

Analisis Kualitas Website E-ATB Dengan Metode WebQual 4.0

Algifanri Maulana¹, Tukino²

¹Program Studi Teknik Informatika, Universitas Putera Batam

²Program Studi Sistem Informasi, Universitas Putera Batam

Informasi Artikel

Terbit: Juli 2023

Kata Kunci:

WebQual
Validity
Reliability
Likert Scale

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini telah memberikan banyak kemudahan di segala bidang termasuk dunia dapat menyampaikan informasi dan layanan kepada masyarakat melalui internet yang sering disebut dengan web site. Keuntungan yang diperoleh jika perusahaan dapat memanfaatkan internet salah satunya adalah perusahaan tersebut akan lebih mudah memberikan informasi, sehingga pelanggan akan lebih mudah menerimanya. Metode WebQual merupakan teknik pengukuran untuk mengetahui kualitas suatu website. Metode ini terdiri dari tiga tahapan dalam menentukan kualitas sebuah website yaitu Information Quality, Usability dan Interaction Service Quality. Tujuan penelitian untuk mengukur kualitas layanan Website e-ATB di Batam. Dalam proses analisis digunakan tahapan responden dengan sampel sebanyak 120 responden yang terdiri dari pengguna e-ATB di Batam. Tahap selanjutnya adalah analisis data yang terdiri dari validitas, uji reliabilitas dan penilaian dengan skala likert. Dalam uji validitas menggunakan rumus korelasi person sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus alpha cronbach. Dalam penilaian dengan menggunakan skala Likert digunakan 5 interval penilaian yaitu Sangat Baik, Baik, Cukup Baik, Tidak Baik dan Sangat Tidak Baik. Hasil penelitian ini menyimpulkan secara keseluruhan nilai kualitas e-ATB terhadap dimensi Usability, Quality of Information, dan Quality of Interaction pada website e-ATB di Batam berada pada kualitas yang baik.

This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.



Corresponding Author:

Algifanri Maulana,
Email: algifm@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Instansi pemerintah dewasa ini di tuntut dapat menyelesaikan strategi pelayanannya dengan perkembangan teknologi modern. Selain pelayanan secara langsung instansi pemerintahan juga harus dapat memberikan pelayanan informasi lewat media teknologi. Pertumbuhan teknologi saat ini telah memberi banyak kemudahan dalam segala bidang termasuk dunia dapat menyampaikan informasi dan pelayanan kepada masyarakat melalui *internet* yang sering di sebut dengan situs *website*. Suatu instansi pemerintahan akan berusaha memberikan layanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat. Hampir pada setiap instansi pemerintah besar maupun menengah situs *website* merupakan salah satu cara untuk meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat mereka.

Keuntungan yang diperoleh jika badan usaha bisa memanfaatkan *internet* salah satunya ialah badan usaha tersebut akan lebih mudah memberikan informasi, sehingga pelanggan akan lebih mudah menerimanya. Hal tersebut merupakan suatu strategi bisnis yang dapat diberikan secara multimedia yang akan membantu meningkatkan mutu dari kualitas pelayanan, kenyamanan, efektifitas dan efisiensi informasi yang diberikan terhadap pelanggan [1].

Salah satu fasilitas kecanggihan *internet* yang banyak digunakan oleh pelaku bisnis sebagai sarana untuk mempromosikan produk atau jasanya, yakni melalui *Website*. Dengan memiliki *Website* berarti kita sama saja mempunyai karyawan yang mempromosikan produk kita selama 24 jam sehari dan 7 hari seminggu. Artinya *Website* akan memberikan informasi kepada calon pembeli selama 24 jam *non stop*. Itu sebabnya, promosi produk atau jasa dalam *Website* menjadi sangat penting. Selain efektifitas penjualan, sebagai tujuan

membuat *Website*, pada prinsipnya tujuan promosi *Website* sangat terkait dengan tujuan dibangunnya *Website* yang bersangkutan [2].

Website merupakan layanan penyedia informasi di Internet yang berbasis *teks*. Hadirnya *Website* menimbulkan pemikiran baru bagi pelaku bisnis, yaitu, untuk mengatasi rintangan waktu dan ruang yang selama ini menjadi masalah pada sistem penjualan secara konvensional. *Website e-ATB* merupakan sistem baru bagi pelaku bisnis untuk memanfaatkan teknologi agar lebih efektif dan efisien dalam mendapatkan informasi secara *online* dengan *Website* sebagai medianya. Gangguan teknis *internet* pada saat pencarian informasi dan Sering terjadi *trouble networking* seperti *server host* sering mati dan *time out* (gagal *update* data pelanggan dari *server* ke *client*) menjadi faktor dominan yang mempengaruhi ketidakpuasan pelanggan pada *Website e-ATB* disebabkan karena kurangnya sumber daya manusia yang berkompotensi dalam pengelolaan *Website e-ATB*. *Website* yang sedang berjalan saat ini masih kurang optimal dalam hal penggunaannya dan informasi yang disampaikan oleh *website* kurang beragam [3].

WebQual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *Website* berdasarkan persepsi pelanggan akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari *Servqual* yang disusun oleh Parasuraman, yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Instrumen penelitian pada *WebQual* tersebut dikembangkan dengan metode *Quality Function Development* (QFD) [4].

WebQual sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan dimensi dan butir-butir pertanyaannya.

Penelitian [5] yang menggunakan *WebQual* 4.0 untuk mengukur kualitas *Website* yang dikelola oleh OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*). *WebQual* 4.0 tersebut disusun berdasarkan penelitian pada tiga area yaitu:

1. Kualitas informasi dari penelitian sistem informasi,
2. Interaksi dan kualitas layanan dari penelitian kualitas sistem informasi, *e-commerce*, dan pemasaran, serta
3. *Usability* dari *human-computer interaction*.

Pada masa sekarang banyak para pengembang *website* membangun *website* tanpa memperhatikan *interface* dan konten *website* yang mereka bangun, sementara *interface* dan konten *website* tersebut merupakan hal terpenting dalam sebuah *website*. Jika sebuah *website* memiliki *interface* yang baik atau ramah dengan pengguna, maka pengunjung tersebut akan betah berlama-lama di *website* tersebut, demikian juga dengan konten *website*, jika sebuah konten atau fitur *website* memiliki banyak pilihan atau menu yang disajikan maka para pengunjung *website* akan bertahan lama didalam *website* tersebut dan pengunjung *website* tersebut akan menentukan pilihannya dengan apa yang tersedia didalam konten atau fitur dari *website* tersebut [6].

Tercapainya kualitas *website* yang sempurna akan mendorong terciptanya kepuasan pelanggan, karena kualitas *website* merupakan sarana untuk mewujudkan kepuasan pengguna dalam mengakses *website*. Kualitas *website* tentu dapat diwujudkan dengan menampilkan *website* yang sesuai dengan kriteria metode *Webqual* sebagai alat ukur agar tercapainya kepuasan bagi pengguna [7].

Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari *Servqual* yang disusun oleh Parasuraman, yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Instrumen penelitian pada *Webqual* tersebut dikembangkan dengan metode *Quality Function Development* (QFD) [8].

Webqual disusun berdasarkan konsep *House Of Quality* yang juga merupakan dasar dalam penyusunan *Servqual*. Instrumen yang digunakan untuk kedua model tersebut pada intinya merupakan pertanyaan-pertanyaan (kuisisioner) yang harus diisi oleh pengguna langsung (*end user*) dari *web* (*Webqual*) atau jenis layanan lain (*Servqual*). Pengukuran dengan instrumen kuisisioner tersebut bersifat pengukuran langsung (data primer) yang bersifat *perspektual measurement*. Ada metode lain yang bisa digunakan, misalnya dengan menggunakan *webstatistic* yang didisain khusus. Metode terakhir ini bersifat *actual usage* yang biasanya digunakan lebih ke arah analisis model adopsinya. *Webqual* bisa digunakan untuk mengukur kualitas setiap *website*, baik yang hanya bersifat informasional maupun transaksional. Dengan *Webqual* ini bisa diketahui atribut atau fitur *website* apa saja yang sudah baik atau yang masih memerlukan perbaikan [9].

Penting bagi manajemen dan praktisi teknologi informasi untuk mengetahui Kriteria apa saja yang harus dipertimbangkan dalam mendesain dan mengembangkan *website*. Kriteria *website* berdasarkan desain yang efektif tersebut adalah *site desain*, *site functionality*, *customer value*. Selain kriteria desain tersebut, suatu *website* yang baik juga memiliki kelayakan sebagai media yang bermanfaat. Untuk mengetahui kelayakan tersebut dilakukan pengukuran dengan menggunakan metode *WebQual* [10].

Metode *Webqual* merupakan teknik pengukuran untuk menentukan kualitas *website*. Metode ini terdiri atas 3 tahapan dalam menentukan kualitas *website* yaitu *Information Quality*, *Usability* dan *Service Interaction Quality*. Sehingga dengan pengukuran 3 tahapan tersebut dapat memberikan informasi yang akurat dan memberikan penilaian terhadap kelayakan *website*. *Webqual* pada dasarnya mengukur mutu sebuah *web* berdasarkan persepsi dari pengguna atau pengunjung situs. Jadi pengukurannya menggunakan instrument

penelitian atau kuesioner. Oleh karena itu *website* ini perlu dilakukan analisis kelayakan untuk meningkatkan kualitas *website* tersebut baik dari *Usability*, *Information Quality*, dan *Interaction Quality*.

Dalam *webqual* 4.0 di dalam jurnal [11] dimensi kegunaan menarik dari literatur di bidang interaksi manusia komputer dan *web* lebih belakangan kegunaan. *Usability* berkaitan dengan pragmatik tentang bagaimana pengguna merasakan dan berinteraksi dengan situs *web* apakah mudah dinavigasi, apakah desain yang sesuai dengan jenis situs. Tidak, dalam contoh pertama, yang bersangkutan dengan prinsip-prinsip desain seperti penggunaan frame atau persentase ruang putih, meskipun ini kekhawatiran bagi para desainer situs *web* yang dituduh meningkatkan kegunaan. Pengukuran dengan metode *webqual* 4.0 disusun berdasarkan yaitu:

1. Kemudahan penggunaan (*usability*) adalah suatu atribut kualitas yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar muka (*interface*). *Usability* juga mengacu kepada metode untuk meningkatkan kemudahan penggunaan selama proses perancangan. Adapun aspek kemudahan penggunaan situs *web* (*usability*), dapat diketahui pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. Aspek Kemudahan Penggunaan (*Usability*)

No.	Deskripsi Indikator
1	Pengguna merasa mudah untuk mempelajari dan mengoperasikan <i>Website</i>
2	Interaksi antara <i>Website</i> dengan pengguna jelas dan mudah dipahami
3	Pengguna merasa mudah <i>Website</i> untuk dinavigasikan
4	Pengguna merasa mudah <i>Website</i> mudah digunakan
5	<i>Website</i> memiliki tampilan yang menarik
6	Desain sesuai dengan jenis <i>Website</i>
7	<i>Website</i> mengandung kompetensi
8	<i>Website</i> menciptakan pengalaman positif bagi pengguna

Sumber: [11]

2. Kualitas informasi (*information quality*). Pada dasarnya tergantung dari tiga hal, yaitu informasi harus akurat (*accurate*), tepat pada waktunya (*timely liness*), dan relevan (*relevancy*). Adapun aspek kualitas informasi (*information quality*) tersebut, dapat diketahui pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Aspek Kualitas Informasi (*Information Quality*)

No.	Deskripsi Indikator
1.	Menyediakan informasi yang akurat
2.	Menyediakan informasi yang dapat dipercaya
3.	Menyediakan informasi yang tepat waktu
4.	Menyediakan informasi yang relevan
5.	Menyediakan informasi yang mudah di mengerti
6.	Menyediakan informasi dengan detail yang sesuai
7.	Menampilkan informasi dengan format yang sesuai

Sumber: [11]

3. Kualitas interaksi (*interaction quality*) adalah mutu dari interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki kedalam *site* lebih dalam, yang terwujud dengan kepercayaan dan empati, sebagai contoh isu dari keamanan transaksi dan informasi, pengantaran produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik *site*.

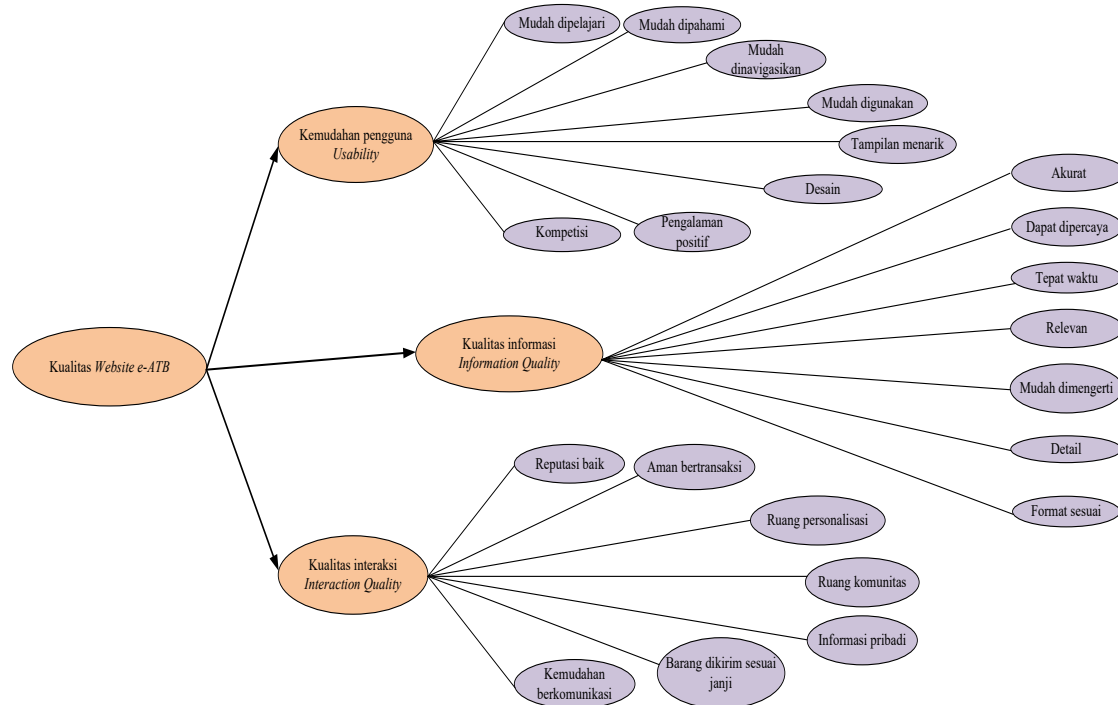
Tabel 3. Aspek Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*)

No.	Deskripsi Indikator
1	<i>Website</i> memiliki reputasi yang baik
2	Pengguna merasa aman untuk melakukan transaksi
3	Pengguna merasa aman terhadap informasi pribadinya
4	<i>Website</i> memberi ruang untuk personalisasi
5	<i>Website</i> memberikan ruang untuk komunitas
6	<i>Website</i> memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi
7	Pengguna merasa yakin bahwa barang atau jasa akan dikirim sebagaimana yang telah dijanjikan

Sumber: [11]

Kerangka pikir adalah dasar pemikiran dari penelitian yang disintesis dari fakta-fakta, observasi dan telah kepustakaan. Oleh karena itu, kerangka berpikir memuat teori, dalil atau konsep-konsep yang akan

dijadikan dasar dalam penelitian. Uraian dalam kerangka berpikir menjelaskan hubungan dan keterkaitan antar variabel penelitian. Kerangka berpikir juga menggambarkan alur pemikiran penelitian dan memberikan penjelasan kepada pengguna/*user* mengapa ia mempunyai anggapan seperti yang dinyatakan dalam hipotesis. Kerangka berpikir dapat disajikan dengan bagan yang menunjukkan alur pikir peneliti serta keterkaitan antar variabel yang diteliti. Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka paradigma penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka berfikir penelitian

Dari kerangka berfikir maka **Hipotesisnya** adalah H1 : Aspek kemudahan penggunaan (*usability*) pada *website e-ATB* di Kota Batam di persepsikan sudah baik; H2 : Aspek kualitas informasi (*information quality*) pada *website e-ATB* di Kota Batam di persepsikan sudah baik; H3 : Aspek kualitas interaksi (*interaction quality*) pada *website e-ATB* di Kota Batam di persepsikan sudah baik; H4 : Aspek kemudahan pengguna (*usability*), kualitas informasi (*informasi quality*), dan kualitas interaksi (*interaction quality*) pada *website e-ATB* di Kota Batam di persepsikan memiliki persentase yang baik.

2. METODE PENELITIAN

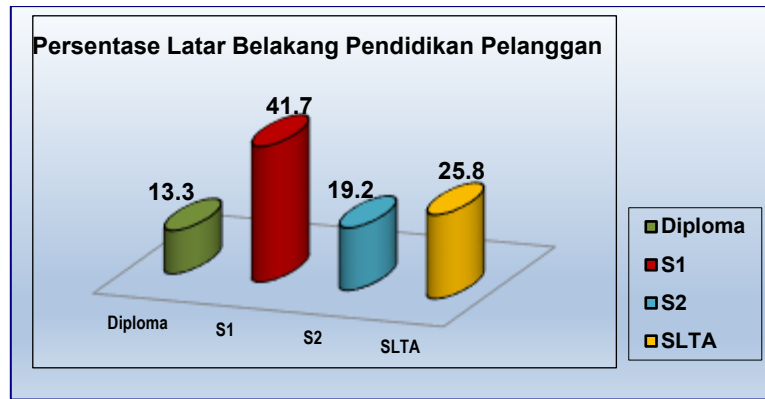
Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Jumlah populasi pada penelitian ini berjumlah besar dan terbatasnya sistem pendukung untuk mengetahui jumlah pengunjung *website e-ATB* sehingga tidak memungkinkan untuk peneliti tidak mempelajari dan mengetahui semua sampel yang ada pada populasi [12]. Hal ini juga dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, sehingga peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yaitu minimal lima kali jumlah indikator. Untuk menentukan besarnya sampel yang dapat mewakili populasi penelitian ini, digunakan rumus Hair et al dalam [13] yaitu: Jumlah sampel = $24 \times 5 = 120$ Responden.

3. HASIL DAN ANALISIS

A. Profil Responden Penelitian

1. Data Latar Belakang Pendidikan

Hasil analisis responden berdasarkan Pendidikan dapat dilihat pada chart dibawah ini. Untuk lebih jelasnya perhatikan Gambar dibawah ini:

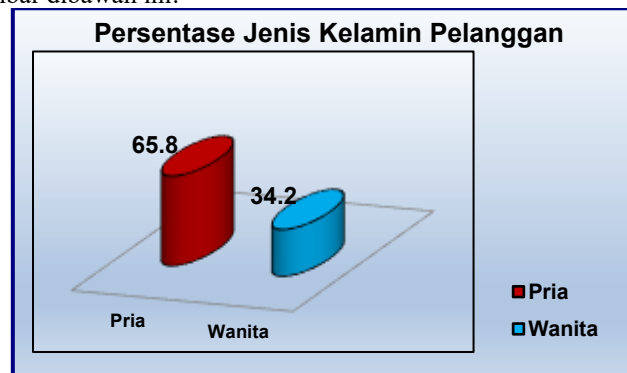


Gambar 2. Persentase Latar Belakang Pendidikan Pelanggan

Berdasarkan Gambar 2 diatas, dapat diketahui bahwa total penelitian ini berjumlah 120 responden, jumlah responden yang tingkat pendidikan Diploma berjumlah 16 Pelanggan dengan persentase 13.3%, yang tingkat pendidikan S1 berjumlah 50 Pelanggan dengan persentase 41.7%, yang tingkat pendidikan S2 berjumlah 23 Pelanggan dengan persentase 19.2%, dan yang tingkat pendidikan SLTA berjumlah 31 Pelanggan dengan persentase 25.8%. Dengan demikian, mayoritas pendidikan responden dalam penelitian ini berjumlah 50 Pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar Pelanggan *Website e-ATB* tingkat pendidikannya S1.

2. Data Persentase Jenis Kelamin Pelanggan

Hasil analisis responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada chart dibawah ini. Untuk lebih jelasnya perhatikan Gambar dibawah ini:

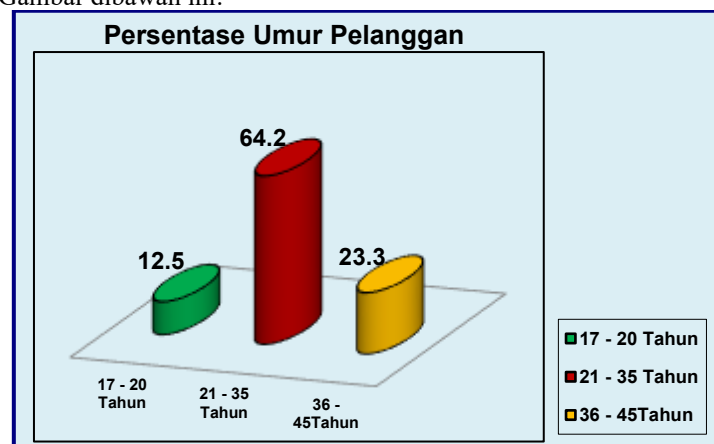


Gambar 3. Persentase Jenis Kelamin Pelanggan

Berdasarkan Gambar 3 diatas, dapat diketahui bahwa total penelitian ini berjumlah 120 responden, jumlah responden Pria sebanyak 79 orang dengan pesentase 65.8% dan jumlah responden Wanita sebanyak 41 orang dengan pesentase 34.2%. Hal ini menunjukkan bahwa responden Pria lebih besar dibanding dengan responden Wanita.

3. Data Persentase Umur Pelanggan

Hasil analisis responden berdasarkan umur dapat dilihat pada Tabel dan chart dibawah ini. Untuk lebih jelasnya perhatikan Gambar dibawah ini:



Gambar 4. Persentase Umur Pelanggan

Berdasarkan umur Pelanggan, responden yang berhasil diikuti sertakan dalam penelitian ini yang dimana tidak ada umur Pelanggan yang diatas 55 tahun. Hal ini dikarenakan ATB Batam membutuhkan Pelanggan yang berumur produktif. Dari Gambar 4 menunjukkan umur produktiflah yang mendominasi Pelanggan *Website e-ATB* yaitu 21 - 35 Tahun sebanyak 77 pelanggan (64.2%) dan menyusul Pelanggan *Website e-ATB* yang berumur 36 - 45 Tahun sebanyak 28 pelanggan (23.3%).

B. Analisis Deskriptif

a). Kemudahan Penggunaan (*Usability*) (X_1)

Pada variabel kemudahan penggunaan (X_1) dapat mempunyai 9 pernyataan. Hasil tanggapan responden terhadap pernyataan variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisa Deskriptif *Usability* (X_1)

No.	Item	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Skor Pertanyaan	
		5	4	3	2	1	Jlh	Total	%
1	X1.1	30	70	17	3	0	120	487	9.02%
		25.00%	58.33%	14.17%	2.50%	0.00%	100%		
2	X1.2	33	69	17	1	0	120	494	9.15%
		27.50%	57.50%	14.17%	0.83%	0.00%	100%		
3	X1.3	27	74	18	1	0	120	487	9.02%
		22.50%	61.67%	15.00%	0.83%	0.00%	100%		
4	X1.4	33	74	13	0	0	120	500	9.26%
		27.50%	61.67%	10.83%	0.00%	0.00%	100%		
5	X1.5	29	68	22	1	0	120	485	8.98%
		24.17%	56.67%	18.33%	0.83%	0.00%	100%		
6	X1.6	27	73	16	4	0	120	483	8.94%
		22.50%	60.83%	13.33%	3.33%	0.00%	100%		
7	X1.7	32	78	9	1	0	120	501	9.28%
		26.67%	65.00%	7.50%	0.83%	0.00%	100%		
8	X1.8	28	73	18	1	0	120	488	9.04%
		23.33%	60.83%	15.00%	0.83%	0.00%	100%		
9	X1.9	23	54	36	7	0	120	453	8.39%
		19.17%	45.00%	30.00%	5.83%	0.00%	100%		
Total Skor								4,378	81.07%
Total Skor Ideal (9 x 120 x 5)								5,400	

Berdasarkan item pernyataan pertama (X1.1) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar Pengguna *website e-ATB* menjawab setuju dengan pernyataan bahwa situs mudah dipelajari untuk dioperasikan. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 30 responden atau sebanyak 25% menjawab sangat setuju, 70 responden atau 58.33% menjawab setuju, 17 responden atau 14.17% menjawab cukup setuju, 3 responden atau 2.5% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 487 atau 9.02%.

Berdasarkan item pernyataan kedua (X1.2) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan bahwa interaksi dengan situs jelas. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 33 responden atau sebanyak 27.5% menjawab sangat setuju, 69 responden atau 57.5% menjawab setuju, 17 responden atau 14.17% menjawab cukup setuju, 1 responden atau 0.83% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 494 atau 9.15%.

Berdasarkan item pernyataan ketiga (X1.3) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab cukup dengan pernyataan interaksi dengan situs mudah dimengerti. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 27 responden atau sebanyak 22.5% menjawab sangat setuju, 74 responden atau 61.67% menjawab setuju, 18 responden atau 15% menjawab cukup setuju, 1 responden atau 0.83% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 487 atau 9.02%.

Berdasarkan item pernyataan keempat (X1.4) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab scukup dengan pernyataan situs mudah untuk dijelajahi. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 33 responden atau sebanyak 27.5% menjawab sangat setuju, 74 responden atau 61.67% menjawab setuju, 13 responden atau 10.83% menjawab cukup setuju, 0 responden atau 0% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 500 atau 9.26%.

Berdasarkan item pernyataan kelima (X1.5) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan situs mudah digunakan. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 29 responden atau sebanyak 24.17% menjawab sangat setuju, 68 responden atau 56.67% menjawab setuju, 22 responden atau 18.33% menjawab cukup setuju, 1 responden atau 0.83% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 487 atau 9.02%.

Berdasarkan item pernyataan ke enam (X1.6) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan tampilan situs menarik. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 27 responden atau sebanyak 22.5% menjawab sangat setuju, 73 responden atau 60.83% menjawab setuju, 16 responden atau 13.33% menjawab cukup setuju, 4 responden atau 3.33% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 483 atau 8.94%.

Berdasarkan item pernyataan ke tujuh (X1.7) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan desain situs sesuai dengan tipikal situs. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 32 responden atau sebanyak 26.67% menjawab sangat setuju, 78 responden atau 65% menjawab setuju, 9 responden atau 7.5% menjawab cukup setuju, 1 responden atau 0.83% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 501 atau 9.28%.

Berdasarkan item pernyataan ke delapan (X1.8) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan situs tampak meyakinkan dan kompeten. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 28 responden atau sebanyak 23.33% menjawab sangat setuju, 73 responden atau 60.83% menjawab setuju, 18 responden atau 15% menjawab cukup setuju, 1 responden atau 0.83% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 488 atau 9.04%.

Berdasarkan item pernyataan ke sembilan (X1.9) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan situs memberikan sebuah pengalaman positif. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 23 responden atau sebanyak 19.17% menjawab sangat setuju, 54 responden atau 45% menjawab setuju, 36 responden atau 30% menjawab cukup setuju, 7 responden atau 5.83% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 453 atau 8.39%.

Dengan hasil yang diperoleh maka kita dapat mencari *Rating Scale* pada variabel X_1 ini dengan jumlah skor kriterium yaitu (skor tertinggi tiap item = 5) x (jumlah item = 9) x (jumlah responden = 120) adalah 5,400. Jika total skor hasil pengumpulan data = 4,378. Dengan persepsi 120 responden, yaitu $4,378 : 5,400 \times 100\% = 81.07\%$ dari kriterium yang ditetapkan.

2. Information Quality (X_2)

Pada variabel *Information Quality* (X_2) dapat mempunyai 8 pernyataan. Hasil tanggapan responden terhadap pernyataan variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Analisa Deskriptif *Information Quality* (X_2)

No.	Item	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Skor Pertanyaan	
		Skor	Skor	Skor	Skor	Skor	Jlh	Total	%
1	X2.1	17	60	33	10	0	120	444	9.25%
		14.17%	50.00%	27.50%	8.33%	0.00%	100%		
2	X2.2	18	66	34	2	0	120	460	9.58%
		15.00%	55.00%	28.33%	1.67%	0.00%	100%		
3	X2.3	18	67	29	6	0	120	457	9.52%
		15.00%	55.83%	24.17%	5.00%	0.00%	100%		
4	X2.4	27	59	29	5	0	120	468	9.75%
		22.50%	49.17%	24.17%	4.17%	0.00%	100%		
5	X2.5	25	63	26	6	0	120	467	9.73%
		20.83%	52.50%	21.67%	5.00%	0.00%	100%		
6	X2.6	30	56	30	4	0	120	472	9.83%
		25.00%	46.67%	25.00%	3.33%	0.00%	100%		
7	X2.7	29	59	26	6	0	120	471	9.81%
		24.17%	49.17%	21.67%	5.00%	0.00%	100%		
8	X2.8	28	57	29	6	0	120	467	9.73%
		23.33%	47.50%	24.17%	5.00%	0.00%	100%		
Total Skor								3,706	77.21%
Total Skor Ideal (8 x 120 x 5)								4,800	

Berdasarkan item pernyataan Sepuluh (X2.1) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan bahwa informasi yang disajikan akurat. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 17 responden atau sebanyak 14.17% menjawab sangat setuju, 60 responden atau 50% menjawab setuju, 33 responden atau 27.5% menjawab cukup setuju, 10 responden atau 8.33% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 444 atau 9.25%.

Berdasarkan item pernyataan kesebelas (X2.2) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan informasi yang disajikan terpercaya. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 18 responden atau sebanyak 15% menjawab sangat setuju, 66 responden atau 55% menjawab setuju, 34 responden atau 28.33% menjawab cukup setuju, 2 responden atau 1.67% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 460 atau 9.58%.

Berdasarkan item pernyataan dua belas (X2.3) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab cukup dengan pernyataan informasi yang disajikan *up to date*. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 18 responden atau sebanyak 15% menjawab sangat setuju, 67 responden atau 55.83% menjawab setuju, 29 responden atau 24.17% menjawab cukup setuju, 6 responden atau 5% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 457 atau 9.52%.

Berdasarkan item pernyataan tiga belas (X2.4) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab cukup dengan pernyataan informasi yang disajikan relevan. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 27 responden atau sebanyak 22.5% menjawab sangat setuju, 59 responden atau 49.17% menjawab setuju, 29 responden atau 24.17% menjawab cukup setuju, 5 responden atau 4.17% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 468 atau 9.75%.

Berdasarkan item pernyataan ke empat belas (X2.5) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab cukup dengan pernyataan informasi yang disajikan mudah dimengerti. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 25 responden atau sebanyak 20.83% menjawab sangat setuju, 63 responden atau 52.5% menjawab setuju, 26 responden atau 21.67% menjawab cukup setuju, 6 responden atau 5% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 467 atau 9.73%.

Berdasarkan item pernyataan ke lima belas (X2.6) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan informasi yang diberikan dapat di percaya. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 30 responden atau sebanyak 25% menjawab sangat setuju, 56 responden atau 46.67% menjawab setuju, 30 responden atau 25% menjawab cukup setuju, 4 responden atau 3.33% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 472 atau 9.83%.

Berdasarkan item pernyataan ke enam belas (X2.7) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan informasi yang diberikan cukup terperinci. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 29 responden atau sebanyak 24.17% menjawab sangat setuju, 59 responden atau 49.17% menjawab setuju, 26 responden atau 21.67% menjawab cukup setuju, 6 responden atau 5% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 453 atau 8.39%.

Berdasarkan item pernyataan ke tujuh belasa (X2.8) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab cukup dengan pernyataan informasi yang disajikan dalam format yang sesuai. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 28 responden atau sebanyak 23.33% menjawab sangat setuju, 57 responden atau 47.5% menjawab setuju, 29 responden atau 24.17% menjawab cukup setuju, 6 responden atau 5% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 467 atau 9.73%.

Dengan hasil yang diperoleh maka kita dapat mencari *Rating Scale* pada variabel X1 ini dengan jumlah skor kriterium yaitu (skor tertinggi tiap item = 5) x (jumlah item = 8) x (jumlah responden = 120) adalah 4,800. Jika total skor hasil pengumpulan data = 3,706. Dengan persepsi 120 responden, yaitu $3,706 : 4,800 \times 100\% = 77.21\%$ dari kriterium yang ditetapkan.

3. Interaction Quality (X3)

Pada variabel *Interaction Quality* (X3) dapat mempunyai 6 buah pertanyaan. Hasil tanggapan responden terhadap pernyataan variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Analisa Deskriptif *Interaction Quality* (X3)

No.	Item	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Skor Pertanyaan	
		Skor	Skor	Skor	Skor	Skor	Jlh	Total	%
1	X3.1	19	66	28	7	0	120	457	9.52%
		15.83%	55.00%	23.33%	5.83%	0.00%	100%		
2	X3.2	33	71	15	1	0	120	496	10.33%
		27.50%	59.17%	12.50%	0.83%	0.00%	100%		
3	X3.3	37	66	16	1	0	120	499	10.40%
		30.83%	55.00%	13.33%	0.83%	0.00%	100%		

No.	Item	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Skor Pertanyaan	
		Skor	Skor	Skor	Skor	Skor	Jlh	Total	%
4	X3.4	16	56	37	11	0	120	437	9.10%
		13.33%	46.67%	30.83%	9.17%	0.00%	100%		
5	X3.5	25	65	26	4	0	120	471	9.81%
		20.83%	54.17%	21.67%	3.33%	0.00%	100%		
6	X3.6	23	62	32	3	0	120	465	9.69%
		19.17%	51.67%	26.67%	2.50%	0.00%	100%		
7	X3.7	17	60	33	10	0	120	444	9.25%
		14.17%	50.00%	27.50%	8.33%	0.00%	100%		
Total Skor								3,269	68.10%
Total Skor Ideal (7 x 120 x 5)								4,800	

Berdasarkan item pernyataan ke delapan belas (X3.1) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan situs memiliki reputasi yang baik. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 19 responden atau sebanyak 15.83% menjawab sangat setuju, 66 responden atau 55% menjawab setuju, 28 responden atau 23.33% menjawab cukup setuju, 7 responden atau 5.83% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 457 atau 9.52%.

Berdasarkan item pernyataan ke sembilan belas (X3.2) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab cukup dengan pernyataan Situs menyediakan rasa aman ketika pengguna melakukan transaksi. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 33 responden atau sebanyak 27.5% menjawab sangat setuju, 71 responden atau 59.17% menjawab setuju, 15 responden atau 12.5% menjawab cukup setuju, 1 responden atau 0.83% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 496 atau 10.33%.

Berdasarkan item pernyataan ke dua puluh (X3.3) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab cukup dengan pernyataan Informasi yang bersifat pribadi diperhatikan dengan seksama. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 37 responden atau sebanyak 30.837% menjawab sangat setuju, 66 responden atau 55% menjawab setuju, 16 responden atau 13.33% menjawab cukup setuju, 1 responden atau 0.83% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 499 atau 10.40%.

Berdasarkan item pernyataan dua puluh satu (X3.4) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab cukup dengan pernyataan Tercipta sebuah nuansa personalisasi. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 16 responden atau sebanyak 13.33% menjawab sangat setuju, 56 responden atau 46.67% menjawab setuju, 37 responden atau 30.83% menjawab cukup setuju, 11 responden atau 9.17% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 437 atau 9.10%.

Berdasarkan item pernyataan ke dua puluh dua (X3.5) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan Menciptakan nuansa yang mendukung iklim pada komunitas. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 25 responden atau sebanyak 20.83% menjawab sangat setuju, 65 responden atau 54.17% menjawab setuju, 26 responden atau 21.67% menjawab cukup setuju, 4 responden atau 3.33% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 471 atau 9.81%.

Berdasarkan item pernyataan ke dua puluh tiga (X3.6) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan Mudah untuk berkomunikasi dengan organisasi. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 23 responden atau sebanyak 19.17% menjawab sangat setuju, 62 responden atau 51.67% menjawab setuju, 32 responden atau 26.67% menjawab cukup setuju, 3 responden atau 2.5% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 465 atau 9.69%.

Berdasarkan item pernyataan ke dua puluh empat (X3.7) menunjukkan bahwa menurut sebagian besar responden menjawab setuju dengan pernyataan informasi layanan akan diberikan sesuai dengan yang dijanjikan. Hasil ini dijawab oleh 120 responden, sebanyak 17 responden atau sebanyak 14.17% menjawab sangat setuju, 60 responden atau 50% menjawab setuju, 33 responden atau 27.5% menjawab cukup setuju, 10 responden atau 8.33% menjawab tidak setuju, 0 responden atau 0% menjawab sangat tidak setuju dan memperoleh skor 444 atau 9.25%.

Dengan hasil yang diperoleh maka kita dapat mencari *Rating Scale* pada variabel X1 ini dengan jumlah skor kriteria yaitu (skor tertinggi tiap item = 5) x (jumlah item = 7) x (jumlah responden = 120) adalah 4,800. Jika total skor hasil pengumpulan data = 3,269. Dengan persepsi 120 responden, yaitu $3,269 : 4,800 \times 100\% = 68.10\%$ dari kriteria yang ditetapkan.

4. KESIMPULAN

Peneliti mencoba membuat beberapa kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang sudah dijelaskan sebelumnya, sebagai berikut:

- a) Secara keseluruhan kualitas kegunaan (*Usability*) yang paling baik yaitu *website e-ATB* menyediakan interaksi yang jelas dan dapat dimengerti sedangkan yang paling buruk yaitu *website e-ATB* tidak memiliki kompetisi, sehingga *website e-ATB* memiliki kualitas kegunaan yang baik.
- b) Secara keseluruhan kualitas informasi (*Information Quality*) yang paling baik yaitu pada *website e-ATB* menyediakan informasi yang dapat dipercaya sedangkan yang paling buruk yaitu *website e-ATB* tidak menyediakan informasi yang detail, sehingga kualitas informasi (*Information Quality*) *website e-ATB* memiliki kualitas informasi yang baik.
- c) Secara keseluruhan kualitas interaksi (*Interaction Quality*) pelayanan yang paling baik yaitu pada *website e-ATB* memberikan keamanan sedangkan yang paling buruk yaitu *website e-ATB* tidak memberikan kemudahan untuk menyampaikan masukan (*feed back*), sehingga *website e-ATB* memiliki kualitas interaksi yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Barnes, S., and Vidgen, R. (2005). *Data Triangulation in action: using comment analysis to refine web quality metrics*. In: Proceedings of the 13 th European Conference on Information Systems, Regensburg, Germany, May 26–28.
- [2] Barnes, Stuart J. and Vidgen, Richard T. (2012). *An Integrative Approach to the Assessment of E-Commerce Quality*, Journal of Electronic Commerce Research, VOL. 3, NO. 3, 2012.
- [3] Kotler, Philip. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Ketiga belas, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- [4] Putra dkk. (2014). *Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode WebQual 4.0*, Jurnal JARKOM Vol. 1 No. 2 Januari 2014, ISSN:2338-6312.
- [5] Nazir, Moh. (2011). *Metode Penelitian*, Penerbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- [6] Nasution, Miftah dan Mudjahidin. (2013). *Analisis Kualitas Layanan Website Kantor Pelayanan Perbendaharaan Negara (KPPN) Surabaya I Dengan Menggunakan WebQual*, Jurnal Teknik Pomits Vol. 2, No. 1, (2013) ISSN: 2337-3539.
- [7] Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif kualitatif Dan R & D, cetakan kesembilan belas*. Bandung: Alfa Beta.
- [8] Sarwono, Jonathan. (2009). *Statistik Itu Mudah: Panduan Lengkap Untuk Belajar Komputasi Statistik Menggunakan SPSS 16*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [9] Simamarta, Janner. (2010). *Rekayasa Perangkat Lunak*, Andi Offset, Yogyakarta.
- [10] Sa'uda, Siti dan Sopiah, Nyimas. (2014). *Penerapan Metode WebQual Dalam Pengukuran Kualitas Layanan Website Perguruan Tinggi*, Prosiding SnaPP2014 Sains, Teknologi, dan Kesehatan ISSN 2089-3582, EISSN 2303-2480.
- [11] Sanjaya, Iman. (2012). *Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian KOMINFO Dengan Menggunakan Metode WebQual 4.0*, Jurnal Penelitian IPTEK-KOM, Volume 14, No. 1, Juni 2012,
- [12] Wibowo, Agung Edy. (2012). *Aplikasi Praktis SPSS Dalam Penelitian*. Yogyakarta: Gava Media.
- [13] Yaghoubi, Nour Mohammad, Hamed Armesh, Ramin Azadavar, Hashem Nasrabadi and Hamid Khajooei (2011), *Internet bookstore quality assessment: Iranian evidence*, Journal of Business Management Vol. 5(30), pp. 12031-12039, 30 November, 2011 Available online at <http://www.academicjournals.org/AJBM> DOI: 10.5897/AJBM11.1152, ISSN 1993-8233.