Setuju	10	19.6	19.6	29.4
	Setuju	29	56.9	56.9	86.3
	Sangat Setuju	7	13.7	13.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Navigasi/petunjuk dalam website ini jelas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.9	3.9	3.9
	Tidak Setuju	1	2.0	2.0	5.9
	Cukup Setuju	14	27.5	27.5	33.3
	Setuju	29	56.9	56.9	90.2
	Sangat Setuju	5	9.8	9.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Desain website sesuai dengan keinginan responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	13.7	13.7	13.7
	Cukup Setuju	21	41.2	41.2	54.9
	Setuju	18	35.3	35.3	90.2
	Sangat Setuju	5	9.8	9.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Website ini mudah untuk dioperasikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	5.9	5.9	5.9
	Cukup Setuju	14	27.5	27.5	33.3
	Setuju	23	45.1	45.1	78.4
	Sangat Setuju	11	21.6	21.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Waktu respon dalam website ini sesuai dengan keinginan responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	17.6	17.6	17.6
	Cukup Setuju	19	37.3	37.3	54.9
	Setuju	19	37.3	37.3	92.2
	Sangat Setuju	4	7.8	7.8	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

UNIVERSITAS TERBUKA

C. Kualitas Layanan Interaksi

Website memberikan kesan secara personal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	8	15.7	15.7	17.6
Cukup Setuju	18	35.3	35.3	52.9
Setuju	20	39.2	39.2	92.2
Sangat Setuju	4	7.8	7.8	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Website ini memiliki reputasi yang baik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	7.8	7.8	7.8
Cukup Setuju	14	27.5	27.5	35.3
Setuju	24	47.1	47.1	82.4
Sangat Setuju	9	17.6	17.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Website memberikan pengalaman positif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	9.8	9.8	9.8
Cukup Setuju	13	25.5	25.5	35.3
Setuju	22	43.1	43.1	78.4
Sangat Setuju	11	21.6	21.6	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Website memberikan kesan yang menyenangkan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	5	9.8	9.8	9.8
Cukup Setuju	17	33.3	33.3	43.1
Setuju	24	47.1	47.1	90.2
Sangat Setuju	5	9.8	9.8	100.0
Total	51	100.0	100.0	

Website memberikan informasi yang responden butuhkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	7.8	7.8	7.8
	Cukup Setuju	17	33.3	33.3	41.2
	Setuju	21	41.2	41.2	82.4
	Sangat Setuju	9	17.6	17.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

**Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan BPS
Prov. Sumatera Utara**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	5.9	5.9	5.9
	Cukup Setuju	12	23.5	23.5	29.4
	Setuju	22	43.1	43.1	72.5
	Sangat Setuju	14	27.5	27.5	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Website memberikan kesan yang komunikatif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	3.9	3.9	3.9
	Cukup Setuju	18	35.3	35.3	39.2
	Setuju	24	47.1	47.1	86.3
	Sangat Setuju	7	13.7	13.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

D. Kualitas Transaksi

Akses lengkap melalui website ini dapat menghemat waktu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
	Cukup Setuju	14	27.5	27.5	29.4
	Setuju	23	45.1	45.1	74.5
	Sangat Setuju	13	25.5	25.5	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Percaya bahwa dengan website ini berguna bagi responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
	Cukup Setuju	15	29.4	29.4	31.4
	Setuju	26	51.0	51.0	82.4
	Sangat Setuju	9	17.6	17.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Website ini memberikan informasi transaksi secara online

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	11.8	11.8	11.8
	Cukup Setuju	18	35.3	35.3	47.1
	Setuju	20	39.2	39.2	86.3
	Sangat Setuju	7	13.7	13.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Akses lengkap melalui website ini dapat menghemat biaya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	7.8	7.8	7.8
	Cukup Setuju	11	21.6	21.6	29.4
	Setuju	22	43.1	43.1	72.5
	Sangat Setuju	14	27.5	27.5	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Responden merasa aman mengakses website ini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
	Cukup Setuju	13	25.5	25.5	27.5
	Setuju	30	58.8	58.8	86.3
	Sangat Setuju	7	13.7	13.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Data pribadi yang disampaikan pada website ini akan aman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	2	3.9	3.9	5.9
	Cukup Setuju	13	25.5	25.5	31.4
	Setuju	25	49.0	49.0	80.4
	Sangat Setuju	10	19.6	19.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Responden percaya data yang akan dibutuhkan dapat tersedia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.9	3.9	3.9
	Tidak Setuju	2	3.9	3.9	7.8
	Cukup Setuju	18	35.3	35.3	43.1
	Setuju	15	29.4	29.4	72.5
	Sangat Setuju	14	27.5	27.5	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Responden percaya dengan kehandalan website ini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.9	3.9	3.9
	Tidak Setuju	4	7.8	7.8	11.8
	Cukup Setuju	16	31.4	31.4	43.1
	Setuju	19	37.3	37.3	80.4
	Sangat Setuju	10	19.6	19.6	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

E. Variabel Kepuasan Pengguna

Website ini memiliki kualitas bagus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	3.9	3.9	3.9
	Tidak Setuju	4	7.8	7.8	11.8
	Cukup Setuju	17	33.3	33.3	45.1
	Setuju	20	39.2	39.2	84.3
	Sangat Setuju	8	15.7	15.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

Secara umum responden puas dengan website ini

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	7	13.7	13.7	15.7
	Cukup Setuju	16	31.4	31.4	47.1
	Setuju	19	37.3	37.3	84.3
	Sangat Setuju	8	15.7	15.7	100.0
	Total	51	100.0	100.0	

UNIVERSITAS TERBUKA

LAMPIRAN 3

Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas

A. Variabel Kegunaan

Reliability Statistics		Item-Total Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items		Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
.784	7					
		Kegunaan1	37.6333	51.551	.628	.756
		Kegunaan2	37.5333	52.051	.664	.757
		Kegunaan3	37.5000	50.741	.790	.745
		Kegunaan4	37.6333	51.413	.797	.748
		Kegunaan5	38.5000	50.190	.692	.746
		Kegunaan6	37.8000	53.062	.510	.769
		Kegunaan	20.6000	15.214	1.000	.827

B. Variabel Kualitas Informasi

Reliability Statistics		Item-Total Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items		Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
.789	7					
		Kualitas Informasi1	38.1667	49.454	.592	.771
		Kualitas Informasi2	38.4000	45.421	.788	.742
		Kualitas Informasi3	38.2667	46.823	.705	.753
		Kualitas Informasi4	38.2000	48.097	.721	.759
		Kualitas Informasi5	38.6333	46.861	.737	.752
		Kualitas Informasi6	38.6000	48.800	.624	.767
		Kualitas Informasi	20.9333	14.064	1.000	.844

C. Variabel Kualitas Layanan Interaksi

Reliability Statistics		Item-Total Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items		Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
.781	8					
		Kualitas Layanan Interaksi1	46.2333	57.633	.623	.757
		Kualitas Layanan Interaksi2	46.6333	58.723	.551	.764
		Kualitas Layanan Interaksi3	46.3667	56.240	.792	.745
		Kualitas Layanan Interaksi4	46.2000	56.372	.736	.748
		Kualitas Layanan Interaksi5	46.0000	55.655	.690	.746
		Kualitas Layanan Interaksi6	46.0333	58.309	.602	.760
		Kualitas Layanan Interaksi7	46.2333	57.633	.842	.751
		Kualitas Layanan Interaksi	24.9000	16.507	1.000	.856

D. Variabel Kualitas Transaksi

Reliability Statistics		Item-Total Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
.780	9					
		Kualitas Transaksi1	54.2667	88.547	.776	.756
		Kualitas Transaksi2	54.1667	87.523	.782	.752
		Kualitas Transaksi3	54.0333	84.516	.794	.743
		Kualitas Transaksi4	54.5667	91.013	.475	.769
		Kualitas Transaksi5	54.1333	92.602	.617	.770
		Kualitas Transaksi6	54.2000	88.786	.679	.758
		Kualitas Transaksi7	54.5000	84.121	.775	.742
		Kualitas Transaksi8	54.6333	84.654	.760	.744
		Kualitas Transaksi	28.9667	24.861	1.000	.883

UNIVERSITAS TERBUKA

E. Variabel Kepuasan Pengguna

Reliability Statistics		Item-Total Statistics				
Cronbach's Alpha	N of Items	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
.903	3					
		Kepuasan1	10.2667	7.237	.864	.854
		Kepuasan2	10.1333	7.775	.846	.887
		Kepuasan Pengguna	6.8000	3.269	1.000	.816

UNIVERSITAS TERBUKA

LAMPIRAN 4.

Pengujian Asumsi Klasik**A. Uji Normalitas****NPar Tests****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.53468709
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.044
	Negative	-.083
Kolmogorov-Smirnov Z		.593
Asymp. Sig. (2-tailed)		.873

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

B. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

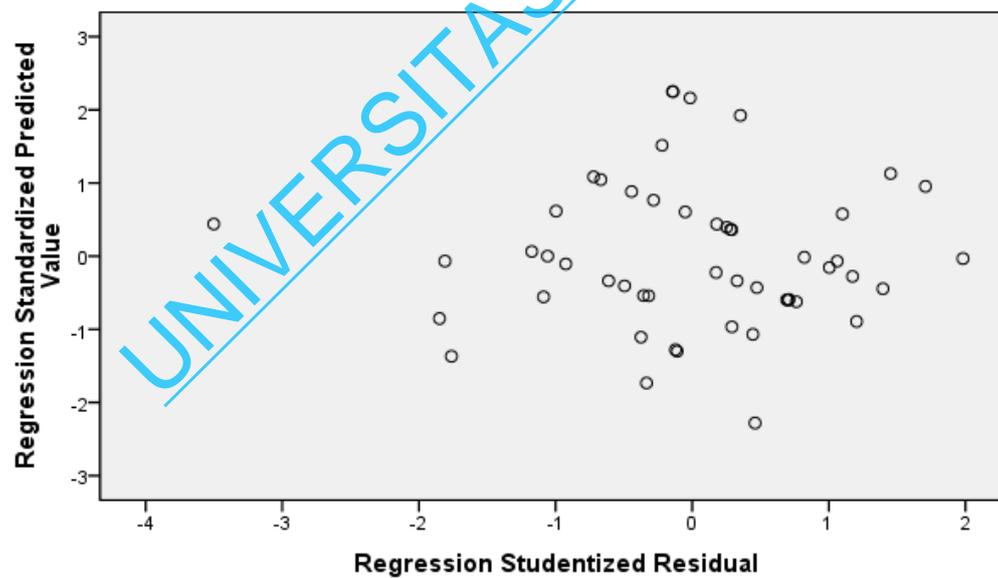
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kegunaan	.320	3.125
	Kualitas Informasi	.428	2.334
	Kualitas Layanan Interaksi	.248	4.032
	Kualitas Transaksi	.360	2.780

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

C. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan Pengguna



Korelasi Parsial

Correlations

Control Variables	Kegunaan	Kualitas Informasi	Kualitas Layanan Interaksi	Kualitas Transaksi	
Kepuasan Pengguna	Correlation	1.000	.351	.561	.380
	Significance (2-tailed)	.	.013	.000	.006
	df	0	48	48	48
Kualitas Informasi	Correlation	.351	1.000	.492	.374
	Significance (2-tailed)	.013	.	.000	.007
	df	48	0	48	48
Kualitas Layanan Interaksi	Correlation	.561	.492	1.000	.465
	Significance (2-tailed)	.000	.000	.	.001
	df	48	48	0	48
Kualitas Transaksi	Correlation	.380	.374	.465	1.000
	Significance (2-tailed)	.006	.007	.001	.
	df	48	48	48	0

LAMPIRAN 6.

Model Regresi Linier Berganda**Regression****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.817 ^a	.668	.639	.55745	1.974

a. Predictors: (Constant), Kualitas Transaksi, Kualitas Informasi, Kegunaan, Kualitas Layanan Interaksi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.729	4	7.182	23.112	.000 ^a
	Residual	14.295	46	.311		
	Total	43.023	50			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Transaksi, Kualitas Informasi, Kegunaan, Kualitas Layanan Interaksi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.892	.475		-1.879	.067
	Kegunaan	.330	.185	.268	1.782	.081
	Kualitas Informasi	.119	.182	.085	.653	.517
	Kualitas Layanan Interaksi	.251	.199	.215	1.261	.214
	Kualitas Transaksi	.405	.170	.336	2.374	.022

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna