

## ANALISIS PENGARUH WEBSITE STIKOM INSTITUTIONAL REPOSITORIES (SIR) PADA INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

<sup>1)</sup>Muchammad Rizqy Riyono <sup>2)</sup>Sulistiowati <sup>3)</sup>Agus Dwi Churniawan

Program Studi/Jurusan Sistem Informasi STIKOM Surabaya.

STIMIK STIKOM Surabaya

Jl. Raya Kedung Baruk 98 Surabaya, 60298

Email: 1)[rizqymuchammad@gmail.com](mailto:rizqymuchammad@gmail.com) 2)[sulist@stikom.edu](mailto:sulist@stikom.edu) 3)[Agusdwi@stikom.edu](mailto:Agusdwi@stikom.edu)

**Abstract :** *STIKOM library has four online services such as web one [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu), [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu) is institutional repository that contains information collection of scientific papers related to the work of the academic society that is open to anyone. Nevertheless website [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu) now deemed less attractive academic faculty and students STIKOM, even based on the results of interviews with the library manager that the academic faculty and students STIKOM more like its old access online services [web.digilib.stikom.edu](http://web.digilib.stikom.edu). Based on these problems, then this final project conducted a preliminary study to measure the quality of a website in terms of end-user satisfaction and site visitors using WebQual, Of the deployment of questionnaires conducted obtained a sample of 90 respondents. Data from the questionnaire testing the variables with the validity and reliability. Furthermore, the normality test data and test assumptions as a condition for the implementation of the next step that multiple linear regression. Based on the results of this test showed that the variable quality of use (usability) with a coefficient of 0.266, the quality of information (information quality) of 0.141, and the quality of interaction (interaction quality) amounted to 0.196 positive and significant impact on customer satisfaction (customer satisfaction) with a coefficient of determination amounting to 0.611 which means WebQual contribution to customer satisfaction by 61%.*

**Keyword :** *WebQual, Customer Satisfaction, Sample, Regression*

### PENDAHULUAN

Tepatnya tanggal 30 April 1983 dengan peraturan yang ditetapkan SK Yayasan Putra Bhakti diresmikan di Surabaya akademi komputer dengan menggunakan nama AKIS (Akademi Komputer & Informatika Surabaya). Dan dengan saat itu juga, seiring berjalannya waktu dengan pertama kali dibukanya AKIS sampai menjadi Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, di berdirikan pula perpustakaan dengan nama yang sesuai dengan lembaga utamanya sampai sekarang bernama perpustakaan Stikom Surabaya.

Perpustakaan STIKOM sendiri mempunyai empat layanan *online* yang berupa web salah satunya [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu), [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu) adalah repository institusi yang berisi informasi koleksi karya ilmiah terkait dengan hasil karya sivitas akademika yang terbuka bagi siapapun. Selama layanan ini diterapkan namun belum pernah dilakukan evaluasi mengenai hasil keseluruhan kualitas dari website tersebut berdasarkan pandangan pengguna akhir

sebagai umpan balik ke pihak pengelola website (manajemen) agar pelanggan menjadi puas terhadap layanannya. Website [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu) juga berada di peringkat 31 dunia versi *Webometrics* untuk repositori.

Di awal tahun 2001 juga memulai untuk menjadi anggota dari Microsoft Campus Agreement( MAC), yang diberikan ke perpustakaan, hal ini dikarenakan memang hasil sidang Tugas akhir dari mahasiswa dan juga koleksi – koleksi buku, CD, dan software, dalam hal ini akan diproses menjadi koleksi diperpustakaan Stikom.

Dengan cara bergabung pada Campus Agreement( MAC), maka langsung akan terdaftar diserver Stikom Surabaya yang menggunakan software asli dari Microsoft. Dan ditahun 2007 sekaligus, perpustakaan Stikom mendapatkan fitur baru yaitu E-Resources Center, yang merupakan berisi Tugas Akhir dari mahasiswa dan juga koleks – koleksi Buku CD, dan Software dalam bentuk digital yang bisa didownload

secara gratis untuk mahasiswa. dan pada bulan september 2008, perpustakaan Stikom juga diberikan tambahan komputer sebanyak 20 buah lebih agar berfungsi sebagai komputer untuk menyelesaikan tugas yang diberikan oleh dosen dari mahasiswa dan juga, akses internet, ataupun untuk pelatihan perpustakaan pengunjung.

Namun demikian situs web [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu) sekarang dirasa kurang menarik minat sivitas akademik dan mahasiswa STIKOM, bahkan berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola perpustakaan bahwa sivitas akademik dan mahasiswa STIKOM lebih menyukai mengakses layanan *online* lamanya yaitu web [digilib.stikom.edu](http://digilib.stikom.edu). Berdasarkan fakta tersebut maka pihak pengelola perpustakaan STIKOM ingin mengetahui mengapa hal ini bisa terjadi.

Dalam hal ini faktor pengguna atau pengunjung layanan *online* sangat berpengaruh terhadap pemakaian teknologi informasi di [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu) perpustakaan STIKOM Surabaya. Kualitas *website* akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna *website* [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu), semakin besar kualitas suatu *website*, juga akan membuat pengguna yang mengakses *website* [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu) semakin pesat. Hingga sampai sekarang layanan pada *website* [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu) diterapkan, belum pernah dilakukannya evaluasi pada kualitas dari persepsi pengguna terakhir atau mahasiswa di situs [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu) yang bermanfaat sebagai umpan balik ke pihak pengelola perpustakaan [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu).

Dalam Tugas Akhir ini, penulis meneliti mengukur seberapa jauhkah tingkat kepuasan pengguna berdasarkan indikator kualitas *website* pada [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu). Kualitas *website* cukup mempengaruhi tingkatan kepuasan pengguna itu sendiri dalam hal ini mahasiswa stikom surabaya.

Dengan permasalahan tersebut, maka dalam Tugas Akhir ini dilakukan penelitian pendahuluan dengan mengukur kualitas *website* dari sisi kepuasan pengguna akhir dan pengunjung situs menggunakan metode *webqual*, dengan cara memberikan kuesioner terhadap pengguna baik secara *online* ataupun *offline* untuk mendapatkan rekomendasi dalam hal perbaikan agar sering menggunakan layanan *website* [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu).

## METODE

### Identifikasi Masalah

Berdasarkan pemodelan *Website Quality (WebQual)*, terdapat tiga dimensi kualitas *website* yang selanjutnya akan dipakai sebagai variabel bebas. Tiga dimensi kualitas *website*, yaitu:

1. Variabel X1 adalah dimensi Kualitas Penggunaan (*Usability Quality*)
2. Variabel X2 adalah dimensi Kualitas Informasi (*Information Quality*)
3. Variabel X3 adalah dimensi Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*)

Sementara variabel terikat (Y1) adalah kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*).

### Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Variabel-variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### A. Kualitas Website (*WebQual*)

*WebQual* sebagai salah satu instrumen pengukuran kualitas layanan situs, dengan dimensi-dimensi sebagai berikut:

- Penggunaan (*Usability*) (X1)  
Barnes dan Vidgen (2002) mendefinisikan sebagai kualitas yang berkaitan dengan desain situs dan kesiapan pakai situs. Yang meliputi: kemudahan navigasi, tampilan yang menarik, dan kenyamanan.  
Indikator dari *Usability* adalah :
  1. Mudah dipelajari (X11)
  2. Mudah dimengerti (X12)
  3. Mudah ditelusuri (X13)
  4. Mudah digunakan (X14)
  5. Sangat Menarik (X15)
  6. Desain Situs (X16)
  7. Kompetensi yang baik (X17)
  8. Memberi pengalaman positif (X18)

#### • Kualitas Informasi (*Information Quality*) (X2)

kualitas informasional suatu situs adalah "fit for use" yaitu keseluruhan informasi dan layanan fasilitas yang disediakan bagi akses harus sesuai antar kegunaan dan tujuan akses, serta memiliki atribut – atribut yang cukup untuk tujuan penggunaan akses situs.

Indikator dari *Information Quality* adalah :

1. Informasi yang akurat (X21)
2. Informasi yang bisa dipercaya (X22)

3. Informasi yang tepat waktu/up to date (X23)
4. Informasi yang relevan (X24)
5. Informasi yang mudah dimengerti (X25)
6. Informasi yang detail/terperinci (X26)
7. Kesesuaian desain (X27)

• **Kualitas Interaksi (Interaction Quality) (X3)**

Kualitas interaksi adalah kualitas interaksi yang dialami pengakses atau pengguna situs selama berinteraksi dengan situs tersebut, menurut Barnes dan Vidgen (2000) situs dapat dipercaya dan bebas dari resiko atas pertukaran informasi personal pelanggan atau atas transaksi yang dilakukan. Barnes dan Vidgen (2001) menggunakan istilah customer relationship yaitu kualitas interaksi situs dengan pelanggan (pengakses situs). Pemahaman situs atas preferensi pelanggan dengan menyediakan berbagai pilihan interaksi dengan pelanggan yang melalui : customization, community, and communication.

Indikator dari Interaction Quality adalah :

1. Reputasi yang bagus (X31)
2. Rasa aman transaksi (X32)
3. Kepercayaan menyimpan informasi (X33)
4. Rasa personalisasi (X34)
5. Komunitas yang spesifik (X35)
6. Memudahkan berkomunikasi (X36)
7. Keyakinan barang akan dikirim (X37)

**B. Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction) (Y1)**

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Indikator dari kepuasan pelanggan (Customer Satisfaction) adalah sebagai berikut:

1. Rasa suka dengan website (Y11)  
Merupakan persepsi pelanggan yang berkaitan dengan perasaan suka terhadap tampilan dari website.
2. Rasa suka dengan layanan website (Y12)  
Merupakan persepsi pelanggan yang berkaitan dengan perasaan suka terhadap pelayanan yang ada pada website.
3. Kesenangan bertransaksi (Y13)  
Merupakan persepsi pelanggan yang berkaitan dengan perasaan senang dalam hal bertransaksi di website.

4. Website diakses dengan cepat (Y14)  
Merupakan persepsi pelanggan bahwa tidak membutuhkan waktu yang lama ketika membuka website.
5. Layanan (Y15)  
Merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan pemberian layanan petugas yang selalu online terhadap pelanggan.
6. Kebermanfaatan Informasi (Y16)  
Merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan perasaan pelanggan terhadap kebermanfaatan informasi yang disediakan oleh website.
7. Kemudahan mengakses (Y17)  
Merupakan segala sesuatu yang berkaitan dengan kemudahan website di buka atau di akses melalui gadget apapun.

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*.

- Responden juga diminta untuk mengisi kuisisioner yang ditujukan ke responden (mahasiswa). Setiap mahasiswa mengisi butir – butir pertanyaan yang terdiri oleh lima item atau pilihan. yaitu: Sangat Setuju (SS),Setuju (S), Cukup Setuju (CS), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- Pemberian *score (scoring)*. Yang selanjutnya akan dimasukan di item jawaban kuisisioner. Setiap hasil jawaban sangat setuju (SS) memiliki bobot nilai lima, dan sampai ke pilihan sangat tidak setuju (STS) yang memiliki nilai satu.

**Tabel 3.1 Bobot Nilai Yang Diberikan diawaban Responden**

Jawaban	Nilai
SangatSetuju	5
Setuju	4
TidakBerpengapat	3
TidakSetuju	2
SangatTidakSetuju	1

**Pengambilan Sampel**

Total dalam responden di penelitian ini merupakan mahasiswa SI dan KA STIMIK STIKOM Surabaya website

[sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu). Pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan rumus slovin dengan persamaan (1) non probability sampling dengan metode slovin. Menurut Sekaran (2006), bahwa alasan penarikan sampel ini disebabkan karena besaran ukuran populasi yang tidak mungkin dijangkau secara keseluruhan mengingat waktu, biaya dan sumber daya manusia :

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1} \quad (1)$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = Persen kesalahan pengambilan sampel yang di tolerir (Agung, 2012) Persen kesalahan dalam penarikan sampel terletak antara 5-10%. Penelitian ini mengambil 10% dengan rumus Slovin dengan persamaan (1) diatas, sehingga total sampel penelitian ini sebagai berikut:

SI : 761 mahasiswa

KA : 69 mahasiswa

$$761 + 69 = 830$$

$$n = \frac{830}{830 \times (0.10)^2 + 1} = 89,2$$

$$761 \times 89$$

$$SI = \frac{761 \times 89}{830} = 81,6 = 82$$

$$830$$

$$69 \times 89$$

$$KA = \frac{69 \times 89}{830} = 7,3 = 7$$

$$830$$

Jadi berdasarkan persamaan (1) dan nilai yang dimasukkan maka total sampel dalam penelitian ini adalah 89 orang yaitu dimana SI 82 dan KA 7 orang.

Dikarenakan

Saat ini hanya mahasiswa SI dan KA yang menjadi rujukan di website [sir.stikom.edu](http://sir.stikom.edu)

### Metode Pengumpulan Data

Dalam pengujian di penelitian ini data yang terkumpul diperoleh dengan dua cara, yakni : (1). Riset perpustakaan dan (2) riset pengamatan lapangan

Untuk pengumpulan data mengenai uji penelitian ini melihat juga penelitian terdahulu, teori yang menunjang penelitian dan data – data pendukung lainnya juga.

Pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan survei menggunakan kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada mahasiswa STIKOM Jurusan SI dan KA.

Banyak penelitian yang telah menggunakan cara ini untuk mengumpulkan data, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan. Setelah responden mengisi kuesioner tersebut, maka kuesioner dikumpulkan kembali dan siap untuk diolah.

### Sumber Data

Sumber data yang diperlukan dalam penelitian berasal dari:

1. Data Primer (pokok), yaitu suatu data yang didapat langsung didapat dari responden dengan kertas kuesioner yang diberikan kepada mahasiswa.
2. Data Sekunder, yaitu suatu data yang diperlukan sebagai pendukung data primer. Data yang diambil berasal dari buku, makalah, jurnal, data – data penelitian terdahulu.

### Analisis Data

#### A. Tabulasi Data

Kuesioner yang telah diisi oleh oleh mahasiswa dan diseleksi kelengkapan pengisiannya, hanya kuesioner yang terisi lengkap yang dipergunakan, data yang sudah diseleksi diberi kode sesuai dengan variabel dan klasifikasi variabel, maka selanjutnya ditabulasi menggunakan perangkat lunak Microsoft Excel 2007 dan selanjutnya akan di olah dengan aplikasi SPSS untuk dilakukannya beberapa uji.

#### B. Tahapan Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisa regresi linear berganda. Sebelum itu perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu.

### Uji Validitas

Validitas mengarahkan sampai dimanakah tolak ukur apa saja yang ingin diukur, pengukuran itu mengukur apa yang ingin di ukur dan sejauh mana alat ukur yang dipakai untuk mengenai sasaran. Jika semakin besar suatu validitas tersebut, maka alat ukur itu mengena pada tujuannya.

Validitas adalah suatu ukuran yang mengarahkan variable yang dikur tersebut memang benar variable yang hendak diteliti oleh peneliti itu sendiri.

Seperti halnya contoh bahwa penggaris dinyatakan benar – benar valid jika dipakai untuk mengukur suatu panjang benda, namun tidak dinyatakan valid jika dipakai untuk mengukur benda. Artinya adalah penggaris memang benar dan tepat dipakai untuk mengukur apa yang seharusnya diukur itu.

Menurut Sugiyono, (2004:137) validitas itu sendiri adalah suatu tingkatan keandalan dan kesalihan alat ukur yang dipakai. Suatu instrument dinyatakan valid itu jika alat ukur yang dipakai untuk mendapatkan data valid itu dapat dipakai untuk mengukur apa tepatnya yang ingin diukur. Pengujian validitas statistic mengacu pada kriteria :

- R Hitung < r Kritis maka tidak valid
- R Hitung > r Kritis maka valid
- 

Dan juga contoh : Apabila alat ukur tersebut berada < 0.3 maka tidak valid dan sebaliknya > 0.3 valid. Berdasarkan dari penjelasan diatas tingkat signifikansi r kritis = 0.300 apabila alat ukur tersebut berada di < 0.300 (tidak valid).

### Uji Reliabilitas

Menurut Muji Gunarto (2006) menyatakan bahwasannya: Reliabilitas merupakan tingkatan ketepatan *output* suatu ukuran. Ukuran yang memiliki reliabilitas yang cukup tinggi, yaitu ukuran yang bisa memnampilkan *output* ukur yang dapat terpercaya (reliabel). Reliabilitas adalah salah satu ciri atau object utama instrumen pengukuran yang baik. Namun terkadang reliabilitas disebut juga sebagai ketepatan, bisa diandalkan, stabilitas, dan sebagainya, namun ide pokok dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu tolak ukur yang dapat dipercaya, dan artinya sejauh

mana *output* pengukuran terbebas dari kesalahan ukuran (*measurement error*).

Dan sehabis dilakukan uji validitas atas pertanyaan yang dipakai di penelitian ini , berikutnya akan dilakukan uji keandalan.

Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas biasanya menggunakan batasan 0,6. Menurut Ghozali (2006), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima, dan di atas 0,8 adalah baik. Item dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih dominan dari nilai kritis atau fatal. Nilai r kritis yang ditetapkan adalah antara 0,6 dan 0,7 (Sugiyono, 2003:124). Lalu *output* dibandingkan dengan uji signifikansi dengan pengujian t.

Rumus *Cronbach's Alpha* (Sugiono, 2007:365) sebagai berikut:

$$r_i = \frac{k}{(k-1)} \frac{\{1 - \sum Si^2\}}{Si^2}$$

dimana:

- k = mean kuadrat antara subjek
- $\sum Si^2$  = mean kuadrat kesalahan
- $Si^2$  = varians total

### Analisa Regresi Linear Berganda

Persamaan umum regresi berganda seperti persamaan 2.1 atau persamaan 2,2 diperoleh dari data hasil pengamatan seperti pada tabel 2.1. pertanyaan kesatu sampai kedelapan akan ditotalkan dan di rata – rata untuk mendapatkan nilai dari dimensi *usability*. Pertanyaan kesembilan sampai kelimabelas adalah dimensi *information quality*, keenambelas sampai keduapuluhdua adalah dimensi *interaction quality*, keduapuluhempat sampai ketigapuluh adalah dimensi kepuasan. Lalu di masukan ke dalam SPSS untuk dilakukan pengolahan data agar mendapatkan hasil dari analisa regresi tersebut. Analisis tersebut bertujuan untuk mempelajari pola dan hubungan statistik antara dua variabel atau lebih variabel, dan lalu meramalkannya dengan menggunakan persamaan regresinya. Penelitian yang akan diuji adalah :

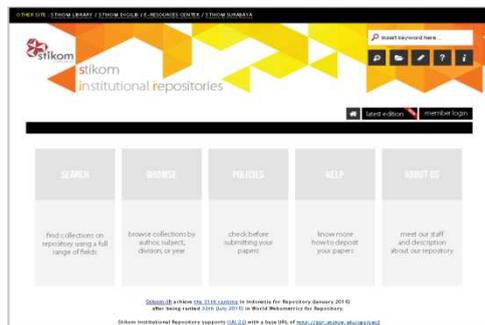
1. Apakah 3 dimensi kualitas website secara bersama – sama mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Variabel apakah yang paling besar mempengaruhi kepuasan pelanggan.

X18	.655	.000	Valid
-----	------	------	-------

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Tampilan Awal Website sir.stikom.edu**

Website *sir.stikom.edu* adalah repository institusi yang berisi informasi koleksi karya ilmiah terkait dengan hasil karya sivitas akademik. Awal berdiri pada tahun 2009 dengan sistem franchise. Situs *sir.stikom.edu* resmi di publikasikan pada tahun 2010.



Gambar 4.1 Homepage website *sir.stikom.edu*

**Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis faktor konfirmatori pada masing-masing variabel laten yaitu *Usability (X1)*, *Information Quality (X2)*, *Interaction Quality (X3)*, *Customer Satisfaction (Y)* melalui program SPSS. Berikut ini adalah *output* dari uji validitas item kualitas website dengan menggunakan aplikasi SPSS:

**Tabel 4.10 Tabel Uji Validitas Usability(X1)**

	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig</i>	<i>Descision</i>
X11	.705	.000	Valid
X12	.790	.000	Valid
X13	.731	.000	Valid
X14	.451	.000	Valid
X15	.624	.000	Valid
X16	.680	.000	Valid
X17	.684	.000	Valid

Penjelasan dari *output* SPSS adalah sebagai berikut:

Uji validitas item *Usability* dengan perhitungan SPSS dapat dilihat pada tabel 4.10 pada kolom *Pearson Correlation*, Angka tersebut merupakan satu ukuran korelasi yang digunakan untuk mengukur kekuatan dan arah hubungan linier dari dua variabel

Untuk menentukan suatu item valid digunakan atau tidak, uji validitas ini menggunakan batasan *r* tabel dengan signifikansi 0,05 dan uji 2 sisi, atau menggunakan batasan 0,3 (Azwar,1999). Untuk batasan *r* tabel maka dengan *n* = 90(Total Item Pertanyaan) maka di dapat *r* tabel sebesar 0,207. Artinya jika nilai korelasi lebih dari batasan yang ditentukan (0,05) maka item atau pertanyaan dianggap valid, sedangkan jika kurang dari batasan yang ditentukan maka item atau pertanyaan dianggap tidak valid. Pada *output* hasil nilai korelasi dapat dilihat pada kolom Nilai Korelasi diketahui korelasi X11 dengan skor total sebesar 0,705. Lihat juga pada korelasi X12, X13 dan seterusnya dengan skor total menunjukkan nilai korelasi di atas nilai *r* tabel 0,207 maka dapat disimpulkan bahwa semua angket *usability* tersebut dinyatakan valid. Sama halnya seperti table 4.11, 4.12,4.13 dan 4.14. Yang merupakan table dari *Informan Quality*, *Interaction Quality*, *Customer Satishfaction*.

**Tabel 4.11 Tabel Uji Validitas Informan Quality(X2)**

	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig</i>	<i>Descision</i>
X21	.760	.000	Valid
X22	.647	.000	Valid
X23	.780	.000	Valid
X24	.730	.000	Valid
X25	.737	.000	Valid
X26	.754	.000	Valid
X27	.745	.000	Valid

**Tabel 4.12 Tabel Uji Validitas Interaction Quality(X3)**

	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig</i>	<i>Descision</i>
X31	.711	.000	<i>Valid</i>
X32	.866	.000	<i>Valid</i>
X33	.749	.000	<i>Valid</i>
X34	.726	.000	<i>Valid</i>
X35	.613	.000	<i>Valid</i>
X36	.650	.000	<i>Valid</i>

**Tabel 4.13 Tabel Uji Validitas Customer Satisfaction (Y1)**

	<i>Pearson Correlation</i>	<i>Sig</i>	<i>Descision</i>
Y1	.760	.000	<i>Valid</i>
Y2	.647	.000	<i>Valid</i>
Y3	.780	.000	<i>Valid</i>
Y4	.730	.000	<i>Valid</i>
Y5	.737	.000	<i>Valid</i>
Y6	.754	.000	<i>Valid</i>
Y7	.745	.000	<i>Valid</i>

Uji Reliabilitas dipakai untuk mengukur tingkatan ketepatan kuesioner. Kuesioner yang reliabel merupakan kuesioner yang bilamana dicobakan dengan berulang-ulang pada kelompok yang sama dan menghasilkan data yang sama. Berikut ini adalah hasil dari uji validitas item kualitas *website* dengan memakai aplikasi SPSS:

**Tabel 4.14 Case Processing Summary**

	<i>N</i>	<i>%</i>
Cases :	90	100,0
Valid Excluded Total	0	,0
	90	100,0

*Output* Tabel 4.14 menjelaskan keseluruhan data yang valid untuk diolah dan data yang dapat dihasilkan. Dapat dilihat bahwa *case* valid setotal 90 dengan nilai persentase 100% dan hampir tidak ada data yang dikeluarkan (*excluded*) dengan total *item* data sebanyak sebanyak 90.

**Tabel 4.15 Output Reliabilitas Usability (X1)**

Cronbach's Alpha	<i>N of Item</i>
.815	8

Luaran dari Tabel 4.15 ini merupakan *output* dari analisis reliabilitas *Usability(X1)* dengan menggunakan teknik Cronbach Alpha. Untuk memastikan suatu instrumen reliabel atau tidaknya, maka bisa menggunakan batas alpha 0,6. Menurut Sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang tepat, sedangkan 0,7 bisa dipakai, sedangkan diatas 0,8 adalah baik. Cronbach Alpha untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,815. Nilai tersebut diatas 0,6 maka dapat ditentukan bahwa instrumen penelitian adalah reliabel. Pengujian juga dilakukan pada *variable Informan Quality, Interaction Quality, Customer Satisfaction*

**Tabel 4.16 Output Reliabilitas Information Quality (X2)**

Cronbach's Alpha	<i>N of Item</i>
.858	7

**Tabel 4.17 Output Reliabilitas Interaction Quality (X3)**

Cronbach's Alpha	<i>N of Item</i>
.811	6

**Tabel 4.17 Output Reliabilitas Customer Satisfaction (Y1)**

Cronbach's Alpha	<i>N of Item</i>
.633	7

**Analisis Regresi Linear**

Proses menghitung regresi linier berganda ini dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS dan *output* dari penghitungan regresi linier adalah:

**Tabel 4.18 Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Interaction Quality, Information Quality, Usability <sup>b</sup>	.	Enter

*Output* pada Tabel 4.18 menerangkan bahwa variabel yang dimasukkan kedalam model dan yang dikeluarkan dari model. Dari hasil yang di

dapat dilihat bahwa variabel independen yang dimasukkan ke dalam model adalah *usability*(X1), *information quality*(X2), dan *interaction quality*(X3). Namun variabel dependennya adalah kepuasan pelanggan (Y). Maka nihil variabel yang dikeluarkan (removed), sedangkan model regresinya menggunakan enter.

**Tabel 4.19 Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,796 <sup>a</sup>	,634	,611	3,113

a. Predictors: (Constant), Interaction Quality, Information Quality, Usability

b. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Tabel 4.19 menjelaskan mengenai ringkasan model, yang terdiri dari hasil nilai korelasi ganda (R), koefisien determinasi (*R Square*), koefisien determinasi yang disesuaikan (*Adjusted R Square*) dan ukuran kesalahan prediksi (*Std Error of the estimate*).

- **R** didalam regresi Linier berganda menampilkan hasil korelasi berganda, yaitu korelasi antara dua atau lebih variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, jika mendekati 1 maka hubungan semakin erat, tetapi jika mendekati 0 maka hubungan semakin lemah. Angka R yang didapat adalah 0,796, artinya korelasi antara variabel *usability*, *information quality*, dan *interaction quality* terhadap kepuasan pelanggan sebesar 79,6%.
- **R Square (R<sup>2</sup>)** atau kuadrat R, yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah dalam bentuk persen yang artinya persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,634 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel *usability*, *information quality*, dan *interaction quality* sebesar 63,4% sedangkan 36,6 % dipengaruhi oleh variabel lain yang belum dimasukkan ke dalam model ini.
- **Standart Error of the Estimate**, merupakan ukuran kesalahan prediksi.

Nilai dari Standart Error of the Estimate sebesar 3,170 yang artinya kesalahan yang dapat terjadi dalam memprediksi analisis kualitas *website* terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 3,113.

**Tabel 4.20 ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	7.585	3	2.528	25.758	,000 <sup>b</sup>
Residual	8.441	86	.098		
Total	16.026	86			

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

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

Pada Tabel anova ini menjelaskan hasil uji F atau uji koefisien regresi secara sama – sama. Uji F yaitu uji koefisien regresi secara bersama – sama dilakukan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

### Uji Model

Pada uji model atau uji F dan uji koefisien regresi diperuntukan di pengujian untuk mendapatkan apakah variabel independen amat berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen atau tidak.

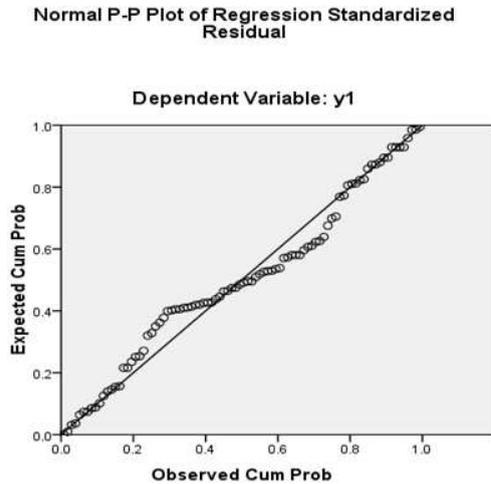
**Tabel 4.21 Coefficients**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	sig
	B	Std. error	Beta		
1. (Constant)	.058	.161		.368	.721
X1 Usability	-.002	.059	.316	-.031	.975
X2 Information Quality	.028	.051	.078	.549	.585
X3 Interaction Quality	.026	.042	.081	.611	.543

Hasil pada Tabel 4.21 ini menerangkan tentang *value* koefisien, *value* hitung dan signifikansi. Karena F hitung lebih besar F tabel (25.758 > 2,7047034) dengan H0 ditolak. Jadi secara bersama – sama

variabel kualitas penggunaan (usability), kualitas informasi (information quality), dan kualitas interaksi (interaction quality) secara bersama – sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**Uji Normalitas pada Model Regresi**



Gambar 4.2 Uji normalitas data.

Pada gambar 4.2 Grafik Normal P-P Plot Dari grafik tersebut maka dapat dilihat bahwa titik sebar yang berada di area garis yang mengikuti garis diagonal *value* residual diatas adalah wajar.

**Tabel 4.21 Coefficients Uji Multikolinearitas**

a. Dependent Variable: Customer Satisfaction

Dari *output* terlihat bahwa tabel 4.2 diketahui bahwa *value* toleransi ketiga variabel tersebut melebihi 0,10 begitu juga dengan nilai VIF yang kurang 10 (0,10). Maka dari itu Oleh karena hal tersebut dapat dikatakan jika tidak ada masalah multikolinearitas di model regresi.

**Uji Heteroskedastitas**

Tipe regresi yang sesuai adalah tipe yang bukan terjadi heteroskedastisitas. Pengujian lain dari heteroskedastisitas yaitu dengan pengujian glejser, dengan cara melihat pola titik-titik pada *scatterplots* regresi, atau uji koefisien korelasi *Spearman's rho*. Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini memakai pengujian koefisien korelasi *Spearman's Rho*.

Pengujian *Spearman's Rho* yaitu mengkorelasikan variabel independen dan juga nilai *unstandartized residual*. Uji ini memakai tingkatan signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi variabel.

**Uji Autokorelasi.**

Deteksi autokorelasi umumnya bisa dilanjutkan dengan memakai uji Durbin-Watson (Dw test) *Output* dari uji autokorelasi dengan memakai aplikasi SPSS dapat dilihat pada table 4.22

**Tabel 4.22 Model Summary<sup>b</sup> Autokorelasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Kesalahan Perkiraan	DW
1	.688 <sup>a</sup>	.634	.455	.313	1.981

Berdasarkan *output* dari Tabel 4.22, maka diketahui nilai Durbin Waston sebesar 1.981 mendekati 2. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa regresi antara variabel bebas *usability* (X1), *information quality* (X2), dan *interaction quality* (X3) terhadap kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*) (Y) tidak terjadi autokorelasi.

**Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepuasan Pelanggan.**

Variabel	B	t <sub>hitung</sub>	Sig	Pengaruh
Usability	0,266	3.043	0,003	Positif dan Signifikan
Informantion Quality	0,141	1.879	0,004	Positif dan Signifikan
Interaction Quality	0,196	3.152	0,002	Positif dan Signifikan
Koefisien: Determinasi(R <sup>2</sup> )= 63,4% F <sub>hitung</sub> =25.758			Nilai Kritis: t <sub>tabel</sub> = 1,6615854 F <sub>tabel</sub> = 2,7147034	

Sumber: Data Primer Diolah Dengan SPSS

Hasil dari penelitian kali ini dapat menampilkan jika *usability* berimbas secara langsung, positif dan perlahan signifikan pada variabel *customer satisfaction*. Berdasarkan tabel 4.20 di atas menjelaskan hasil pengujian dari variabel kualitas X1,X2,X3 terhadap kepuasan pelanggan/pengunjung.

Pada bagian uji F diperoleh nilai Fhitung = 25.758 (lebih besar dari Ftabel)

dan koefisien determinasi sebesar 63,4%. Hasil pengujian ini menerangkan bahwa secara simultan ditemukan adanya pengaruh yang signifikan dari usability dari kualitas X1,X2,X3 dengan kontribusi sebesar 63,4%.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian kualitas *website* terhadap kepuasan pelanggan yang telah diajukan sebelumnya menghasilkan kesimpulan bahwa:

1. Kualitas penggunaan (*usability*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) sebesar 0,266 dengan nilai sig 0,003 lebih kecil dari 0,05.
2. Kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) sebesar 0,141 dengan nilai sig 0,004 lebih kecil dari 0,05.
3. Kualitas interaksi (*interaction quality*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) sebesar 0,196 dengan nilai sig 0,002 lebih kecil dari 0,05.

Dengan nilai koefisien determinan sebesar 0,611 artinya kontribusi *WebQual* terhadap Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) sebesar 61%, sehingga secara keseluruhan peningkatan kualitas *website* berpengaruh positif dan signifikan.

## SARAN

Sebaiknya pihak manajemen perpustakaan STIKOM surabaya diharapkan di waktu yang akan datang akan lebih memfokuskan keinginan mahasiswa dari segi pemakaian *website* *sir.stikom.edu*, dan juga *layout* tampilan dan pelayanan *website* perlu dikembangkan, informasi yang di sampaikan di mahasiswa harus selalu *up to date* dan bermanfaat bagi mahasiswa dan masyarakat pengguna *sir.stikom.edu*, dan lebih di difokuskan lagi interaksi antara pengguna atau mahasiswa dengan layanan, pelayanan dan fitur - fitur juga yang ada pada *website sir.stikom.edu*. Serta yang perlu penulis sampaikan dan perlu pengembangan atau per baikan server *website* karena terlalu lama nya untuk dibuka oleh mahasiswa dan pengunjung *website*.

Dan juga bagi peneliti selanjutnya, diharapkan pada penelitian ini, peneliti juga mengambil data selain dari mahasiswa SI dan juga KA. Penelitian yang penulis inginkan mendatang sebaiknya juga mengambil data dari berbagai prodi di STIKOM. Dan bisa juga diberikan lagi - variabel dan juga indikator untuk memperbanyak jenis variabel yang bisa dipakai pada uji analisis.

Maka diharapkan *output* dari uji analisis dan selanjutnya akan bisa lebih sempurna kedepannya dan juga bermanfaat untuk semua mahasiswa dan masyarakat.

## RUJUKAN

- Azwar, Syaifuddin, "*Penyusunan Skala Psikologi*", Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1999
- Ghozali, Imam. 2009, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Cetakan ke IV, Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Gunarto, Muji. 2008. *Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Sosial(Kuesioner)*.
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2010.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: CV.Alfabeta.