



TESIS - BM185407

**PENILAIAN KEPUASAN PENGGUNA WEBSITE
PORTAL BERITA IDN TIMES MENGGUNAKAN
METODE WEBQUAL 4.0**

**PRATIWI SUSANTI
09211850053011**

**Dosen Pembimbing
Prof. Dr. techn. Drs. Mohammad Isa Irawan, M.T**

**Departemen Manajemen Teknologi
Fakultas Desain Kreatif Dan Bisnis Digital
Institut Teknologi Sepuluh Nopember
2020**

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Tesis disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Magister Manajemen Teknologi (M.MT)

di

Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh:

PRATIWI SUSANTI

NRP. 09211850053011

Tanggal Ujian: 31 Juli 2020

Periode Wisuda: Maret 2021

Disetujui oleh:

Pembimbing:

1. Prof. Dr.techn.Drs. Mohammad Isa Irawan, M.T
NIP. 19631225 19890 31 001

.....
(Pembimbing I)

Penguji:

1. Daniel O. Siahaan, S.Kom. M,Sc, PD.Eng
NIP. 19741123 200604 1 001

.....
(Penguji I)

2. Prof. Dr. Ir. Joko Lianto Buliali, M.Sc
NIP. 19670727 199203 1 002

.....
(Penguji II)

Kepala Departemen Manajemen Teknologi
Fakultas Desain Kreatif Dan Bisnis Digital



Prof. Ir. Nyoman Pujawan, M.Eng, Ph.D, CSCP
NIP: 196912311994121076

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

PENILAIAN KEPUASAN PENGGUNA WEBSITE PORTAL BERITA IDN TIMES MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0

Nama : Pratiwi Susanti
NRP : 09211850053011
Pembimbing : Prof. Dr. Ing. Drs. Mohammad Isa Irawan, MT

ABSTRAK

idntimes.com adalah media daring yang fokus menyediakan *berita* informasi terbaru mengenai artikel berita dan kegiatan menulis artikel pada komunitas IDN Times. Masalah yang dihadapi idntimes.com adalah adanya perbedaan yang signifikan antara jumlah pengguna website komunitas pada masing-masing level (*member*, *community writer* dan *verified writer*), selain itu hasil analisis kualitas situs web menunjukkan bahwa tingkat *bounce rate* pada website masih cukup tinggi sekitar 60%, masih terdapat lebih dari 32 *link* yang rusak dengan status masih 404 dan *pageload timenya* masih cukup lama. Sehingga mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menyajikan konten, struktur situs web, dan kecepatan memuat halaman. Penelitian ini menggunakan metode SEM-PLS dengan sampel 350 responden. Hasil analisis SEM-PLS masih terdapat beberapa indikator perlu perbaikan karena nilai validitasnya kurang. Hasil perbaikan rekomendasi diberikan berdasarkan ISO 9241-151 Dan HHS Guidelines. Variabel kepuasan memiliki nilai R yang kuat sebesar 88,2%. Kemudian pada pengujian hipotesis diperoleh faktor-faktor yang paling berpengaruh hingga kurang berpengaruh terhadap kepuasan pengguna adalah *Kemudahan Penggunaan*, *Kualitas Interaksi layanan*, dan *Kualitas Informasi*. Nilai *T-Statistik* dari *kemudahan penggunaan* adalah 5,17. Nilai *T-Statistik* dari *kualitas informasi* adalah 3,505 dan Nilai *T-Statistik* dari *kualitas interaksi layanan* adalah 3,389.

Kata kunci: IDN Times, Kualitas website, kepuasan pengguna, SEMPLS.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

USER SATISFACTION ASSESSMENT OF IDN TIMES NEWS PORTAL WEBSITE USING WEBQUAL METHOD 4.00

Student Name : Pratiwi Susanti
Student Identity Number : 09211850053011
Supervisor : Prof. Dr. techn. Drs. Mohammad Isa Irawan, MT

ABSTRACT

idntimes.com is an online media that focuses on providing the latest information about news and writing activities in the IDN Times community. One of the problems faced by idntimes.com was a significant difference between the number of community website users at each level (member, community writer and verified writer). Moreover, the results of website quality analysis showed that the bounce rate on the website was quite high, around 60 %, there were more than 32 broken links with a status of 404 and the loading time was also quite long. Those problems have affected user satisfaction in content presentation, website structure, and page loading speed. This study used the SEM-PLS method with a sample of 350 respondents. The results of the SEM-PLS analysis showed several indications that some variable needs to be improved because the validity value was insufficient. Results of revised recommendations were given based on ISO 9241-151 and HHS Guidelines. The satisfaction variable had a strong R value of 88.2%. Furthermore, the hypothesis test indicated that the most to the least influencing factors were Ease of Use, Quality of Service Interactions, and Quality of Information, respectively. The T-Statistical value of ease of use was 5.17. The T-statistic value of the quality of information was 3.505 and the T-statistic value of the quality of service interactions was 3.389

Keywords: IDN Times, web quality, user satisfaction, SEM-PLS.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Alhamdulillahrabbi'l'alamin. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmatNya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul PENILAIAN KEPUASAN PENGGUNA WEBSITE PORTAL BERITA IDN TIMES MENGGUNAKANMETODE WEBQUAL. Tesis ini diajukan dalam rangka memenuhi prasyarat menyelesaikan studi magister di Departemen Manajemen Teknologi, Fakultas Desain Kreatif dan Bisnis Digital, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya. Penulis telah mendapatkan banyak dukungan moral maupun material dari berbagai pihak dalam menyelesaikan tesis ini. Atas bantuan yang telah diberikan, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Ir. I Nyoman Pujawan, M.Eng., Ph.D., CSCP selaku Kepala Departemen Manajemen Teknologi.
2. Bapak Jerry Dwi Trijoyo Purnomo, S.Si. M.Si,PhD selaku Kepala Program Studi Manajemen Teknologi, dosen penguji tesis, dan dosen pengajar yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, masukan, pengarahan, pengajaran, dan ilmu pengetahuan.
3. Bapak Prof. Dr..techn. Drs. Mohammad Isa Irawan, M.T. selaku dosen pembimbing tesis yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, masukan, pengarahan, dan ilmu pengetahuan.
4. Bapak Daniel O. Siahaan, S.Kom. M.Sc., P.D.Eng. selaku dosen penguji tesis dan juga dosen pengajar yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran dalam memberikan bimbingan, masukan, pengarahan, pengajaran, dan ilmu pengetahuan.
5. Bapak Prof. Dr. Ir Joko Lianto Buliali, M.Sc selaku dosen penguji tesis dan juga dosen pengajar yang telah meluangkan waktu, tenaga dan

pikiran dalam memberikan bimbingan, masukan, pengarahan, pengajaran, dan ilmu pengetahuan.

6. Seluruh dosen pengajar MMT yang telah memberikan pengajaran dan ilmu pengetahuan yang begitu banyak. Terima kasih atas ilmu yang telah diajarkan kepada penulis.
7. Seluruh tenaga kependidikan MMT yang telah banyak membantu dalam berbagai hal selama masa perkuliahan.
8. Kedua orang tua dan adik tercinta yang selalu memberikan dukungan untuk kesuksesan dan kelancaran selama masa perkuliahan.
9. Teman-teman MTI angkatan 2018 yang selalu memotivasi, mengingatkan, serta memberi masukan kepada penulis selama masa perkuliahan. Secara khusus penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada Findi, Sekar dan mbak Ajeng yang telah banyak membantu selama masa perkuliahan serta selalu memberikan semangat dan motivasi untuk bisa lulus bersama.
10. Teman-teman kantor IDN Media yang telah banyak membantu tercapainya penelitian saya tentang portal website IDN Times. Mudah-mudahan, kantor IDN Media selalu sukses, semakin jaya, dan maju di industri media Indonesia
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan berbagai macam bantuan selama perkuliahan dan penyusunan tesis ini. Akhir kata, penulis berharap tesis ini dapat memberikan manfaat tidak hanya bagi penulis namun juga bagi para pembaca. Penulis menyadari bahwa tesis ini masih belum sempurna dan memiliki kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati penulis mengharapkan masukan dan saran yang membangun dari pembaca untuk perbaikan di masa mendatang.

Surabaya, 15 Juli 2020

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	V
ABSTRACT	VII
DAFTAR ISI.....	XI
DAFTAR GAMBAR.....	XV
DAFTAR TABEL	XVII
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan.....	12
1.4 Manfaat.....	13
1.5 Kontribusi Penelitian.....	13
1.6 Batasan Masalah.....	13
1.7 Sistematika Penulisan.....	14
BAB 2 KAJIAN PUSTAKA	16
2.2 Webqual.....	17
2.2.1 Webqual 1.0	18
2.7.1 Webqual 2.0	19
2.7.2 Webqual 3.0	19
2.7.3 Webqual 4.0	20
2.3 Hubungan Kualitas dan Kepuasan Pengguna	24
2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	26
2.5 Skala Likert.....	27
2.6 Populasi dan sampel.....	29
2.7 Teknik Sampling.....	29
2.7.4 Probability Sampling	30
2.7.2 Non Probability Sampling	31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	33
3.1 Diagram Alur Metodologi Penelitian.....	33
3.2 Identifikasi Masalah	34
3.3 Hipotesis	35

3.4	Kuesioner	37
3.7	Analisa Data.....	42
3.8	Kesimpulan dan Rekomendasi.....	45
BAB 4	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.9	Deskripsi Hasil Survei	47
4.9	Analisis Karakteristik Responden	47
4.2.1	Demografi Responden Berdasarkan Usia	48
4.2.2	Demografi Jenis Kelamin	49
4.2.3	Distribusi Pekerjaan.....	50
4.2.4	Demografi Rata-rata Jumlah Kunjungan per Minggu	50
4.2.5	Demografi Aktifitas Mengunjungi Website.....	51
4.2.6	Tanggapan Responden terhadap Variabel	52
4.2.6.1	Variabel Kualitas Informasi.....	53
4.2.6.2	Variabel Kualitas Interaksi Layanan	54
4.2.6.3	Variabel Kemudahan Penggunaan	54
4.3	Analisis Uji Instrumen.....	55
4.4	Pengolahan Data dengan menggunakan SmartPLS	57
4.5	Analisis Outer Model.....	59
4.5.1	Validitas Konvergen (<i>Convergen Validity</i>).....	59
4.5.2	Discriminant Validity	61
4.5.3	Average Variance Extracted (AVE).....	62
4.5.4	Composite Reliability	63
4.6	Analisis Struktural (Inner Model)	64
4.6.1	Analisis <i>R-square</i> (R^2).....	65
4.6.2	Analisis <i>f-square</i>	66
4.6.3	Koefisien Jalur (Path Coefficient).....	68
4.7	Uji Hipotesis	69
4.8	Besarnya Pengaruh masing-masing Variabel terhadap Hipotesis.....	70
4.8.1	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan	71
4.8.3	Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan.....	72
4.9	Rekomendasi.....	73
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	81

LAMPIRAN 1. KUESIONER.....	1
-----------------------------------	----------

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase lama waktu konsumsi media (sumber : okezone.com).....	2
Gambar 1. 2 Presentase Konsumsi Media Berdasarkan Tingkat Generasi (sumber: dailysocial.id).....	2
Gambar 1. 3 PresentaseTtraffic Jumlah Pengguna web IDN <i>Times</i>	7
Gambar 1.4 Hasil Tracking Jumlah Link Yang Rusak Menggunakan Tools	8
Gambar 2.1 Model Pengembangan website dengan framework QFD.	18
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian Analisis Kepuasan Pengguna <i>website</i>	33
Gambar 3. 2 Desain Hipotesis hubungan dimensi Webqual 4.0 (josua,2008).....	36
Gambar 4. 3 Model PLS SEM Webqual 4.0 terhadap Kepuasan Pengguna.....	58
Gambar 4. 4 Hasil kalkulasi model SEM webqual 4.0 terhadap kepuasan dengan SmartPLS	59
Gambar 4. 5 Nilai Average Variance Extracted.....	63
Gambar 4. 6 Hasil Nilai <i>Composite Reliability</i>	64
Gambar 4. 7 Koefisien Parameter Variabel.....	65
Gambar 4.8 Hasil Nilai f-square.....	67

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Urutan jumlah masing-masing jenis member IDN <i>Times Community</i> ...	5
Tabel 2. 1 <i>Quality dimensions in Webqual 3.0</i>	20
Tabel 3. 1 pengukuran <i>automatic website evaluation tools</i>	35
Tabel 3.2 Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan	39
Tabel 3.3 Jumlah sampel yang akan diteliti	40
Tabel 4. 4 rata – rata jumlah kunjungan website IDN Times per Minggu	51
Tabel 4.5 Jenis Aktifitas yang dilakukan ketika mengunjungi website.....	51
Tabel 4.6 Jumlah Artikel yang dibaca selama mengunjungi website.....	51
Tabel 4.7 Persentase Tanggapan Kuisisioner	53
Tabel 4. 8 Persentase tanggapan pengguna terhadap variabel kualitas informasi	53
Tabel 4. 9 Persentase tanggapan pengguna terhadap variabel kualitas interaksi layanan	54
Tabel 4.10 Persentase tanggapan pengguna terhadap variabel kualitas kemudahan penggunaan.....	55
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas kuesioner kualitas web terhadap kepuasan pengguna	56
Tabel 4. 12 Reliabilitas kuesioner kualitas web terhadap kepuasan pengguna.....	57
Tabel 4. 13 Hasil <i>Outer Loading Factor</i>	60
Tabel 4. 14 Nilai <i>Cross Loading</i>	61
Tabel 4.15 Hasil Nilai <i>Composite Reliability</i>	63
Tabel 4. 16 Hasil analisis f-square	66
Tabel 4. 17 Nilai Signifikan Path.....	68
Tabel 4. 18 Hasil Pengujian Hipotesis dengan bootstrapping	69
Tabel 4. 19 Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepuasan Pengguna	71
Tabel 4.20 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna	71
Tabel 4. 21 Pengaruh Kualitas Interaksi Layanan Terhadap Kepuasan.....	72
Tabel 4. 22 Pengaruh Kualitas Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna	73

(Halaman ini sengaja dikosongkan)

BAB 1

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan beberapa hal dasar dalam pembuatan proposal penelitian yang meliputi: latar belakang, perumusan masalah, tujuan, manfaat, kontribusi penelitian, dan batasan masalah.

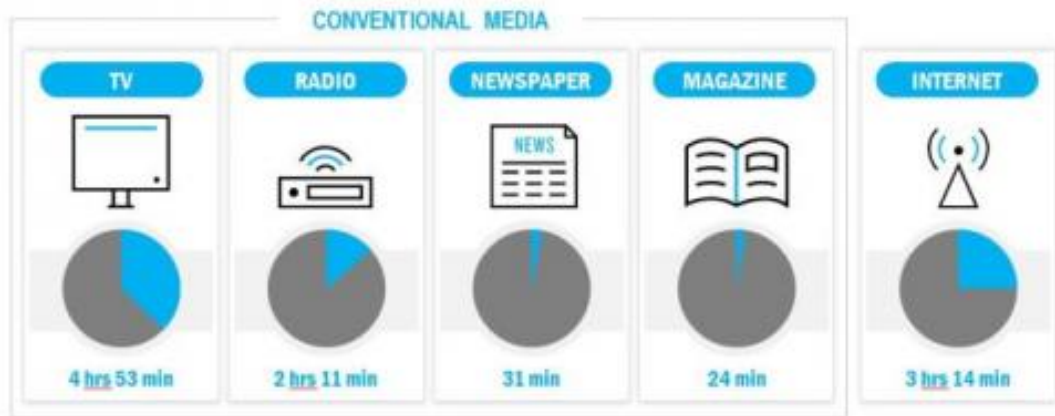
1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini menjadikan teknologi internet sebagai sumber utama sarana komunikasi dan informasi. Keberadaan teknologi internet telah mengubah penggunaannya dalam menyelesaikan kebutuhan dan aktivitas yang serba cepat dan mudah. Penyampaian informasi melalui teknologi internet tidak mengenal waktu, tempat, wilayah dan negara karena dilakukan secara online. Teknologi internet telah dijadikan sebagai gudangnya data dan informasi. Keberadaan industri media digital saat ini, mampu menggeser konsumsi media cetak. Seperti yang terjadi tahun 2017, terdapat penurunan konsumsi pembaca dari media cetak selama 4 tahun terakhir. Survei tentang *consumer* dan media *view* hingga triwulan ketiga 2017 menyatakan, kebiasaan pembaca Indonesia mulai mengalami perubahan. Pada 2017 tingkat pembelian koran hanya sebesar 20%. Hal ini menandakan telah terjadi penurunan dibandingkan 2013 yang mencapai 28% (Nielsen, 2017).

Penggunaan media TV masih berada di peringkat pertama dengan (96%) responden disusul oleh media internet (44%), radio (37%), koran (7%), dan majalah (3%).

WHAT DOES AUDIENCES' NEW SHARE-OF-TIME LOOKS LIKE?

Audiences in Indonesia spend 5 hours a day consuming media

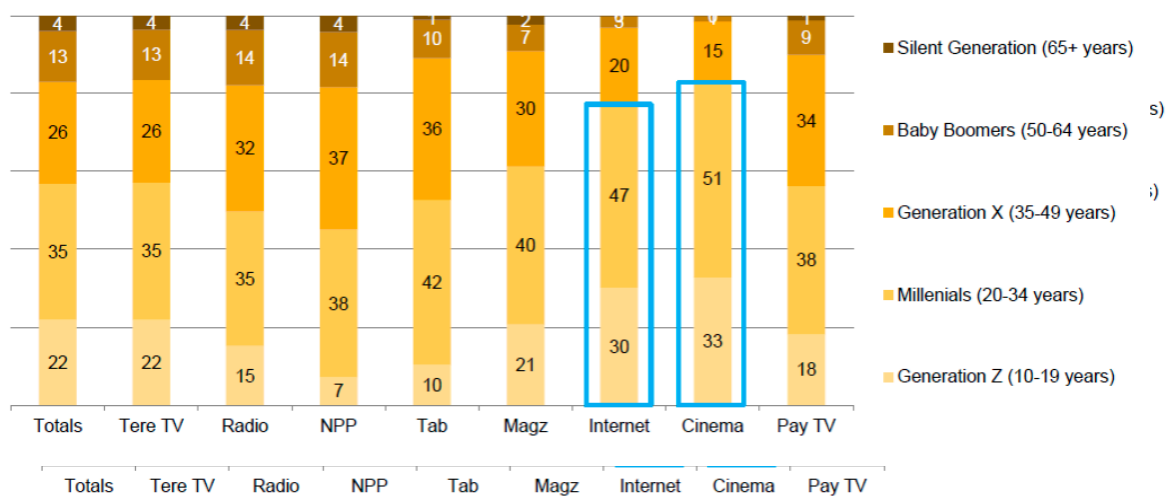


Source: Consumer Media View Q2 2018, Radio Audience Measurement 2018

Gambar 1. 1 Presentase lama waktu konsumsi media (sumber : okezone.com)

Studi (Nielsen, 2018) yang diilustrasikan pada Gambar 1.1 menunjukkan bahwa meskipun durasi menonton TV masih tertinggi yaitu rata-rata 4 jam 53 menit setiap harinya, durasi mengakses internet menjadi tertinggi kedua yaitu rata-rata 3 jam 14 menit per harinya, disusul mendengarkan radio (2 jam 11 menit), membaca koran (31 menit), dan membaca majalah (24 menit).

Kemudian demografi menjadi salah satu hal menarik dalam media, karena hal ini menjadi kebutuhan bagi para *brand* untuk menargetkan pangsa pasar yang tepat.



Gambar 1. 2 Presentase Konsumsi Media Berdasarkan Tingkat Generasi (sumber: dailysocial.id).

Berdasarkan grafik pada gambar 1.2 jumlah konsumsi media berdasarkan pada tingkat generasi yaitu millennials dan generasi X. Generasi inilah yang kini menjadi pangsa pasar konsumsi jenis media. Mayoritas dari mereka lebih menyukai media internet dan bioskop dalam aktivitas untuk mendapatkan konten. Meningkatnya konsumsi internet akan membuat kebiasaan *dual-screen* antara media digital dengan media konvensional. Bahkan konsumen kini dapat menikmati konten media melalui berbagai jenis perangkat digital. Hal inilah yang menjadi pemicu para pelaku bisnis mulai melakukan transformasi atau perluasan bisnisnya dengan menekuni bisnis media digital.

Para pelaku bisnis mulai berlomba–lomba untuk mengembangkan inovasi melalui media digital. Indonesia merupakan negara dengan peringkat ke lima yang memiliki pengguna internet terbanyak didunia serta menduduki posisi keempat terbesar di Asia. Indonesia merupakan negara berkembang yang masih memiliki potensi pertumbuhan jumlah pengguna internet terbesar. Hal yang mendorong jumlah pengguna semakin meningkat dari tahun ke tahun, adalah dengan meningkatnya pertumbuhan pasar ponsel dan koneksi *broadband* yang terus berinovasi mengeluarkan produk unggulannya. Sehingga memicu pengguna untuk beralih interaksi dengan media digital dan teknologi internet.

Indonesia dijadikan sebagai pasar yang berpotensi bagi pebisnis di industri media untuk mengembangkan sebuah media berbasis digital web. Industri media digital di Indonesia sangat bersaing sesuai dengan target konsumernya. Khususnya di era disruptif yang terjadi saat ini, akan menjadikan beberapa perusahaan untuk berlomba-lomba membangun media berbasis web/aplikasi. Dengan berbagai sajian inovasi perusahaan kembangkan seperti: segi model bacaan artikel, inovasi fitur baru dengan model *gamification*, dan pengadaan promo dan hadiah. Beberapa portal berita yang target konsumernya berbagai kalangan usia diantaranya: brilio, kumparan, liputan 6, IDN Times, kompas, tribunnews dan lain sebagainya. Masing-masing platform portal berita memiliki beberapa strategi untuk menjangkau semua target usia yaitu memberikan keunikan model sajian artikel berita yang disajikan, kecepatan artikel yang disajikan, desain antarmuka artikel berita, kemudahan dalam hal penggunaan, dan model *gamification*.

Menurut laporan dari *google analytic* tentang data pengguna situs web IDN Times untuk mencari pengguna website diperoleh melalui beberapa jalur. Tujuannya supaya calon pengguna website idntimes.com lebih cepat menemukan sebuah situs web pada IDN Times. Jalur untuk mencari pengguna website idntimes.com yaitu melalui *organic*, *direct*, *referrals*, dan sosial media. Masing-masing jalur dapat didefinisikan sebagai berikut:

- a. *Organic* yaitu calon pengguna website menemukan situs web berasal dari *google search* dan tidak berbayar.
- b. *Direct* adalah calon pengguna website yang langsung mengetahui nama situs webnya dengan cara mengetikkan langsung situsnya.
- c. *Referrals* adalah calon pengguna website yang mengetahui situs web dari situs lain/link lain tanpa melalui *google search*. Bisa dari *social media*.
- d. *Babe* dan *ucnews* adalah calon pengguna yang mengetahui situs web dari situs *news aggregator*.

Kemudian pengguna yang berhasil mengunjungi website melalui beberapa jalur tersebut dikelompokkan kembali oleh tools *google analytic* kedalam 2 kelompok pengguna. Menurut *Web Analytics Assosiation* ada 2 jenis kategori pengguna situs web yaitu *new user* dan *returning user*. *New user* adalah pengguna baru (pembaca dan penulis) yang mengunjungi situs web pada halaman tertentu pada situs web IDN Times. *Returning user* adalah pengguna (pembaca dan penulis) lama yang mengunjungi situs web kemudian kembali pada rentang waktu tertentu.

Returning user adalah aset terpenting dari sebuah situs web. Mereka adalah pengguna situs web yang telah melihat situs web sebelumnya dan telah memutuskan datang kembali pada situs web tersebut. *Returning user* biasanya memutuskan mengunjungi kembali situs web untuk menyelesaikan atau memenuhi target pada situs web seperti membeli produk, membeli secara online, mengisi formulir, mengisi formulir pendaftaran. Oleh karena itu, keberhasilan suatu situs web sangat bergantung pada jumlah *returning user* yang dimiliki situs web. Menurut (Bavna beri, 2013) keberhasilan sebuah situs web sangat tergantung pada jumlah pengguna yang kembali ke situs web tersebut. Semakin tinggi jumlah pengguna kembali situs web, semakin baik situs web

berfungsi. Dan semakin baik situs web berfungsi, maka semakin baik tingkat konversi untuk bisnis suatu situs web.

Returning userr adalah tolok ukur *user engagement* pada situs web. Menurut (O'Brian, 2016) *user engagement* adalah bentuk kepuasan pengguna terhadap situs web. Sehingga diharapkan dengan meningkatkan aspek kepuasan pengguna terhadap kondisi kualitas situs web dapat meningkatkan hasil laporan *returning user* pada *google analytics*.

Salah satu strategi yang di terapkan pada *IDN Times* untuk mempertahankan *returning user* adalah membentuk komunitas yang dinamakan *Community IDN Times*. Pada komunitas tersebut, aktivitas yang dapat dilakukan sebagai pengguna antara lain: menulis artikel, membuat pertanyaan dan menjawab pertanyaan, dan mengikuti kegiatan tantangan menulis. Setiap hasil tulisan artikel penulis yang berhasil diterbitkan akan diberikan hadiah berupa poin yang nantinya ditukarkan dalam bentuk uang ke dalam rekening penulis. Aktivitas menulis artikel yang diperoleh dari komunitas ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah distribusi artikel setiap harinya. Sehingga harapannya, dengan meningkatnya distribusi artikel, pembaca semakin relevan mendapat bacaan artikelnya. Selain itu jumlah pembaca artikel *IDN Times* juga semakin meningkat. Berikut data hasil jumlah penulis dan pembaca artikel disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Urutan jumlah masing-masing jenis member *IDN Times Community*

Bulan	Member Baru	Community Writer	Verified Writer
Juni	1905	459	10
Juli	2171	582	15
Agustus	4929	643	3
September	14310	606	11
Oktober	17674	849	13
November	34311	801	9
Desember	29872	705	5

Pada Tabel 1.1 dijelaskan bahwa member baru yang berhasil mendaftar menjadi *IDN Times Community* terus meningkat selama kuartal 4. Pengguna yang telah berhasil mendaftar menjadi anggota akan diberi kategori sebagai berikut:

a. *member* baru *Community IDN Times*.

Aktivitas yang dapat mereka lakukan adalah membaca artikel *IDN Times*, membuat pertanyaan dan menjawab pertanyaan serta pernah mengirim artikel namun artikel yang di mengirim belum pernah diterbitkan di *IDN Times*.

b. *Community Writer*.

Pengguna yang berhasil melakukan aktivitas menulis artikel dan berhasil menerbitkan 1- 20 artikel di *IDN Times*.

c. *Verified Writer*.

Setiap *community writer* yang berhasil menerbitkan lebih dari 20 artikel terbit di *IDN Times* dalam rentang waktu tertentu.

Dari ketiga kategori pengguna komunitas tersebut, terjadi kesenjangan antara *member* baru, *community writer*, dan *verified writer*. Hampir lebih dari 50% pengguna dari level *member*, berhasil menjadi level *community writer* dan lainnya hanya sekedar membuat akun. Perbedaan yang cukup jauh yaitu *verified writer*, hanya sekitar 10% dari pengguna level *community writer* mampu mempertahankan aktivitas menulis dan menerbitkan lebih dari 20 artikel dalam satu bulan.

Untuk mempertahankan kinerja dan meningkatkan kualitas penulis, perusahaan memberikan beberapa kegiatan tantangan seputar menulis artikel di *IDN Times* setiap bulannya. Bagi penulis yang berhasil menyelesaikan tantangan, maka akan menerima hadiah berupa poin yang nantinya dapat ditukarkan dalam bentuk uang. Namun terdapat kendala yang dialami oleh admin yang mengadakan kegiatan tantangan menulis. Mereka tidak bisa mengetahui jumlah pengguna yang melakukan klaim poin pada setiap kegiatannya, hal ini dikarenakan penulis melakukan klaim secara parsial melalui email. Sehingga dampaknya admin tidak dapat membuat dan mengelola kegiatan tantangan menulis berdasarkan level penggunanya serta admin tidak mengetahui seberapa puas penulis menggunakan dan mengikuti kegiatan tantangan menulis. Sehingga memungkinkan untuk penggunanya tidak setia dengan layanan dan fitur dari situs web *IDN Times*. Sehingga mendorong mereka untuk beralih menggunakan fitur dan layanan yang serupa dengan *IDN Times*.

Dampak lain yang diperoleh dari kesenjangan jumlah pengguna *verified writer*, *community writer*, dan *member* adalah kurangnya jumlah distribusi artikel yang diperoleh dari komunitas. Sehingga terdapat beberapa artikel dari beberapa kanal yang tidak relevan dibaca oleh pembacanya. Harapan yang ingin dicapai IDN Times adalah meningkatkan jumlah *verified writer* supaya *returning user* terus naik dan tetap setia mengunjungi IDN Times. Sehingga dampak positifnya jumlah distribusi artikel yang terbit semakin meningkat, *conversion rate* bisnis perusahaan semakin naik, karena reputasi yang diperoleh perusahaan naik. Menurut bukunya (King, A. B., 2008) *conversion rate optimization* adalah ilmu untuk meyakinkan pengguna situs web untuk mengambil tindakan yang menguntungkan perusahaan. Tindakannya bisa berupa pembelian, menawarkan donasi, atau melakukan tindakan positif seperti menulis artikel pada IDN Times. Menurut bukunya (King, A. B., 2008) keuntungan yang diperoleh dari *conversion rate* untuk membantu tujuan bisnis perusahaan adalah :

- d. Meningkatkan penjualan, pendapatan, dan laba.
- e. Pengurangan biaya akuisisi pelanggan.
- f. Lebih banyak tampilan halaman untuk iklan.
- g. Keterlibatan lebih banyak pengguna.
- h. Peningkatan permanen ke tingkat konversi.

Selain *conversion rate*, yang diukur pada situs web terdapat parameter yang lain yang menjadi tolok ukur dalam meningkatkan reputasi situs web dan mengetahui aktivitas yang dilakukan pengguna website. Seperti terlihat pada gambar 1.3



Gambar 1. 3 Presentase Traffic Jumlah Pengguna web IDN Times dari alexa.com.

Menurut (Meenakshi Mittal, 2019) TNM (*Trust Necessitated through Metrics*) digunakan untuk mengukur kualitas situs web. Untuk mengukur *TRUST* matrik dilihat dari berbagai parameter seperti: rata-rata waktu pengguna mengunjungi situs web, *bounce rate*, kunjungan harian, jumlah halaman situs web yang dikunjungi, dan peringkat kategori. Berdasarkan gambar presentase jumlah pengguna situs web berita IDN *Times* pada gambar 1.5, waktu durasi rata-rata pengguna situs web yaitu sekitar 2 menit dengan tingkat *bounce rate* yang cukup tinggi yaitu 57.64%.

Menurut (Meenakshi Mittal, 2019) situs web atau blog memiliki *bounce rate* > 40% maka 70% perlu perbaikan dan harus diperhatikan yaitu konten, struktur, dan kecepatan memuat halaman. *Bounce rate* yang tinggi, dapat menjadi tanda bahwa konten yang disajikan oleh situs web tidak sesuai dengan kebutuhan pengguna situs web. Konten yang relevan dan sesuai dengan sasaran pengguna saat membaca sebuah artikel, akan dapat memberikan pengaruh positif antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna

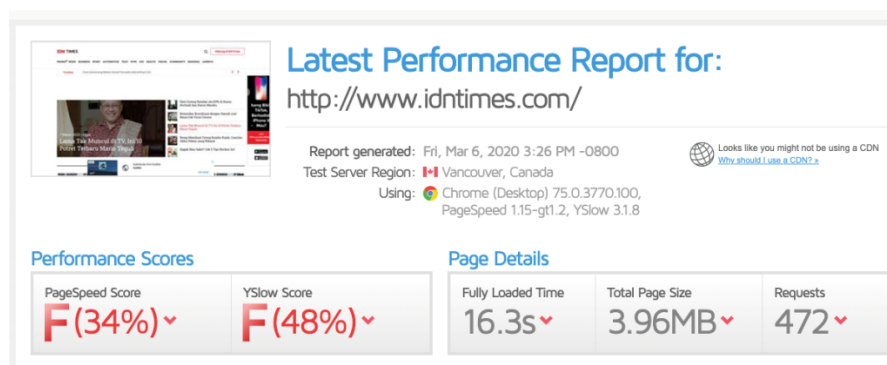
11 Fakta Unik Tentang Kecoa yang Bikin I	url	src	404
พระสุรินทร์ ก่อนการคิด	url	src	404
Baca Juga: 9 Tempat yang Dianggap Ane	url	src	404
Baca Juga: Kalau Kamu Gak Kuat Lihat E	url	src	404
Baca Juga: 17 Orang Ini Dikenal Punya K	url	src	404
Baca Juga: 12 Manfaat Cokelat yang Tert	url	src	404
Baca juga: Ternyata Orang yang Suka Be	url	src	404
Baca Juga: Jusuf Kalla: Kemenang	url	src	404
Baca juga: 5 Kesalahan yang Bisa Bikin \	url	src	404
Baca juga: Ternyata Tidur Siang Itu Bikin	url	src	404
chintatown tertua	url	src	bad host
Baca Juga: Ini yang Terjadi Pada Tubuh F	url	src	404
Baca Juga: Agar Tak Salah Paham	url	src	404
di sini	url	src	timeout

Status
DONE : reached page limit
 Processed 3000 web pages, found 32 broken links

Gambar 1.4 Hasil Tracking Jumlah Link Yang Rusak Menggunakan Tools brokenlinkcheck.com

Selain dari analisa bounce rate, ada masalah lain seputar link yang terdapat di IDN Times, bahwa berdasarkan hasil pengecekan menggunakan tools *brokenlinkcheck* dari 3000 *page* yang berhasil dicek ditemukan 32 *link* yang rusak dengan status masih 404 (*link* tidak ditemukan) dan *link* yang berstatus *timeout*. *Link* yang tidak ditemukan biasanya dikarenakan *link* tersebut sudah diganti namanya atau sudah dihapus pada

database server. Menurut (Tawfeq F jamal dkk., 2012) *link* yang tidak bekerja, dapat membuat pengguna situs web frustrasi. Sehingga sebaiknya selalu pertahankan halaman situs web untuk beroperasi dengan baik dan lakukan pengecekan secara berkala untuk memverifikasi dan memastikan bahwa semua *link* masih bekerja dengan baik. *Link* yang rusak akan merusak reputasi situs web dan menurunkan peringkatnya pada SEO (*Search Engine Optimization*).



Gambar 1.5 Web *performance page load time* idntimes.com.

Berdasarkan pada gambar 1.5 mengenai pengukuran performa pada situs web *IDN Times* dengan menggunakan tools *yslow*, terlihat bahwa total waktu *load time* sebuah situs web sebesar 16.5 detik dengan total *page size* 3.96 mb. Menurut (neilsen, 2010) waktu tunggu pengguna setelah lebih dari 10 detik, sering membuat pengguna segera meninggalkan situs web. Dengan waktu tunggu yang cukup lama, maka akan membuat pengguna akan menyerah mengunjungi suatu situs web, kecuali mereka sangat berkomitmen untuk menyelesaikan suatu tugas. Sehingga hasilnya, dapat dengan mudah kehilangan setengah dari penjualan perusahaan. Hal ini akan membuat pelanggan kurang berkomitmen pada situs web yang diakses karena beberapa detik lebih lambat untuk memuat halaman. Menurut (Kim dan Stoel 2003 dalam penelitian Xiuyuan Gau, 2013) waktu respon yang cepat memiliki pengaruh positif yang kuat pada kepuasan konsumen.

Dalam industri bisnis berbasis *online*, suatu perusahaan/organisasi tidak dapat menarik pengguna yang relatif luas jika tidak memiliki nilai situs web yang berkualitas baik. Kualitas situs web yang baik ditandai oleh kemampuannya untuk mengizinkan pengguna memenuhi tujuan dan kemauan pengguna untuk mengunjungi kembali suatu situs web. Sehingga pengguna dapat melakukan hal yang sama secara berkelanjutan (Loiacono dkk., 2002) dan kualitas situs web dapat meningkatkan kredibilitas dan keandalan bisnis pengelola situs web (Laja, 2015).

Oleh karena itu, menyediakan layanan membaca dan menulis artikel secara online merupakan sebuah produk layanan yang *real time* dan 100% harus dapat bekerja dengan handal dan aman. Memberikan layanan secara online ini tidak cukup jika tidak dibarengi dengan kinerja situs web yang baik karena akan berdampak pada tingkat konversi bisnis suatu perusahaan situs web. Pengukuran kepuasan pengguna merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, efektif, dan lebih efisien (M. R. Afsah dkk, 2015).

Sehingga berdasarkan permasalahan yang dijelaskan sebelumnya, terdapat salah satu asumsi bahwa kesenjangan jumlah pengguna pada level *community writer* dan *verified writer* komunitas IDN Times dikarenakan mereka merasa belum puas terhadap layanan dan informasi yang disajikan pada situs web IDN Times. Sehingga akibatnya akan membuat mereka berpindah minat, yang awalnya menulis di IDN Times beralih ke kompetitor lain. Salah satu yang menjadi penentu terwujudnya kepuasan pengguna adalah kualitas situs web. Pengukuran kualitas situs web pada IDN Times yang akan diteliti pada penelitian ini menggunakan pengukuran *webqual* 4.0. Kualitas pengukuran situs diukur dari 3 dimensi yaitu kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, dan kualitas *usability*.

Pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Risyanidi dan Zuliestiana, 2017) dengan judul “Pengaruh Kualitas Website Traveloka Terhadap kepuasan”. Mereka menjelaskan bahwa kualitas situs web pada traveloka.com memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan penggunanya. Hasil pengukuran yang paling besar memberi pengaruh adalah variabel *service interaction quality* dengan nilai koefisien sebesar 0,471 atau 47,1% dan pengaruh yang paling rendah hasilnya adalah variabel *information quality* dengan nilai koefisien sebesar 0,261 atau 26,1%.

Kemudian pada penelitian berjudul *User Satisfaction Using Webqual: A Research on Stock Exchange of Thailand (SET)* (Josua Tarigan, 2016) tujuan penelitian ini untuk mengetahui kepuasan pengguna dan memeriksa dimensi instrumen *webqual* yang dinilai oleh pengguna *e-library* di *Stock Exchange of Thailand (SET)*. Hasil dari pengujian instrumen *webqual* yang terdiri dari dimensi kualitas informasi, kualitas interaksi dan *usability* menunjukkan bahwa dengan instrumen tersebut memang mampu digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna. Pada komponen kuesioner kepuasan

pengguna (Josua Tarigan,2016) menggunakan EUCS framework (*End User Computing Satisfaction*). Hasil penelitian dari (Josua Tarigan, 2016) adanya tingkat asosiasi positif antara dimensi *webqual* dan *satisfaction*.

Prasetyo dan Siahaan melakukan penelitian pada tahun 2012 yang berjudul “Rekomendasi Peningkatan Kualitas Website Berdasarkan ISO 9241-151 Dan HHS Guidelines Studi kasus pada Program Studi Magister Manajemen Teknologi ITS Surabaya”. Penelitian ini menggunakan metode *webqual* yang digunakan untuk mengukur kualitas situs web MMT ITS berdasarkan persepsi dari pengguna situs web MMT ITS. Kemudian pada penelitian ini memberikan rekomendasi yang dilakukan berdasarkan aspek – aspek pada *webqual* ke dalam ISO 9241-151 dan HHS *guideline* sebagai pedoman. Berdasarkan hasil survei yang telah dilakukan kepada 46 responden yang terdiri dari karyawan, mahasiswa dan pihak umum dan didapatkan nilai korelasi R square sebesar 0,984 yang mengartikan bahwa ke-3 dimensi *webqual* memberikan kontribusi sebesar 98,4% dalam membantu kualitas situs web MMT ITS dan faktor lainnya sebesar 1,6% diluar penelitian ini (Prasetyo, 2012).

Sehingga berdasarkan penelitian sebelumnya peneliti menggunakan acuan dari model penelitian yang diangkat oleh (Josua Tarigan, 2008) untuk menganalisa keterkaitan kepuasan pengguna dengan *webqual*. Dengan menggunakan komponen variabel berdasarkan framewok kuesioner *webqual* 4.0 dan EUCS (*End User Computing Satisfaction*) untuk menganalisa kepuasan pengguna (Joshua Tarigan, 2016). Kemudian hasil rekomendasi yang dihasilkan pada penelitian ini, mengacu pada penelitian dari (Prasetyo dan Siahaan, 2012) menggunakan aspek – aspek pada *webqual* ke dalam ISO 9241-151 dan HHS *guideline* sebagai pedoman.

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan atau pengaruh antara kualitas website IDN *Times* dengan tingkat kepuasan pengguna (*User Satisfaction*) ?
2. Indikator apa saja yang harus menjadi perhatian untuk diperbaiki pada penilaian kualitas website IDN *Times* ?

3. Apa rekomendasi yang dapat diberikan untuk menentukan aspek yang mempengaruhi peningkatan kualitas dari website IDN *Times* ?

1.3 Tujuan

1. Untuk mendeskripsikan hubungan pengaruh antara kualitas website dengan kepuasan pengguna portal berita IDN *Times*.
2. Mengetahui indikator-indikator yang ada pada Webqual 4.0, yang perlu untuk diperbaiki dan dipertahankan kualitasnya.
3. Memberikan rekomendasi kepada pengelola website IDN *Times* untuk meningkatkan kualitas portal situs web IDN *Times*.

1.4 Manfaat

1. Bagi Praktisi.

Untuk menambah wawasan dan referensi portal berita yang menyediakan informasi dan layanan yang sejenis dengan IDN Times.com supaya dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

2. Bagi Perusahaan.

Mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna supaya bisnis yang dijalankan sesuai dengan misinya.

3. Bagi Bidang akademis.

Memperkaya referensi akademik dan informasi bagi pihak-pihak yang melakukan penelitian yang sejenis.

1.5 Kontribusi Penelitian

Kontribusi dari penelitian ini adalah menghasilkan analisis faktor kepuasan apa saja yang mempengaruhi kualitas situs web pada penelitian tentang webqual, khususnya yang berkaitan dengan portal situs web berita.

1.6 Batasan Masalah

Untuk memfokuskan permasalahan pada penelitian ini, batasan masalah yang ditentukan adalah sebagai berikut:

1. Web yang dijadikan bahan penelitian adalah situs web yang didesain dan dapat diakses pada *mobile* ataupun desktop menggunakan browser.
2. Berdasarkan teori pada metode webqual 4.0 batasan variabel yang digunakan menggunakan 3 variabel yaitu *usability*, *information quality* dan *service interaction*.
3. Pengujian instrumen pada variabel yang digunakan menggunakan pengujian validitas dan reliabilitas.
4. Pengguna pada website IDN Times (*member*, *community writer* dan *verified writer*) adalah responden pada penelitian ini yang dianalisis secara keseluruhan.
5. Tools yang digunakan untuk menghitung pengujian instrumen dan webqual menggunakan SPSS dan SmartPLS 3.2.9

6. Survei dilakukan secara online melalui tools online yaitu google form.

1.7 Sistematika Penulisan

Berikut ini adalah sistematika penulisan yang akan diterapkan pada proses penelitian ini:

- **Bab 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang deskripsi mengenai uraian latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, metodologi penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

- **Bab 2 LANDASAN TEORI**

Pada bab ini peneliti menguraikan seputar teori-teori yang mendasari pembahasan mengenai analisis kualitas website. Meliputi teori konsep dan pengembangan seputar *webqual*, manfaat menggunakan *webqual* 4.0, teknik pengumpulan data, populasi, dan *sampling*, teori seputar statistik yang akan digunakan untuk melakukan perhitungan matematis untuk memperoleh hasil analisis. Serta *tools* yang digunakan untuk perhitungan statistik.

- **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini akan menguraikan gambar dan deskripsi dalam bentuk diagram alur metode pada proses pelaksanaan penelitian yang terdiri dari: penjelasan tentang prosedur penelitian, populasi dan sampel data yang digunakan, analisis data, kesimpulan dan rekomendasi.

- **BAB 4 ANALISIS DAN HASIL**

Bab ini akan menjelaskan seputar profil singkat situs web portal berita IDN Times yang dijadikan sebagai objek penelitian. Serta membahas analisis yang meliputi analisis demografis, validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis. Kemudian hasil pengolahan data yang dianalisis mengenai kualitas situs web yang diperoleh dan rekomendasi.

- **BAB 5 PENUTUP**

Bab ini akan menjelaskan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang diperoleh pada website portal berita IDN Times yang dijadikan sebagai studi kasus pada penelitian ini.

BAB 2

KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini akan membahas seputar penelitian terdahulu, gambaran objek yang akan dijadikan penelitian, teori-teori tentang kepuasan pengguna, metodologi *webqual*, dan teori uji statistik pada penelitian yang akan dilakukan.

2.1 Definisi Kepuasan

Menurut (Petter et al., 2008) indikator kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pengguna. Sehingga Instrumen yang digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan pengguna yaitu dengan melihat tingkat kepuasan mengenai laporan atau *output* yang dihasilkan website dan layanan dukungan dari penyedia sistem.

Menurut (Kotler, 2012) kepuasan pelanggan mencerminkan penilaian seseorang pada suatu produk terhadap kinerja dirasakan dan erat hubungannya dengan harapan yang diinginkan oleh pelanggan. Jika kinerjanya tidak sesuai harapan, maka akan membuat pelanggan kecewa. Jika itu sesuai atau melebihi harapan yang diinginkan, maka akan membuat pelanggan puas.

Pelanggan yang merasa puas dan senang dengan suatu produk maka mereka akan mendapatkan nilai tambah yang lebih dari perusahaan. Memuaskan pengguna produk tidak hanya memberikan loyalitas terhadap produk atau jasa, tetapi juga pelayanan ataupun sistem. Kepuasan pelanggan adalah aset yang sangat penting pada suatu perusahaan supaya dapat mempertahankan keberadaan pelanggan sehingga bisnis atau usaha yang dijalankan perusahaan tetap berjalan.

Ketidakpuasan pelanggan dapat dilihat dari pengalaman pelanggan. Kemudian untuk meningkatkan kepuasan, seharusnya diukur dari kemampuannya untuk dapat mengurangi keluhan pelanggan serta meningkatkan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, faktor emosi, harga, dan biaya (Zeithaml dkk., 1990).

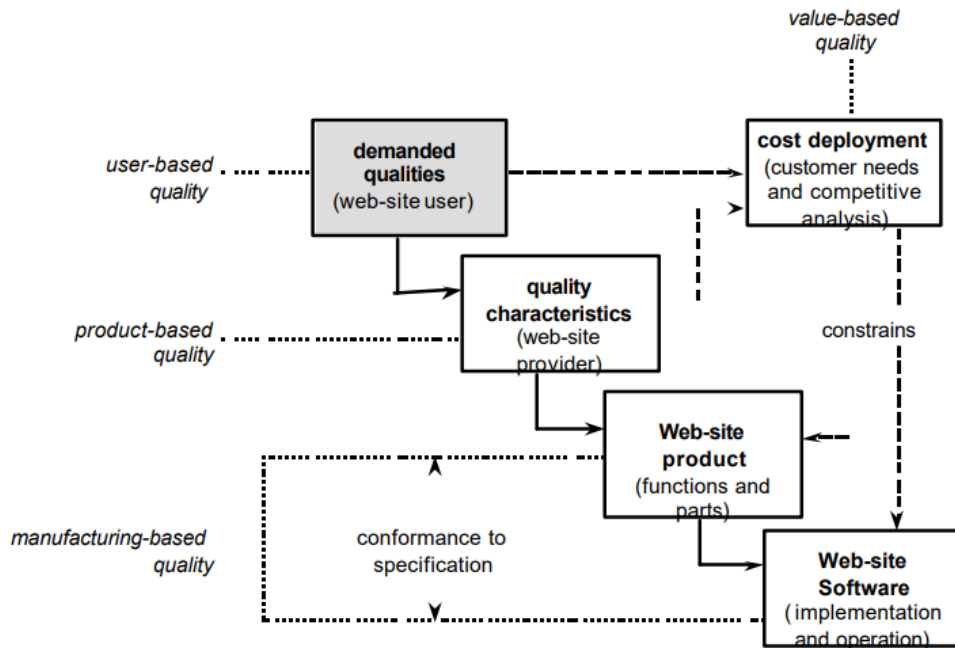
Pelanggan yang loyal terhadap produk belum tentu puas terhadap produk yang dihasilkan. Sebaliknya pelanggan yang puas cenderung akan menjadi pelanggan yang

loyal terhadap produk yang diciptakan (Fandy Tjiptono, 1997). (Fornell dkk., 1987) mendefinisikan bahwa meningkatkan kepuasan pelanggan sangat penting, karena usaha untuk mencari pelanggan baru jauh lebih sulit. Hal ini disebabkan perlunya biaya yang tinggi daripada mempertahankan loyalitas pelanggan. Pelanggan baru lebih sulit didekati karena mereka perlu pengenalan kepada perusahaan melalui promosi.

2.2 Webqual

Konsep untuk mengukur kualitas sebuah situs web dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk memantau dan mengevaluasi bisnis situs web yang sedang dijalankan untuk memperoleh kualitas terbaik. Salah satu konsep yang tepat untuk mengukur kualitas situs web adalah menggunakan *webqual*. *Webqual* dijadikan metode/teknik yang tepat karena proses dalam mengukur kualitas situs webnya, mempertimbangkan persepsi pengguna akhir. Metode ini adalah bentuk pengembangan *servqual* yang sebelumnya sering digunakan dalam mengukur kualitas jasa. *Webqual* mulai dikembangkan oleh (Barnes dan vegan, 2000) dengan objek penelitiannya situs web sekolah bisnis di UK dan proses pengembangannya membutuhkan proses penyempurnaan yang bersifat berulang.

Model pendekatan penelitian webqual di adopsi dari penggunaan *Quality Function Deployment* (QFD) sebagai framework untuk memeriksa kualitas situs web. Modelnya seperti digambar 2.1.



Gambar 2.1 Model Pengembangan website dengan framework QFD.

Gambar 2.1 merupakan model pengembangan yang lebih terstruktur setiap tahap pengembangan dan implementasi selama membuat produk dan layanan selalu melibatkan penggunaanya (P. Schubert, D. Selz, 1997). Penelitian *webqual* yang dilakukan oleh Barnes, S., dan Vidgen, R., dari tahun 2001, 2002, 2003, dan 2005. Instrumen pada penelitian *webqual* dapat digunakan untuk situs web umum.

2.2.1 Webqual 1.0

Pada *webqual* versi 1.0 yang dikembangkan oleh (Barnes dan vidgen 2000) dengan instrumen yang dites pada domain situs web sekolah bisnis. Pada *webqual* versi 1.0 ini proses pengembangannya menggunakan framework QFD dengan selalu melibatkan pengguna untuk mengembangkan kualitas situs web. Perlu melibatkan pengguna, karena belum tentu sistem yang akan dibangun adalah sistem yang dibutuhkan oleh pengguna. Sehingga metode ini berguna untuk mengetahui kebutuhan apa saja yang dibutuhkan oleh pengguna pada sistem yang telah dibuat.

Peneliti menerapkan workshop yang dihadiri 6 mahasiswa magister sekolah bisnis pada universitas bath UK. Kegiatan workshop ini untuk mendukung tahap awal implementasi penelitiannya. Pada tahap ini mahasiswa diajak bersama-sama untuk berdiskusi menyampaikan ide-idenya. Tujuannya untuk mengumpulkan instrumen pada penelitian kualitas situs web. Awal mula instrumen yang dikumpulkan ada 24 instrumen pertanyaan, namun setelah dilakukan uji reliabilitas hanya 23 pertanyaan ada 1 instrumen yang dihapus pada pertanyaan ke 18 tentang *loading time*. Pertanyaan ini tidak digunakan, karena akan bias jika arsitektur jaringan yang digunakan adalah situs lokal. Instrumen yang berisi 23 pertanyaan pada akhirnya berhasil dikelompokkan menjadi 4 dimensi yaitu kemudahan penggunaan, pengalaman, informasi, komunikasi, dan integrasi.

2.7.1 Webqual 2.0

Kualitas yang pernah diteliti sebelumnya pada *webqual 1.0* merupakan penelitian awal seputar kualitas dari suatu situs web. Kemudian seiring berjalannya waktu, penelitian 1.0 dikembangkan lagi oleh (Barnes dan vidgen, 2001) dengan objek penelitian situs web B2C (*Business to Customer*). Sehingga berdasarkan jenis situs web yang diteliti, *Webqual 2.0* dilakukan perbaikan dengan adanya tambahan instrumen baru pada aspek kualitas interaksi yang diadaptasi dari *SERVQUAL*. Instrumen ini diuji coba dan diterapkan untuk menilai domain internet toko buku. Kekurangan dari *Webqual 2.0* adalah terlalu menekankan pada aspek kualitas interaksi sehingga kurang memperhatikan aspek lainnya yaitu kualitas interaksi.

2.7.2 Webqual 3.0

Ketika *webqual 1.0* menekankan penelitiannya kualitas informasi dan *webqual 2.0* cenderung berfokus pada kualitas interaksi. Maka pada *webqual* versi 3.0 diuji coba pada situs domain lelang online (Barnes dan Vidgen 2001). Dalam pengembangan *webqual 3.0* ditemukan temuan bahwa kualitas dari sebuah situs web dapat dikelompokkan ke dalam tiga dimensi yaitu kualitas situs, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan. Instrumen ini dicoba pada domain kualitas interaksi layanan lelang online.

Tabel 2. 1 *Quality dimensions in Webqual 3.0.*

<i>Quality Dimension.</i>	<i>Indicative Content.</i>
<i>Web information quality.</i>	<i>Accurate, timely, reliable information.</i>
<i>Web interaction quality</i>	<i>Good reputation, safe transac, personal data security, will deliver as promised.</i>
<i>Site design quality.</i>	<i>Easy to navigate, attractive appearance, project a sense of competency.</i>

2.7.3 Webqual 4.0

Hasil analisis dari *webqual 3.0* lebih membahas seputar intrumen tiga dimensi kualitas website yaitu : kualitas informasi, kualitas interaksi layanan dan kualitas desain situs. Namun pada *webqual 4.0* ini, terdapat modifikasi baru yaitu dimensi *usability*. Dimensi *usability* sebagai instrumen yang menggantikan dimensi kualitas desain situs. Sebelumnya instrumen kualitas desain situs pernah ada pada *webqual 3.0*. Namun diganti menjadi dimensi *usability* dikarenakan dimensi ini lebih mengutamakan dari sudut pandang pengguna. Penjelasan mengenai dimensi-dimensi Webqual 4.0 adalah sebagai berikut:

a. *Usability.*

Usability atau kegunaan berhubungan dengan rancangan dari situs web tersebut. Sebagai contoh: tampilan situs web, kemudahan dalam penggunaannya, navigasi dan gambaran situs web yang sampai ke pengguna (Barnes dan Vidgen, 2002). Dimensi *usability* berhubungan pada rancangan situs web dan berfokus pada sudut pandang bagaimana penerimaan dan interaksi pengguna terhadap situs web (Jabar dkk., 2013). Menurut Patterson & Ellis (Jabar dkk., 2013) *usability* diasumsikan sebagai hal penting ketika menyangkut kepuasan pelanggan baik dari sisi kebutuhan maupun harapan. *Usability* meliputi: kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk dimengerti dan kemudahan untuk ditelusuri. Sebagai contoh adalah tampilan situs web, kemudahan dalam menggunakan situs web, serta gambar situs web yang diterima oleh pengguna. Desain sebuah situs web harus sesuai dengan kebutuhan

pengguna dan juga harus memastikan pengguna puas ketika menyelesaikan sebuah tugas dengan menggunakan situs web tanpa menghadapi satu kesulitan (Yan dan Guo, 2010)

b. Kualitas Informasi

Kualitas informasi merupakan mutu dari konten yang terdapat pada situs web, pantas tidaknya informasi untuk disajikan kepada penggunanya (Barnes dan Vidgen, 2002). Dimensi ini berfokus pada kualitas konten yang ada di situs web dan kesesuaian konten tersebut dengan kebutuhan pengguna. Kualitas informasi seringkali diukur berdasarkan relevansi informasi, ketepatan waktu, dan akurasi (Nugroho, 2017). Relevansi informasi meliputi informasi yang disajikan dalam format yang sesuai dengan topik bahasan dan mudah dimengerti. Sedangkan ketepatan waktu berhubungan dengan informasi yang *up to date*. Dan akurasi informasi berhubungan dengan informasi yang akurat dan dapat dipercaya.

c. Kualitas interaksi layanan

Kualitas interaksi layanan berupa interaksi layanan yang dirasakan oleh pengguna ketika mereka menjelajahi situs web lebih dalam. Kualitas layanan interaksi biasanya berhubungan dengan kepercayaan dan empati, misalnya masalah transaksi dan keamanan informasi saat mengakses situs web, serta personalisasi situs web dan komunikasi dengan pihak pengelola situs web. (Barnes dan Vidgen, 2002). Dimensi ini fokus pada kualitas interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka mempelajari lebih dalam mengenai situs web yang mereka kunjungi, hal ini berhubungan dengan *trust* dan *emphathy*. Sebagai contoh: keamanan saat bertransaksi dapat memberikan rasa percaya kepada pengguna untuk memberikan dan menyimpan informasi pribadi sehingga dapat menciptakan perasaan emosional yang lebih personal (Barnes dan Vidgen, 2002). Kualitas interaksi layanan meliputi kemampuan memberi rasa aman saat melakukan transaksi, memiliki reputasi yang baik, memudahkan dalam melakukan komunikasi dengan organisasi, menciptakan perasaan emosional yang lebih personal, memiliki kepercayaan dalam menyimpan informasi pribadi, dan lain-lain.

Berdasarkan ketiga dimensi pada webqual 4.0, peneliti menggunakan konsep penggunaan kuesioner webqual 4.0 untuk mengukur kualitas web serta menambahkan komponen *satisfaction* berdasarkan penelitian (josua, 2008). Dengan melibatkan empat dimensi tersebut, nantinya yang dijadikan sebagai variabel pengukuran kualitas situs web. Variabel pada pengukuran kualitas situs web diperoleh 4 variabel dengan 31 butir pertanyaan, sebagai berikut:

Tabel 2.2 kuesioner *webqual 4.0* yang dimodifikasi peneliti berdasarkan (Joshua Tarigan, 2016)

Category	Webqual 4.0 Question
<i>Usability</i>	<i>I find the site easy to learn to operate</i> (Saya menemukan situs ini mudah untuk dioperasikan)
	<i>My interaction with the site is clear and understandable</i> (Interaksi dengan situs jelas dan mudah dimengerti)
	<i>I find the site easy to navigate</i> (Situs memiliki petunjuk yang jelas)
	<i>I find the site easy to use</i> (Situs mudah digunakan)
	<i>The site has an attractive appearance</i> (Situs memiliki tampilan yang menarik)
	<i>The design is appropriate to the type of site</i> (Desain sesuai dengan tipe situs)
	<i>The site conveys a sense of competency</i> (Situs ini meningkatkan kompetensi/persaingan)
	<i>The site creates a positive experience for me</i> (Situs ini memberikan pengalaman positif untuk saya)
<i>Information Quality</i>	<i>Provides accurate information</i> (Menyediakan informasi yang akurat)
	<i>Provides believable information</i> (Menyediakan informasi yang dapat dipercaya)
	<i>Provides timely information</i> (Menyediakan informasi yang tepat waktu/up to date)
	<i>Provides relevant information</i> (Menyediakan informasi yang relevan)
	<i>Provides easy to understand information</i> (Menyediakan informasi yang mudah dimengerti)

	<i>Provides information at the right level of detail</i> (Menyediakan informasi secara detail)
	<i>Presents the information in an appropriate format</i> (Memberikan informasi dalam format yang sesuai)
Service Interaction	Has a good reputation (Memiliki reputasi yang baik)
Quality	<i>It feels safe to complete transaction</i> (Memberikan rasa aman saat melakukan transaksi)
	My personal information feels secure (Informasi pribadi saya tersimpan dengan aman)
	<i>Creates a sense of personalization</i> (Menciptakan kesan personal)
	<i>Convey a sense of community</i> (Memiliki komunitas)
	<i>Makes it easy to communicate with the organization</i> (Memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi)
	<i>I feel confident that goods/services will be delivered as promised</i> (saya merasa yakin barang/pelayanan akan dikirim sesuai dengan yang dijanjikan)
<i>End User Computing System (EUCS)</i>	<p>Apakah layanan/fitur yang disediakan oleh website sudah memberikan informasi yang tepat dengan kamu butuhkan?</p> <p>Apakah isi informasi yang disajikan sudah memenuhi kebutuhan kamu?</p> <p>Apakah layanan/fitur yang disediakan oleh website sudah menyediakan laporan yang sudah sesuai dengan apa yang kamu butuhkan?</p> <p>Apakah layanan/fitur yang disediakan oleh website memberikan informasi yang cukup?</p> <p>Apakah output yang diberikan pada layanan/fitur pada website sudah relevan?</p> <p>Apakah kamu merasa output yang diberikan pada layanan/fitur pada website dapat diandalkan?</p> <p>Apakah kamu merasa layanan/fitur pada website dapat diandalkan?</p> <p>Apakah Anda senang dengan tata letak output layanan/fitur pada website?</p> <p>Apakah output layanan/fitur pada website mudah dimengerti?</p> <p>Apakah layanan/fitur pada website mudah digunakan?</p> <p>Apakah website selalu memberikan informasi terbaru ?</p>

2.3 Hubungan Kualitas dan Kepuasan Pengguna

Keterkaitan antara kualitas situs web dengan kepuasan pengguna bersumber dari penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan dari tahun 1980an. Dari penelitian tersebut dijadikan sebagai awal mula munculnya model modifikasi penelitian baru tentang keterkaitan kualitas situs web dengan kepuasan pengguna. Pelopor yang mengenalkan instrumen kepuasan pengguna ini adalah Bailey dan Pearson tahun 1983.

Penelitian (Bailey dan person, 1983) instrumen kepuasan pengguna diukur pada objek penelitian pada sistem komputer, untuk mencari tahu faktor - faktor yang mendukung untuk akan dijadikan sebagai alat ukur untuk mengukur *computer user satisfaction*. Awalnya peneliti melakukan wawancara terlebih dahulu untuk dapatkan faktor-faktor pendukungnya. Dari hasil wawancara pada 32 manajer di 8 organisasi yang berbeda, peneliti memperoleh 39 faktor. Kemudian responden diwajibkan untuk mengurutkan 39 faktor temuan tersebut berdasarkan tingkat kepentingannya. Responden menilai tingkat kepentingannya dengan menggunakan skala Likert 1-5 sesuai dengan keadaan lingkungan masing-masing organisasi. Hasil penelitiannya diperoleh 39 faktor yang diteliti valid, namun hanya 5 faktor yang dianggap oleh pengguna bersifat sangat penting yaitu *accuracy, reliability, timeless, relevance* dan *confidence in System*. Ada beberapa masalah dengan prosedur yang dilakukan oleh (Pearson, 1983) yaitu sampel pada instrumen yang diuji relatif kecil (29 manajer pengguna) dan mungkin bias dalam pengembangan instrumen.

Melihat kekurangan pada penelitiannya (Bailey dan pearson, 1983), kemudian (Ives dkk, 1983) mengembangkan *User Information Satisfaction (UIS)* melalui jurnalnya yang berjudul "*The Measurement of User Information Satisfaction*". Pada penelitiannya (Ives dkk, 1983) mengkaji ulang kekurangan dari penelitian (Bailey and pearson, 1983) dengan cara mengirim ulang kuesioner yang dilakukan (Bailey and pearson, 1983) melalui *mailing list* kepada 800 manajer produksi perusahaan manufaktur di Amerika Serikat. Pengiriman *mailing list* dilakukan selama periode 2 bulan. Hasilnya memperkuat validitas instrumen sebelumnya.

Pada penelitian yang berjudul “*The Measurement of End User Computing Satisfaction*” mengembangkan 12 item instrumen EUCS. Pada penelitian melibatkan 618 responden dilakukan pada 44 perusahaan yang dipilih tidak secara acak, dari data-data yang terkumpul dilakukan analisis faktor dan diperoleh lima faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pengguna yaitu isi (*content*), akurasi (*accuracy*), bentuk (*format*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), dan ketepatan waktu (*timeliness*) (Doll dan Torkzadeh, 1988).

Doll; Xia; Torkzadeh (1994) kemudian mengembangkan penelitian yang sebelumnya mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *end-user computing satisfaction* (EUCS) ada 5 faktor yaitu isi (*content*), akurasi (*accuracy*), bentuk (*format*), kemudahan penggunaan (*ease of use*), dan ketepatan waktu (*timeliness*). Masing-masing variabel EUCS yang dianalisis memuat 12 item pertanyaan. (Doll dkk., 1994) menggunakan LISREL VII untuk menguraikan model alternatif dan tes kecocokan yang berkaitan dengan EUCS. Populasi penelitian ini melibatkan sebanyak 409 pengguna komputer dari 18 perusahaan yang terbagi pada perusahaan manufaktur, jasa, retail, badan pemerintah, rumah sakit, institut pendidikan, dan satu perusahaan lainnya. Sampel aplikasi yang digunakan untuk penelitian ini melibatkan 139 aplikasi dengan berbagai jenis aplikasi yaitu hutang dagang, piutang dagang, penggajian, persediaan, dan lain-lain. Responden pada penelitian ini terdiri dari 20 manajer puncak, 80 manajer menengah, 76 supervisor level pertama, 143 karyawan yang tidak bertanggung jawab terhadap supervisor dan 90 karyawan operasional. Hasil dari penelitian (Doll dkk., 1994) memberikan bukti empiris bahwa faktor-faktor yang sebelumnya pernah diteliti memiliki pengaruh positif terhadap EUCS. Kepuasan pengguna akhir adalah sikap afektif terhadap sejumlah aplikasi komputer oleh seseorang yang berinteraksi dengan aplikasi secara langsung. Ukuran kepuasan pengguna dikategorikan dalam tiga perspektif:

1. Sikap pengguna terhadap sistem informasi.
2. Kepuasan pengguna mengenai kualitas informasi.
3. Kepuasan pengguna mengenai keefektivitasan sistem informasi yang dirasakan.

Sehingga dari penelitian tersebut membuktikan bahwa 3 variabel yang diterapkan pada webqual ada kaitannya dengan tingkat kepuasan pengguna.

2.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas menurut (Sugiyono,2013) adalah instrumen yang digunakan sebagai alat untuk mengumpulkan data. Bentuk dari instrumen ini bisa dalam bentuk kuesioner/angket, observasi, dan wawancara. Sebelum instrumen digunakan untuk pengumpulan data, maka instrumen penelitian harus terlebih dulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sebenarnya pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data "yang tidak ada beda" antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sebenarnya pada objek penelitian. Validitas penelitian memiliki 2 macam, yaitu:

- a. Validitas internal berkenaan dengan derajat akurasi desain penelitian dengan hasil yang dicapai. Contohnya pada desain penelitian yang dirancang untuk meneliti etos kerja pegawai, maka data yang diperoleh seharusnya adalah data yang akurat tentang etos kerja pegawai. Penelitian jadi tidak valid, apabila yang ditemukan adalah motivasi kerja pegawai.
- b. Validitas eksternal berkenaan dengan derajat akurasi apakah hasil penelitian dapat digeneralisasikan atau diterapkan pada populasi dimana sampel tersebut diambil. Bila sampel penelitian representatif, instrumen penelitian valid dan reliabel, cara mengumpulkan dan analisis data benar, maka penelitian akan memiliki validitas eksternal yang tinggi.

Uji Reliabilitas menurut (Saifuddin, 2012) merupakan instrumen yang dapat digunakan mengukur sesuatu yang diukur secara konsisten (tetap) dari waktu ke waktu. Syarat kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsisten atau tidak berubah-ubah. Instrumen yang nantinya akan diuji reliabilitasnya adalah instrumen telah dirancang oleh peneliti. Dalam hal ini instrumen tersebut adalah instrumen dari *webqual* dan *satisfaction*.

Reliabilitas ditentukan berdasarkan proporsi varian total yang merupakan varian total sebenarnya. Makin besar proporsinya maka makin tinggi reliabilitasnya. Untuk menguji reliabilitas suatu instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini digunakan rumus koefisien alpha karena skor pada butir-butir instrumen merupakan skor bertingkat yaitu antara 1 sampai 4 atau 1 sampai 5. Menurut (Arikunto, 2010) instrumen yang

berbentuk pilihan ganda maupun skala bertingkat maka reliabilitasnya dihitung dengan menggunakan rumus Alpha.

$$r. = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \delta b^2}{\delta t^2} \right] \quad (2.1)$$

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

$\sum \delta b^2$ = Jumlah varians butir

δt^2 = Varian Total

Untuk menyatakan reliabilitas instrumen, digunakan interpretasi terhadap koefisien korelasi, yaitu:

Antara 0,800 s/d 1,00 sangat tinggi

0,600 s/d 0,800 tinggi

0,400 s/d 0,600 cukup

0,200 s/d 0,400 rendah

0,000 s/d 0,200. Sangat rendah

(Suharsimi, 2010)

Setelah instrumen teruji validitas dan reliabilitasnya, maka dapat digunakan untuk mengukur variabel yang telah ditetapkan untuk diteliti.

2.5 Skala Likert

Menurut Sekaran (2010:207), ada 4 tipe dari skala pengukuran yaitu:

1. Nominal

Skala nominal adalah suatu pengukuran yang memungkinkan peneliti untuk mengelompokkan berdasarkan kategori atau grup. Misalnya variabel dari jenis kelamin, responden dapat dikelompokkan ke dalam 2 kategori yaitu: laki-laki dan perempuan. Kedua grup ini dapat di berikan nomor kode 1.

2. Ordinal

Skala ordinal tidak hanya mengkategorikan variabel, juga membuat urutan dari kategori. Misalnya urutan dari paling baik ke paling buruk, nomor [1, 2, 3] dan seterusnya.

3. Interval

Skala interval tidak hanya membuat urutan, juga menyediakan informasi dari beberapa variabel yang berbeda, misalnya kepuasan seseorang terhadap pelayanan suatu jasa dapat diberi skala interval 1-2-3-4-5. Dimana nilai : 1: sangat tidak puas 2: tidak puas 3: biasa 4: puas 5: sangat puas.

4. Ratio

Skala ratio yaitu skala yang dapat memberi arti perbandingan/perkalian.

Menurut (Sugiyono,2013), terdapat beberapa macam skala pengukuran:

1. Skala Likert.

Digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

2. Skala Guttman.

Skala pengukuran dengan tipe ini, akan didapat jawaban yang tegas, yaitu “ya-tidak”; “benarsalah”; “pernah-tidak pernah”; “positif-negatif”; dan lain-lain. Data yang diperoleh dapat berupa data interval atau rasio dikotomi (dua *alternative*).

3. *Semantic Differensial*.

Skala ini juga digunakan untuk mengukur sikap. Namun bentuknya tidak pilihan ganda maupun *checklist*, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “sangat positif” terletak di bagian kanan garis, dan jawaban yang “sangat negatif” terletak di bagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval, dan biasanya 25 skala ini digunakan untuk mengukur sikap / karakteristik tertentu yang dimiliki oleh seseorang.

4. *Rating Scale*.

Dari ketiga skala pengukuran seperti yang telah dikemukakan, data yang diperoleh semuanya adalah data kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan. Tetapi dengan *rating-scale* data mentah yang diperoleh berupa angka. Kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif.

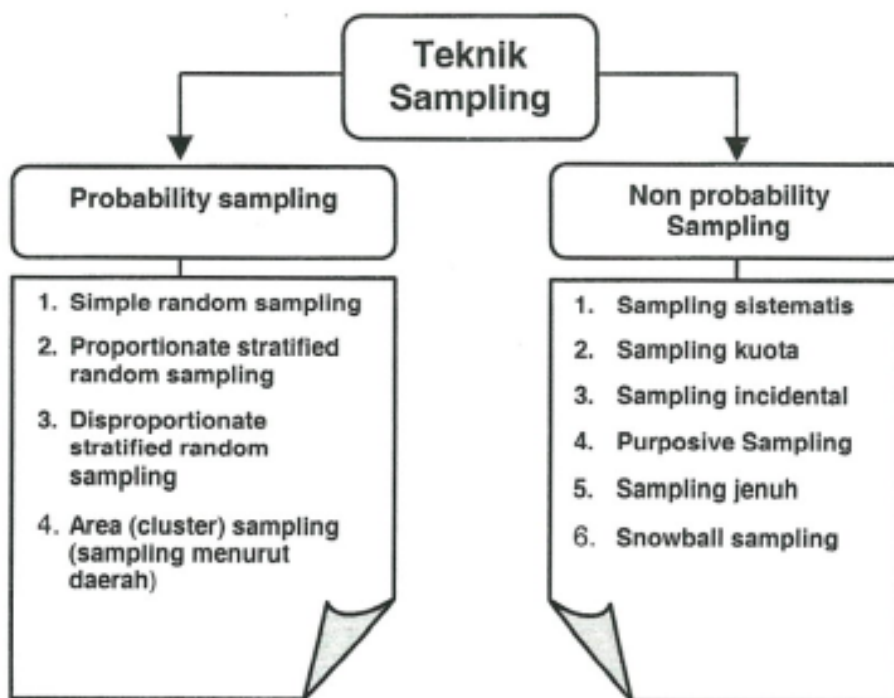
2.6. Populasi dan sampel

Populasi adalah gambaran umum dari suatu objek/subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik yang ditentukan peneliti untuk dipelajari pada penelitiannya hingga akhirnya mendapatkan suatu kesimpulan. Sehingga populasi tidak hanya menunjuk orang tetapi objek dan kumpulan benda alam lain. Populasi yang dipelajari tidak hanya jumlah tetapi keseluruhan karakteristik/sifat yang ada pada subjek/objek (Sugiyono, 2013).

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi untuk mewakili populasi yang sedang diteliti. Sampel dari populasi digunakan untuk membantu peneliti mendapatkan kesimpulan yang dapat diberlakukan pada suatu populasi, sehingga sampel yang diambil pada populasi harus sesuai dengan representatif (Sugiyono, 2013).

2.7 Teknik Sampling

Penentuan teknik sampling yang akan digunakan, sangatlah penting dilakukan pada sebuah penelitian (Sugiyono, 2013). Terdapat 2 pendekatan dalam melakukan teknik pengambilan sampel seperti digambarkan pada gambar berikut.



Gambar 2.2. Teknik Sampling Menurut (Sugiyono,2013.)

Berdasarkan Gambar 2.2. dalam menentukan teknik sampling dapat dibagi menjadi 2 kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Pada teknik *probability sampling* terdiri dari *simple random*, *proportionate stratified random*, *disproportionate stratified random*, dan *area random*. Sedangkan pada kelompok *non probability sampling* meliputi: *sampling* sistematis, *sampling* kuota, *sampling* aksidental, *purposive sampling*, *sampling* jenuh dan *snowball sampling*.

2.7.4 Probability Sampling

Menurut (sugiyono, 2013) *Probability sampling* didefinisikan sebagai teknik pengambilan sampel yang mampu menyediakan peluang sama bagi tiap anggota populasi untuk dipilih sebagai anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random*, *sampling area (cluster)*.

a. Simple Random Sampling.

Didefinisi *simple* (sederhana) karena proses pengambilan anggota sampel dari populasi diambil secara acak tanpa mempertimbangkan hal-hal yang lain seperti level, tingkat dan strata dalam populasi itu. Teknik ini dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen.

b. Proportionate Stratified Random Sampling.

Menurut (Sugiyono, 2013) cara pengambilan sampel ini cocok untuk digunakan apabila populasi sudah memiliki anggota/unsur yang pasti/tidak homogen dan memiliki strata yang ditentukan secara proporsional. Contoh: Suatu organisasi yang telah memiliki pegawai dari latar belakang pendidikan yang telah ditentukan dan dibagi berdasarkan strata pendidikannya. Misalnya jumlah pegawai yang lulus pada tingkat S1 = 45, S2 = 30, STM = 800, ST = 900, SMA = 400, SD = 300. Maka Jumlah sampel yang wajib diambil sesuai dengan strata pendidikan tersebut.

c. *Disportionate Stratified Random Sampling.*

Menurut (Sugiyono, 2013) cara ini cocok diterapkan jika jumlah sampel pada populasi ditentukan berdasarkan strata namun jumlahnya kurang proporsional. Contohnya pegawai dari unit kerja tertentu mempunyai; 3 orang lulusan S3, 4 orang lulusan S2, 90 orang S1, 800 orang SMU, 700 orang SMP, maka jumlah sampel pada populasi pada lulusan S3 dan S2 akan digunakan semuanya sebagai sampel, hal ini dikarenakan pada dua kelompok strata ini jumlah sampelnya terlalu kecil bila dibandingkan dengan kelompok lainnya.

d. *Cluster Sampling.*

Menurut (Sugiyono, 2013) teknik *sampling* ini cocok diterapkan jika objek yang akan diambil datanya untuk diteliti sangat luas. Misalnya: penduduk dari suatu negara, propinsi atau kabupaten. Sehingga untuk menentukan penduduk yang akan diambil datanya, maka pengambilan sampelnya bisa berdasarkan daerah populasi yang telah ditentukan.

Teknik *sampling* dilakukan melalui dua tahap, yaitu pertama menentukan sampel daerahnya terlebih dahulu kemudian tahap selanjutnya menentukan orang yang ada pada daerah itu secara sampel juga.

2.7.2 Non Probability Sampling

Cara pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama pada tiap unsur atau anggota populasi untuk selanjutnya dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi: *sampling* sistematis, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh* dan *snowball*.

a. *Sampling* Sistematis.

Cara pengambilan sampel yang ditentukan dari pengurutan anggota populasi. Cara pengambilannya dilakukan secara sistematis dengan cara merumuskan sesuatu terlebih dahulu kemudian di urutkan sesuai nomor urutnya. Misalnya anggota populasi yang terdiri dari 100 orang. Dari semua anggota itu diberi nomor urut yaitu nomor 1 sampai dengan nomor 100. Pengambilan sampel dapat

dilakukan dengan nomor ganjil saja, genap saja, atau kelipatan dari bilangan tertentu.

b. *Sampling Kuota.*

Teknik untuk pengambilan sampel dari populasi jika terdapat ciri-ciri tertentu dari populasi dan jumlah (kuota) yang diambil sudah ditentukan. Sebagai contoh, ketika akan melakukan penelitian tentang pendapat masyarakat terhadap pelayanan masyarakat dalam urusan “Ijin Mendirikan Bangunan” . Jumlah sampel yang ditentukan 500 orang. Jika pengumpulan datanya belum mencapai 500 orang, maka penelitian dikatakan belum selesai, karena belum memenuhi kouta yang ditentukan.

c. *Sampling Insidental.*

Teknik penentuan sampel berdasarkan sifat kebetulan/ketidaksengajaan yang mengartikan bahwa siapa saja yang secara tidak sengaja bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila dipandang oleh peneliti orang yang kebetulan ditemui itu cocok untuk dijadikan sumber data.

d. *Sampling Jenuh.*

Teknik penentuan sampel jika seluruh anggota populasi yang dijadikan sebagai sampel. Ini biasanya sering diterapkan jika jumlah populasi relatif yang diteliti kecil, kurang dari 30 orang, atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel.

e. *Snowball Sampel.*

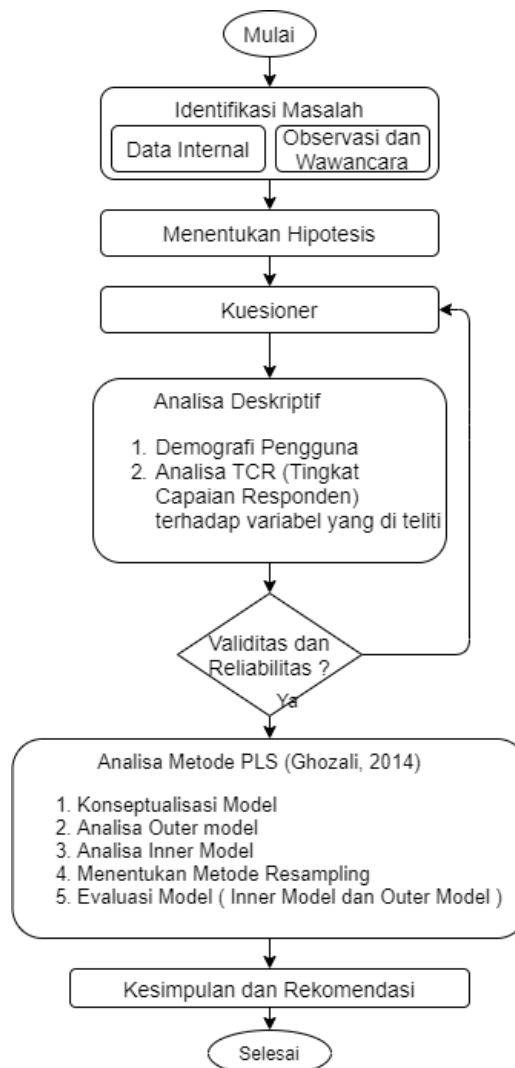
Teknik penentuan sampel yang awalnya berjumlah sedikit, kemudian semakin banyak/besar. Ibarat bola salju yang sedang menggelinding jika terlalu lama akan semakin menjadi besar. Dalam penentuan sampel, pertama-tama dipilih satu atau dua orang. Namun karena dengan dua orang ini belum merasa lengkap terhadap data yang diberikan, maka peneliti mencari orang lain yang dipandang lebih memahami dan dapat melengkapi data yang diberikan oleh dua orang sebelumnya.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan membahas metodologi penelitian yang akan dilaksanakan terdiri dari identifikasi masalah, penentuan hipotesis dan model penelitian, populasi penelitian dan jumlah sampel, metode pengumpulan data, rancangan kuesioner, analisis metode PLS serta kesimpulan dan rekomendasi, seperti ditunjukkan pada Gambar 3.1

3.1 Diagram Alur Metodologi Penelitian



Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian Analisis Kepuasan Pengguna *website* idntimes.com

Pada ada gambar 3.1 diagram alur metodologi penelitian, menguraikan bahwa penelitian ini dimulai dengan melakukan proses identifikasi masalah. Proses Identifikasi masalah diperoleh dari pengumpulan data wawancara dan observasi pengumpulan data internal untuk menguraikan permasalahan yang dihadapi oleh situs web IDN *Times*. Mengumpulkan studi literatur yang mendukung penelitian mengenai metode *webqual* 4.0 dan metode-metode statistik yang digunakan sebagai salah satu pendekatan untuk menilai tolok ukur sebuah situs dari persepsi pengguna. *Webqual* 4.0 pada dasarnya memiliki tiga kriteria yaitu kualitas kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan. Penyusunan kuesioner yang digunakan untuk mengumpulkan data persepsi pengguna berdasarkan metode *webqual* 4.0. Kuesioner yang telah disusun nantinya akan disebarakan ke pengguna yang pernah mengunjungi situs web IDN *Times*. Selanjutnya hasil dari kuesioner dilakukan analisis uji validitas dan reliabilitasnya. Hasil dari analisis kuesioner digunakan untuk mendapatkan nilai tingkat kepuasan pengguna dan rekomendasi bagi situs web berita IDN *Times* sesuai dengan hasil analisis yang ditemukan.

3.2 Identifikasi Masalah

Pada proses identifikasi masalah pada website media berita IDN *Times* ada beberapa cara yang digunakan oleh peneliti untuk menguraikan masalahnya yaitu:

- a. Melalui observasi dan wawancara.

Wawancara dilakukan kepada pihak-pihak yang berkaitan dengan situs web IDN *Times* antara lain: bagian sosial media, bagian komunitas dan bagian produk IDN *Times*. Tahap wawancara untuk menemukan masalah temuan yang bersifat kualitatif.

- b. Pengumpulan Data Internal.

Peneliti mengumpulkan data internal yang berkaitan dengan jalannya bisnis situs web yang sedang dijalankan perusahaan seperti dari *google analytics* dan *alexa.com*. Kedua *tools* ini sangat membantu peneliti dalam menguraikan permasalahannya yang bersifat kuantitatif seperti: jumlah pengguna baru, jumlah pengguna yang kembali lagi, tingkat *bounce rate* dan lama waktu.

Selain itu, peneliti juga mengukur dan mengumpulkan data seputar performa situs web dengan menggunakan *automatic website evaluation tools*. *Automatic website evaluation tools* yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan pada Tabel 3.1.

Tabel 3. 1 pengukuran *automatic website evaluation tools*.

No	Nama Tools	Fungsi
1	Yslow.	Mengukur page load time, page size, dan jumlah HTTP request.
2	http://www.brokenlinkcheck.com/	Menghitung broken link.
3	Google Analytics.	Menghitung jumlah pengguna aktif, return visitor, bounce rate, session dan traffic.
4	CMS (<i>Content Management System</i>) idntimes.	Mengetahui jumlah level pengguna komunitas.

3.3 Hipotesis

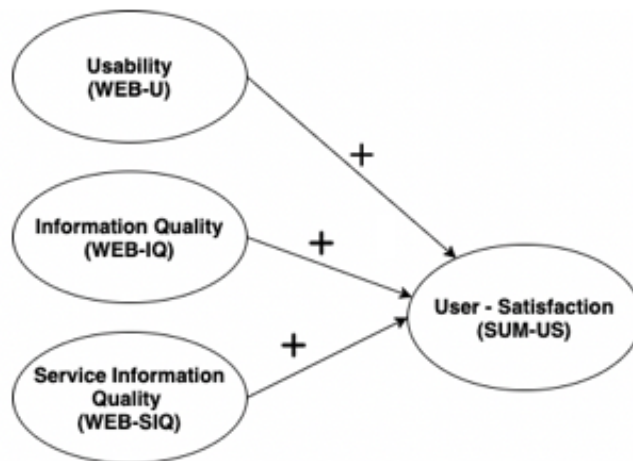
Pada Penelitian ini melibatkan tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel-variabel bebas yang digunakan oleh peneliti yaitu kualitas kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Variabel terikat yang digunakan oleh peneliti yaitu kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Hipotesis pertama terdapat hubungan positif antara kualitas informasi (*information quality*) dengan kepuasan pengguna website IDN Times (*user satisfaction*).
- b. Hipotesis ke dua terdapat hubungan positif antara kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dengan kepuasan pengguna (*user satisfaction*).
- c. Hipotesis ke tiga terdapat hubungan positif antara kegunaan (*usability*) dengan kepuasan pengguna (*user satisfaction*)

Pada pengujian hipotesis yang telah dijelaskan sebelumnya digunakan untuk menganalisis hubungan yang signifikan dan erat antara variabel bebas (*Usability*, *Information Quality* dan *Service Interaction Quality*) dengan variabel terikat (*User*

Satisfaction). Kemudian untuk uji signifikansi parameter penilaiannya berdasarkan pada nilai statistik t. Nilai statistik t adalah nilai pengaruh masing-masing variabel bebasnya terhadap variabel terikat. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan statistik t smartPLS dengan t-tabel. Pengujian menggunakan PLS-SEM dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, dengan mengabaikan beberapa asumsi (non- parametrik) dan parameter ketepatan model prediksi dilihat dari nilai koefisien determinasi (*R-Square*). Oleh karena itu, PLS-SEM sangat tepat digunakan pada penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan teori.

Pemodelan uji hipotesis yang akan diteliti pada penelitian ini seperti yang dijelaskan pada gambar 3.2 yang diperoleh dari hasil penentuan variabel bebas (*Usability, Information Quality* dan *Service Interaction*) yang digunakan pada penelitian ini terhadap variabel terikatnya (*User Satisfaction*). Setelah menentukan variabel yang akan diteliti, dilakukan analisis hubungan antar variabelnya untuk dilakukan uji hipotesis. Sehingga diperoleh pemodelan uji hipotesis gambar 3.2 berdasarkan dari pengembangan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Joshua, 2008) yang menyatakan bahwa dimensi pada *webqual 4.0* (*Usability, Information Quality* dan *Service Information Quality*) memiliki korelasi yang positif dengan *user satisfaction*.



Gambar 3. 2 Desain Hipotesis hubungan dimensi Webqual 4.0 (josua,2008)

Pengambilan keputusan atas penerimaan hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan ketentuan nilai t-tabel *one tail test* yang ditentukan dalam penelitian ini adalah sebesar 1,645 untuk signifikansi 0,05. Selanjutnya nilai tabel tersebut dijadikan sebagai nilai *cut off* untuk penerimaan atau penolakan hipotesis yang diajukan:

1. Nilai *outer weight* masing - masing indikator dan nilai signifikansinya. Nilai *weight* yang disarankan adalah diatas dan t-statistik di atas nilai t-tabel 1,645 untuk $\alpha = 0,05$ pada *uji one tailed*.
2. Melihat nilai *inner weight* dari hubungan antar variabel laten. Nilai *weight* dari hubungan tersebut harus menunjukkan arah positif dengan nilai t-statistik diatas nilai t-tabel 1,645 untuk $\alpha = 0,05$ pada *uji one tailed*.
3. Hipotesis penelitian diterima jika nilai *weight* dari hubungan antar variabel laten menunjukkan arah dengan nilai t-statistik di atas nilai t-tabel 1,645 untuk $\alpha = 0,05$. Hipotesis penelitian ditolak jika nilai *weight* dari hubungan antar variabel menunjukkan nilai t-statistik dibawah nilai t-tabel untuk $\alpha = 0,05$.

3.4 Kuesioner

Proses penyusunan kuesioner dengan berpatokan pada desain model kuesioner pada *webqual 4.0* untuk mengukur kualitas suatu situs web. Model kuesioner pada *webqual 4.0* pada tiap komponen item kuesionernya memiliki beberapa kriteria masing-masing yang telah ditentukan. Model kuesioner *webqual 4.0* telah dijelaskan sebelumnya pada bab 2.

Sebelum kuesioner disebarkan, peneliti menentukan terlebih dahulu jumlah sampel yang akan dijadikan objek penelitian yaitu pengguna situs web *idntimes* yang terdiri dari *member baru*, *community writer*, dan *verified writer*. Sehingga pemilihan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah “*Disproportionate Stratified Random Sampling*” (pengambilan sampel dari anggota populasi secara acak dan berstrata tetap, sebagian ada yang kurang proporsional pembagiannya). Dilakukan *sampling* ini karena anggota populasi heterogen (tidak sejenis)

Kemudian untuk menentukan jumlah pemilihan sampel populasi, menurut (Sugiyono, 2013) perlu pertimbangan tingkat ketelitian/kepercayaan yang diinginkan. Jika tingkat kesalahan yang dikehendaki semakin besar maka akan semakin kecil jumlah

sampel yang diperlukan, dan sebaliknya. Menurut (Sugiyono, 2013) untuk menentukan jumlah sampel dari populasi pada penelitian ini menggunakan rumus yang dikembangkan oleh *Isaac* dan *Michael*, untuk tingkat kesalahan, 1 %,5%, dan 10%. Rumus yang dikembangkan oleh *Isaac* dan *Michael* adalah:

$$S = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N-1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q} \quad (3.1)$$

Keterangan:

S : Jumlah sampel

λ^2 : Chi Kuadrat yang harganya tergantung harga kebebasan dan tingkat kesalahan. Untuk derajat kebebasan 1 dan kebebasan 5% harga Chi Kuadrat = 3,841. Harga Chi Kuadrat untuk kesalahan 1% = 6,634 dan 10% = 2,706.

N : Jumlah Populasi

P : Peluang benar (0,5)

Q : Peluang salah (0,5)

d :Perbedaan antara rata-rata sampel dengan rata-rata populasi. Perbedaan bisa 0,01; 0,05, dan 0,10.

Tabel 3.2 Penentuan Jumlah Sampel Dari Populasi Tertentu Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5% dan 10%

N	s			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	563	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Berdasarkan rumus dan tabel 3.2 ketika jumlah sampel pada penelitian >1 juta maka peneliti dapat mempertimbangkan penentuan dalam pengambilan sampel sebesar 663 sampel untuk taraf kesalahan 1%, 349 untuk taraf 5% dan 270 untuk taraf kesalahan 10%. Sehingga peneliti memutuskan untuk menggunakan jumlah sampel dalam populasi sebesar 350 pengguna situs web dengan tingkat kesalahan 5%.

Adapun sampel yang diambil pada masing-masing level pengguna situs web IDN *Times* yang sudah pernah mendaftar menjadi komunitas IDN *Times* dari bulan juni 2019- desember 2019 adalah:

Tabel 3.3 Jumlah sampel yang akan diteliti

Kategori Pengguna	Populasi	Sampel
<i>Member</i>	105172	190
<i>Community writer</i>	4645	130
<i>Verified writer</i>	30	30
Jumlah sampel	109883	350

Setelah menentukan jumlah sampel dan menyusun kuesioner, selanjutnya peneliti melakukan proses penyebaran kuesioner untuk pengguna situs web. Pengumpulan kuesioner dilakukan melalui sosial media, *web push notification* pada web idntimes dan whatsapp grup IDN *Times* dengan menggunakan google form. Isi formulir yang akan diisi oleh responden, nantinya peneliti kelompokkan sesuai dengan kriteria pada kelompok jenis responden yaitu:

a. *Member*.

Pengguna yang pernah berkunjung di situs web IDN *Times* dengan aktifitas yang dilakukan pernah membaca artikel, melakukan tanya-jawab dan mendaftar sebagai anggota komunitas.

b. *Community Writer*.

Pengguna yang pernah berkunjung di situs web IDN *Times* dengan aktifitas yang dilakukan pernah membaca artikel, mendaftar sebagai anggota komunitas, dan pernah menulis dan menerbitkan artikel < 20 artikel.

c. *Verified Writer*.

Pengguna yang pernah berkunjung di situs web IDN Times dengan aktifitas yang dilakukan yaitu pernah membaca artikel, mendaftar sebagai anggota komunitas, dan pernah menulis dan menerbitkan artikel > 20 artikel.

3.5 Analisa Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono,2011) analisis statistik deskriptif merupakan analisis yang mengemukakan tentang data diri responden, yang diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner. Kemudian, data yang diperoleh dari jawaban responden tersebut dihitung presentasinya.

Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan informasi mengenai karakteristik variabel penelitian dan data demografi responden. Data demografi yang dianalisis pada penelitian ini terdiri dari (jenis kelamin, usia, pekerjaan, aktifitas ketika mengunjungi website dan jumlah kunjungan pada website tiap minggunya). Setelah menganalisis demografi pengguna, dilakukan analisis tingkat capaian respon terhadap variabel yang diteliti yaitu variabel kualitas informasi, kualitas interaksi layanan dan kualitas kemudahan penggunaan. Analisis variabel ini dialukan dengan menggunakan teknik TCR untuk menganalisis data yang sudah terkumpul. Analisis ini bertujuan untuk menggambarkan masing-masing variabel dalam bentuk penyatuan data kedalam bentuk hasil distribusi frekuensi jawabab responden kemudian dilakukan analisis persentase, mean dan TCR serta memberikan interpretasi analisis tersebut.

$$TCR = \frac{Skor\ Rata-rata}{Skor\ Maksimum} \times 100\% \quad (3.2)$$

- Menentukan persentase nilai maks = Skor Maks x skor bobot maks x 100 %
= 4/4 x 100% = 100%
- Menentukan persentase nilai min = Skor Min x Skor bobot min x 100 %
= 1/4 x 100% = 20%
- Menentukan range dengan rumus: = Persentase Maks – Persentase Min
= 100% - 20% = 80.

3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas ini digunakan untuk membuktikan kuesioner yang dibuat oleh peneliti, apakah memiliki kelayakan untuk dijadikan pedoman dalam mendapatkan data penelitian. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *pearson* dengan koefisien korelasi kritis diperoleh dari tabel distribusi r dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5 %. Adapun interpretasinya adalah sebagai berikut:

- a. Bila r hitung positif, serta $0,05 > r$ tabel, maka butir atau variabel tersebut dinyatakan valid.
- b. Bila r hitung negatif, dan r hitung $< r$ tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

Uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan ukuran kestabilan dan konsistensi dari konsep ukuran instrumen atau alat ukur, sehingga nilai yang diukur tidak berubah dalam nilai tertentu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel dan dapat diterima jika memberikan nilai Alpha $> 0,6$ (Sekaran, 1992)

3.7 Analisa Data

Setelah semua data kuesioner terkumpul, peneliti melakukan tahap analisis data dengan menggunakan teknik analisis statistik *Partial Least Squares Path Modeling* (PLS-SEM). Secara teknis SEM dibagi dalam 2 kelompok, SEM yang berbasis kovarian dengan menggunakan LISREL atau AMOS dan SEM yang berbasis varian yang menggunakan SmartPLS atau PLSGraph. Basis kovarian SEM model harus dikembangkan berdasarkan pada teori yang kuat dan bertujuan untuk mengkonfirmasi model dengan data empiris.

Penerapan PLS-SEM ini bertujuan untuk menguji hubungan prediktif antar konstruk dengan melihat apakah ada keterkaitan atau pengaruh antar konstruk tersebut. Keunggulan metode ini adalah (Abdilah, 2015):

- d. Metode yang cocok untuk model prediksi yang tujuannya untuk memprediksi hubungan efek kausalitas pada jenjang variabel laten.
- e. Bisa memodelkan banyak variabel bebas dan variabel terikat (model kompleks).
- f. Bisa mengelola masalah multikolinearitas antar variabel bebas.

- g. Hasil tetap kokoh maupun (*robust*) walaupun terdapat data yang tidak normal dan hilang (*missing value*).
- h. Lebih kuat secara praktis karena lebih efisien dalam proses eksekusi.
- i. Dapat mengolah data sampel kecil, kokoh terhadap deviasi asumsi normalitas, mengukur indikator-indikator reflektif dan formatif, dan mengukur model rekursif.
- j. Tidak mensyaratkan data berdistribusi normal.
- k. Dapat digunakan pada data dengan tipe skala berbeda yaitu nominal, ordinal dan *continuous*.

Pengujian menggunakan PLS-SEM dapat dilakukan tanpa dasar teori yang kuat, dengan mengabaikan beberapa asumsi (non - parametrik) dan parameter ketepatan model prediksi dilihat dari nilai koefisien determinasi (*R-Square*). Oleh karena itu, PLS-SEM sangat tepat digunakan pada penelitian yang bertujuan untuk mengembangkan teori (Masthori, 2016). Proses pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program / *software* statistik SmartPLS versi 3.2.9. Proses tahapan dalam menganalisa data terdiri dari beberapa tahapan (Ghozali, 2014).

1. Konseptualisasi Model

Merupakan langkah awal dalam analisis PLS-SEM. Pada tahap ini akan dilakukan spesifikasi domain konstruk, menentukan item pertanyaan yang merepresentasi suatu konstruk, pengumpulan data, uji reabilitas, uji validitas, dan menentukan skor pengukuran konstruk.

2. Menentukan Metoda Analisa Algoritma

Setelah melalui tahapan konseptualisasi selanjutnya ditentukan metode analisis algoritma yang akan digunakan untuk estimasi model. Pada PLS-SEM metode analisis algoritma yang disediakan terdapat tiga pilihan skema yaitu *factorial*, *centroid* dan *path/structural weighting*. Skema yang disarankan adalah *path/struktural weighting* (Ghozali, 2014). Langkah selanjutnya menentukan Jumlah sampel. Sampel minimal yang direkomendasikan antara 30 – 100 kasus.

3. Menggambar Diagram Jalur

Proses menggambar diagram jalur (path diagram) dengan menggunakan prosedur nomogram *Reticular Action Modeling* (RAM) yang dikemukakan (Falk dan Miller, 1992) dengan ketentuan sebagai berikut:

- b. Konstruk teoritikal yang menunjukkan variabel laten digambar dengan bentuk lingkaran.
 - c. Variabel *observed* atau indikator digambar dengan bentuk kotak.
 - d. Hubungan asimetri digambarkan dengan arah panah tunggal.
 - e. Hubungan simetri digambarkan dengan arah panah *double*.
4. Evaluasi Model

Evaluasi model dapat dilakukan dengan menilai hasil pengukuran model melalui pengujian validitas dan reliabilitas konstruk laten. Selanjutnya mengevaluasi model struktural dan pengujian signifikansi untuk menguji pengaruh antar konstruk atau variabel.

- b. Analisis Outer atau *Measurement Model*

Dilakukan untuk menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya. Terdapat tiga kriteria pengukuran untuk menilai *outer model* yaitu dengan *convergent validity*, *discriminant validity*, dan *composite reliability*. *Convergent validity* dari model pengukuran dengan model reflektif dinilai berdasarkan korelasi antara item *score/component score* dengan *construct score* yang dihitung dengan PLS. Ukuran reflektif dikatakan tinggi jika berkorelasi lebih dari 0,70 dengan konstruk yang ingin diukur. Namun demikian untuk penelitian tahap awal dari pengembangan skala pengukuran nilai loading 0,5 sampai 0,60 dianggap cukup (Chin, 1998 dalam Ghozali, 2006). *Discriminant validity* dari model pengukuran dengan reflektif indikator dinilai berdasarkan *cross loading* pengukuran dengan konstruk. Jika korelasi konstruk dengan item pengukuran lebih besar daripada ukuran blok daripada ukuran konstruk lainnya, maka akan menunjukkan bahwa konstruk laten memprediksi ukuran pada blok yang lebih baik daripada ukuran blok lainnya. (Chin, 1998 dalam Ghozali, 2006).

Metode lain untuk menilai *discriminant validity* adalah membandingkan nilai *square root of Average Variance Extracted* (AVE) setiap konstruk dengan

korelasi antara konstruk lainnya dalam model. Jika nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar daripada nilai korelasi antar konstruk dengan konstruk lainnya dalam model, maka dikatakan memiliki nilai *discriminant validity* yang baik. Pengukuran ini dapat digunakan untuk mengukur reliabilitas komponen skor variabel laten dan hasilnya lebih konservatif dibandingkan dengan *composite reability*. Direkomendasikan nilai AVE harus lebih besar 0,50 (Fornell dan Larcker, 1981 dalam Ghazali, 2006). *Composite reability* yang mengukur suatu konstruk dapat dievaluasi dengan dua macam ukuran yaitu *internal consistency* dan *Cronbach's Alpha* (Ghozali, 2006).

b. *Inner model*

Menggambarkan hubungan antara variabel laten berdasarkan pada teori substantif. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan R-square untuk konstruk dependen.

Dalam menilai model dengan PLS dimulai dengan melihat R-square untuk setiap variabel laten dependen. Interpretasinya sama dengan interpretasi pada regresi. Perubahan nilai R-square dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen apakah mempunyai pengaruh yang substantif (Ghozali, 2006).

5. Menentukan Metode *Resampling*

Pada program SmartPLS hanya menyediakan satu metode *resampling* yaitu bootstrapping yang terdiri dari tiga skema yaitu skema *no sign changes*, *individual sign changes* dan skema *construct level changes*. Bootstrapping ini digunakan untuk menganalisis hipotesis. Skema yang disarankan oleh smartPLS(default) pada proses bootstrapping adalah *construct level changes* karena skema ini memberikan asumsi yang longgar. Sehingga T-statistik meningkat karena hanya menggunakan ukuran skor *loading* hubungan langsung antara variabel laten dan indikatornya (Abdilah dkk., 2014).

3.8 Kesimpulan dan Rekomendasi

Tahap terakhir pada penelitian dari hasil analisis data maka akan diperoleh kesimpulan dari hipotesis dan konsep model yang diteliti apakah memberikan pengaruh

positif bagi kualitas website perusahaan. Kemudian hasil dari kesimpulan tersebut akan dijadikan sebagai bahan rekomendasi bagi perusahaan dalam menjalankan bisnis website media portal berita IDN *Times*.

Rekomendasi yang diberikan oleh peneliti mengenai peningkatan kualitas web pada IDN Times antara lain:

1. Memberikan rekomendasi berdasarkan hasil evaluasi permasalahan yang terjadi pada website IDN Times menurut item atau indikator yang memiliki nilai *outer loading* < 0,5.
2. Menuliskan rekomendasi berdasarkan tingkat atau urutan “Tingkat Kepentingan” yang telah ada dan dan dibuktikan oleh pakar dan peneliti sebelumnya.
3. Memberikan Rekomendasi yang berkaitan dengan perbaikan website IDN Times berdasarkan standar dari ISO 9241-151 dan HHS (*Health and Human Services Guidelines*) (Yudho Prasetyo, 2012). Menurut (Koyani et al, 2003, 2004) tujuan HHS Guideline ini untuk memberikan pedoman berbasis penelitian dalam format yang mudah dimengerti, mudah digunakan dan praktis. Pada pedoman HHS terdapat peringkat tingkat kepentingan yang diberi skor sberkisar dari 1-5 untuk membantu memandu para ahli *usability* dan perancang web untuk memprioritaskan implementasinya. Pemberian skor kepentingan pada *HHS Guilelines* yang memberikan penilaian adalah 8 orang perancang web dan 8 orang ahli *usability web*. Pada penilaian skor tersebut diberikan yang menunjukkan “Kekuatan Bukti” dan “Tingkat Kepentingan” yang mendukung pedoman dan menunjukkan bukti-bukti dan kesepakatan diantara para ahli. Kemudian untuk rekomendasi ISO 9241-151 berfokus pada aspek desain, menyediakan panduan desain dan rekomendasi pada empat bidang utama yaitu :
 - a. tujuan dan strategi
 - b. konten dan fungsionalitas
 - c. navigasi dan interaksi
 - d. desain dan presentasi media.

BAB 4

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai statistik hasil survey penelitian, pengolahan data kuesioner, sekaligus pengujiannya sesuai dengan metodologi penelitiannya. Kemudian hasil dari pengolahan datanya akan memberikan informasi berupa tingkat kualitas website dan rekomendasi peningkatan kualitas website IDN Times berdasarkan ISO 9241-151 dan HHS *guideline*.

4.9 Deskripsi Hasil Survei

Survei dilakukan melalui kuesioner mengenai kualitas website IDN Times dengan menggunakan *google form*. Pembagian sampel kuesioner dibagi oleh peneliti berdasarkan jenis penggunaannya seperti yang telah dijelaskan pada sub-Bab 3.2.3. Beberapa hal yang dilakukan untuk mendapatkan jumlah responden agar sesuai harapan antara lain mengirimkan tautan kuesioner melalui *web push notification* pada saat traffic website sedang tinggi ditandai dengan banyaknya pengguna yang mengunjungi situs web. Selain itu juga menyebarkan kuesioner ke beberapa sosial media IDN Times (Whatsapps grup dan Instagram) supaya mendapatkan sampel sesuai yang diharapkan oleh peneliti.

4.9 Analisis Karakteristik Responden

Pada survei kuesioner yang telah dilakukan secara *online* dari tanggal 15 Mei 2020 hingga 30 Mei 2020 melalui *web push notification* pada web browser dan WA grup yang mengelola masing-masing jenis member pada IDN Times. Jumlah sampel yang sudah terpenuhi selanjutnya akan peneliti kelompokkan demografi penggunaannya. Sehingga diperoleh sebesar 396 responden dengan rincian

- a. 234 untuk responden pembaca
- b. 162 untuk responden penulis (*writer community* dan *verified writer*)

Jumlah responden sesuai dengan ukuran sampel/jumlah responden yang diharapkan. Pada hasil survei selain data likert yang dibutuhkan, diperoleh beberapa data responden antara lain: usia, jenis kelamin, pekerjaan, rata-rata mengunjungi website tiap

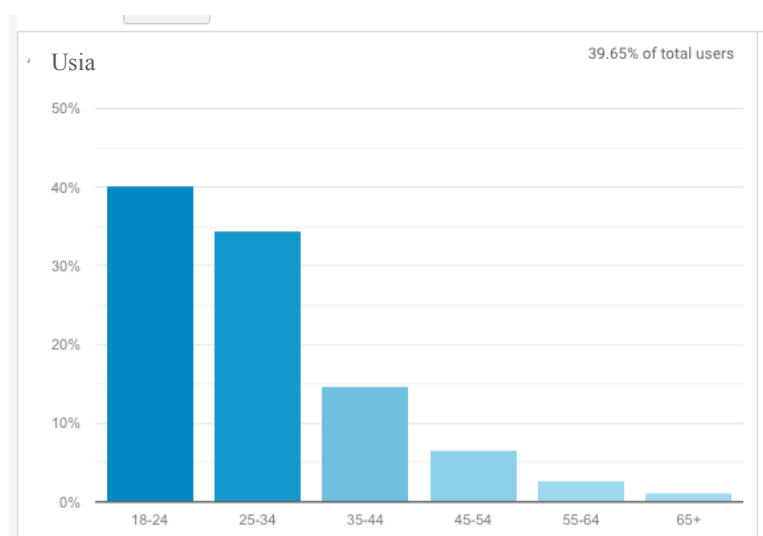
minggu nya dan aktifitas membaca dan menulis pada website IDN Times. Data responden ini nantinya juga akan digunakan sebagai informasi untuk membuat sebuah rekomendasi.

4.2.1 Demografi Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan pada table 4.1 demografi pengguna berdasarkan usia bahwa kelompok pengguna dengan rentang usia 17 - 25 tahun sebesar 61,6% dan 26-33 tahun sebesar 33,8%. Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa data responden yang paling dominan mengunjungi website berusia 17-33 tahun. Data ini sudah mewakili jumlah mayoritas pengguna yang mengunjungi website, karena berdasarkan data internal yaitu *google analytic* pada gambar 4.1 jumlah pengguna situs website berdasarkan rentang usia 17-34 tahun secara keseluruhan sebesar 74,75%

Tabel 4.1. Demografi Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
17-25 tahun	244	61,6%
26-33 tahun	134	33,8%
34-41 tahun	18	4,5%



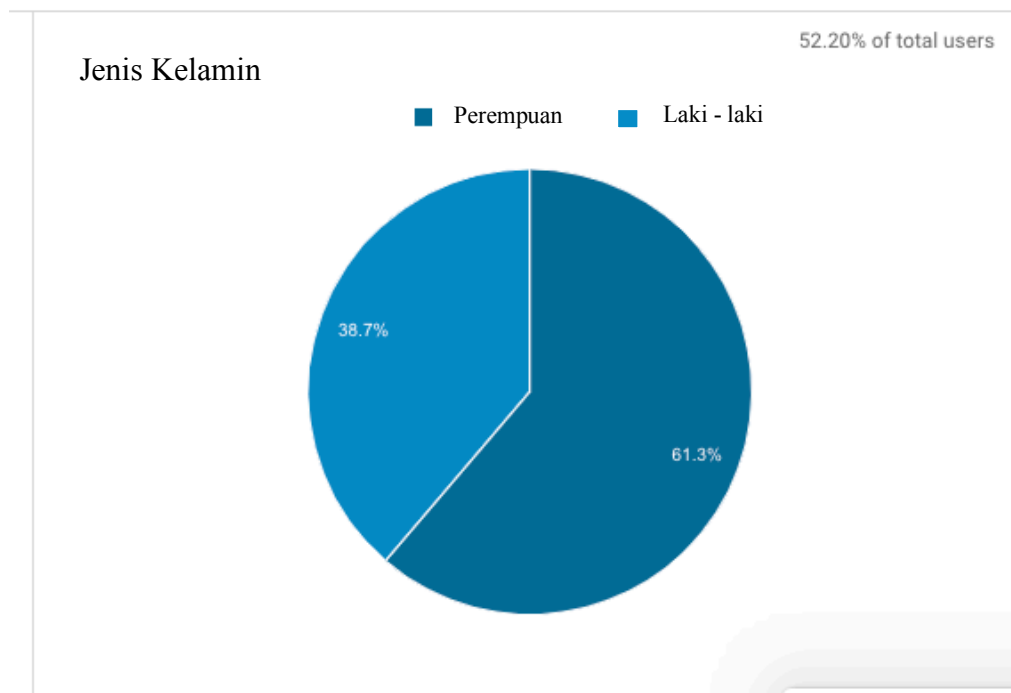
Gambar 4.1 Demografi Usia berdasarkan data internal Google Analytics IDN Times

4.2.2 Demografi Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 4.2 yang merupakan hasil demografi pengguna website IDN Times berdasarkan hasil survey kuesioner. Pada tabel tersebut menunjukkan bahwa kelompok pengguna dengan jenis kelamin laki-laki sebesar 28,28% dan perempuan sebesar 71,71%. Sehingga terlihat bahwa pengguna yang mengisi survei kuesioner didominasi oleh pengguna dengan jenis kelamin perempuan. Dari data hasil survei kuesioner ini sudah mewakili jumlah mayoritas pengguna website IDN Times, karena berdasarkan data internal dari *google analytic* pada gambar 4.2 mayoritas pengguna yang mengunjungi website berjenis kelamin perempuan dengan total 61,3%.

Tabel 4.2 Demografi Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	112	28,3%
Perempuan	284	71,7%



Gambar 4.2 Demografi Jenis Kelamin Berdasarkan Data Internal

4.2.3 Distribusi Pekerjaan

Berdasarkan pada tabel 4.3 yang menjelaskan demografi pengguna berdasarkan jenis pekerjaan dari hasil survey kuesioner. Pada tabel tersebut 3 jenis pekerjaan yang paling tinggi penggunaannya adalah jenis pekerjaan pelajar/mahasiswa sebesar 32,1%, jenis pekerjaan lainnya yang tidak disebutkan secara spesifik sebesar 24,5% dan jenis pekerjaan pegawai swasta sebesar 23,7. Sehingga kelompok pengguna yang telah mengisi kuesioner didominasi paling banyak adalah pengguna dengan jenis pekerjaan pelajar/mahasiswa.

Tabel 4.3 Demografi pengguna berdasarkan jenis pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Lainnya	97	24,5%
Pegawai Swasta	94	23,7%
Pegawai Swasta, Lainnya	6	1,5%
Pelajar/mahasiswa	127	32,1%
Pelajar/mahasiswa, Lainnya	2	0,5%
Pelajar/mahasiswa, Pegawai Swasta	6	1,5%
PNS/BUMN/Polri/BUMD	25	6,3%
Wirausaha	36	9,1%
Wirausaha, Lainnya	3	0,8%
Total	396	100%

4.2.4 Demografi Rata-rata Jumlah Kunjungan per Minggu

Berdasarkan pada tabel 4.4 yang berisi rata-rata jumlah kunjungan pengguna website tiap minggu dari hasil survei kuesioner diperoleh bahwa tiap minggunya rata-rata kunjungan yang paling tinggi sebanyak > 3 kali mengunjungi website IDN Times, dengan frekuensi pengguna website IDN Times sebanyak 74% (296 orang). Namun data dari hasil survei belum bisa mewakili jumlah kunjungan pengguna perminggu yang sesungguhnya karena peneliti tidak ada data internal yang mewakili rata-rata jumlah kunjungan pengguna website per minggu.

Tabel 4. 4 rata – rata jumlah kunjungan website IDN Times per Minggu

Rata-rata kunjungan	Jumlah pengguna	Persentase
> 3 kali	296	74,7%
1 kali	40	10,1%
2 kali	28	7,1%
3 kali	32	8,1%

4.2.5 Demografi Aktifitas Mengunjungi Website

Data tentang aktifitas pengguna mengunjungi website berdasarkan frekuensi diperoleh dari hasil kuesioner. Indikator jenis aktifitas yang dilakukan oleh pengguna selama mengunjungi website berdasarkan frekuensi dibagi menjadi 2 kategori yaitu pengguna yang hanya melakukan aktifitas “membaca artikel” dan “membaca dan menulis artikel”. Dapat dilihat jenis aktifitas pengguna pada tabel 4.5.

Tabel 4.5 Jenis Aktifitas yang dilakukan ketika mengunjungi website

Aktifitas	Frekuensi	Persentase
Membaca Artikel	233	58,8%
Membaca dan Menulis Artikel	163	41,2%

Berdasarkan tabel 4.5 mengenai aktifitas yang dilakukan pengguna website IDN Times, menyatakan bahwa lebih dari 50% (233 pengguna) website IDN Times, hanya melakukan aktifitas membaca artikel saja lalu sebagiannya melakukan aktifitas membaca dan menulis artikel pada website IDN Times.

Tabel 4.6 Jumlah Artikel yang dibaca selama mengunjungi website

Jumlah artikel	Frekuensi	Persentase
1-3 kali artikel dalam seminggu	96	24,2%
4-10 artikel dalam seminggu	144	35,4%
>10 artikel dalam seminggu	156	39,4%

Berdasarkan tabel 4.6 mengenai indikator jumlah artikel yang pernah dibaca oleh pengguna dikategorikan menjadi 3 kategori yaitu 1-3 kali artikel dalam seminggu, 4-10 artikel dalam seminggu dan >10 artikel dalam seminggu. Frekuensi jumlah artikel yang dibaca oleh pengguna dalam seminggu paling tinggi sebesar 39,4%(156 pengguna).

4.2.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik TCR (Tingkat Capaian Responden) untuk menganalisis data yang sudah terkumpul. Analisis ini digunakan untuk melihat gambaran secara umum tentang variabel yang diteliti dengan analisis persentase. Adapun proses pengolahan datanya sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi dari jawaban yang diberikan responden atas setiap item pertanyaan atau pertanyaan yang diajukan. Kemudian dihitung persentasenya dengan menggunakan formulasi rumus yang dikembangkan oleh (Sugiyono,2010).

$$TCR = \frac{Skor\ Rata-rata}{Skor\ Maksimum} \times 100\%$$

- b. Menentukan kriteria hasil skor dari masing-masing variabel yang diteliti. Penentuan kriteria tersebut mengacu pada penelitian (sugiyono, 2010) Untuk menginterpretasi data hasil kuesioner maka perlu dibuat interval jenjang kualitatif, untuk membuatnya diperlukan langkah-langkah sebagai berikut:

- Menentukan persentase nilai maks = Skor Maks x skor bobot maks x 100 %
= 4/4 x 100% = 100%
- Menentukan persentase nilai min = Skor Min x Skor bobot min x 100 %
= 1/4 x 100% = 20%
- Menentukan range dengan rumus: = Persentase Maks – Persentase Min
= 100% - 20% = 80.

Selanjutnya menyusun interval jenjang kualitatif. Seperti pada tabel 4.7.

Tabel 4.7 Persentase Tanggapan Kuisioner

Kriteria	Persentasi
25% - 44 %	Sangat Tidak Baik
45% - 63%	Tidak Baik
64% - 82%	Baik
83% - 100%	Sangat Baik

4.2.6.1 Variabel Kualitas Informasi

Didalam model penelitian ini variabel pertama yang digunakan adalah Kualitas Informasi. Didalam mengukur variabel kualitas informasi digunakan 4 indikator jawaban dengan total 7 item pertanyaan. Hasil penelitian data kuantitatif yang diperoleh dari skala likert ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kualitas informasi pada website IDN Times terangkum dalam tabel 4.8.

Tabel 4. 8 Persentase tanggapan pengguna terhadap variabel kualitas informasi

variabel	STS	ST	S	SS	TCR	Kategori
	1	2	3	4		
KI1	2	9	187	198	87%	Sangat Baik
KI2	2	7	179	208	87%	Sangat Baik
KI3	0	8	106	282	92%	Sangat Baik
KI4	0	9	156	231	89%	Sangat Baik
KI5	2	3	107	284	92%	Sangat Baik
KI6	8	37	197	154	81%	Baik
KI7	3	22	172	199	86%	Sangat Baik

Menurut tabel 4.8 mengenai penilaian kualitas website IDN Times pada variabel kualitas informasi, jika pengelola website ingin memperbaiki kualitas websitenya dari segi kualitas informasi maka pengelola website harus meningkatkan kualitas informasi sesuai pada item pertanyaan 6 yaitu menyediakan informasi berita yang detail terperinci. Hal ini dikarenakan pada item kualitas informasi 6, memiliki nilai TCR paling rendah dan hanya memberikan penilaian “baik” saja dibandingkan dengan indikator lainnya yang “lebih baik”.

4.2.6.2 Variabel Kualitas Interaksi Layanan

Didalam model penelitian ini variabel kedua yang digunakan adalah Kualitas Interaksi dan layanan. Didalam mengukur variabel kualitas interaksi dan layanan digunakan 4 indikator jawaban dengan total 7 item pertanyaan. Hasil penelitian data kuantitatif yang diperoleh dari skala likert ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kualitas interaksi layanan pada website IDN Times seperti terangkum dalam tabel 4.9.

Tabel 4. 9 Persentase tanggapan pengguna terhadap variabel kualitas interaksi layanan

variabel	STS	ST	S	SS	TCR	Kategori
	1	2	3	4		
KIL1	2	6	157	231	89%	Sangat Baik
KIL2	3	15	173	205	87%	Sangat Baik
KIL3	2	12	144	238	89%	Sangat Baik
KIL4	5	21	182	188	85%	Sangat Baik
KIL5	4	30	129	233	87%	Sangat Baik
KIL6	3	48	186	159	82%	Baik
KIL7	2	14	202	178	85%	Sangat Baik

Menurut tabel 4.9 mengenai penilaian kualitas website pada variabel kualitas interaksi layanan, jika pengelola website ingin memperbaiki kualitas websitenya dari segi kualitas interaksi layanan maka pengelola website harus meningkatkan kualitas interaksi layanan pada item pertanyaan 6 yaitu menyediakan fasilitas komunikasi dengan perusahaan. Hal ini dikarenakan pada item kualitas informasi 6, memiliki nilai TCR paling rendah dan hanya memberikan penilaian “baik” saja.

4.2.6.3 Variabel Kemudahan Penggunaan

Didalam model penelitian ini variabel ketiga yang digunakan adalah Kemudahan Penggunaan. Didalam mengukur variabel kemudahan penggunaan digunakan 4 indikator jawaban dengan total 6 item pertanyaan. Hasil penelitian data kuantitatif yang diperoleh dari skala likert ini digunakan untuk mengetahui bagaimana kemudahan penggunaan website IDN Times seperti terangkum dalam tabel 4.10.

Tabel 4.10 Persentase tanggapan pengguna terhadap variabel kualitas kemudahan penggunaan

variabel	STS	ST	S	SS	TCR	Kategori
	1	2	3	4		
KP1	3	7	160	226	88	Sangat Baik
KP2	3	15	127	251	90	Sangat Baik
KP3	3	14	146	233	88	Sangat Baik
KP4	4	18	147	227	88	Sangat Baik
KP5	4	18	161	213	87	Sangat Baik
KP6	3	17	165	211	87	Sangat Baik

Menurut tabel 4.10 mengenai penilaian kualitas website pada variabel kemudahan penggunaan bahwa tidak ada hal yang perlu diperbaiki atau dikembangkan oleh pengelola website dari segi kemudahan penggunaan karena secara keseluruhan hasilnya sudah sangat baik.

4.3 Analisis Uji Instrumen

Uji Validitas Kuesioner

Pada proses pengujian validitas dilakukan dengan jumlah responden sebanyak 396 responden. Pengujian validitas menggunakan uji statistik *pearson* dengan koefisien korelasi kritis diperoleh dari tabel distribusi r dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 5 % maka r-tabel dengan jumlah responden 396 reponden = 0,097. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel. Jika hasil r-hitung lebih besar dari nilai r-tabel, maka variabel tersebut dikatakan valid. Dalam penelitian ini dibantu dengan menggunakan software SPSS 24, hasil uji validitas dapat ditunjukkan dalam Tabel 4.11 :

Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas kuesioner kualitas web terhadap kepuasan pengguna

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Informasi	KI1	0,747	0,097	Valid
	KI2	0,731	0,097	Valid
	KI3	0,516	0,097	Valid
	KI4	0,615	0,097	Valid
	KI5	0,675	0,097	Valid
	KI6	0,624	0,097	Valid
	KI7	0,621	0,097	Valid
Kemudahan Penggunaan	KP1	0,693	0,097	Valid
	KP2	0,719	0,097	Valid
	KP3	0,753	0,097	Valid
	KP4	0,711	0,097	Valid
	KP5	0,750	0,097	Valid
	KP6	0,753	0,097	Valid
Kualitas Interaksi Layanan	KIL1	0,753	0,097	Valid
	KIL2	0,736	0,097	Valid
	KIL3	0,759	0,097	Valid
	KIL4	0,665	0,097	Valid
	KIL5	0,595	0,097	Valid
	KIL6	0,611	0,097	Valid
	KIL7	0,674	0,097	Valid
Kepuasan	KEP1	0,753	0,097	Valid
	KEP2	0,715	0,097	Valid
	KEP3	0,699	0,097	Valid
	KEP4	0,741	0,097	Valid
	KEP5	0,807	0,097	Valid
	KEP6	0,709	0,097	Valid
	KEP7	0,799	0,097	Valid
	KEP8	0,752	0,097	Valid
	KEP9	0,729	0,097	Valid
	KEP10	0,725	0,097	Valid

	KEP11	0,714	0,097	Valid
	KEP12	0,693	0,097	Valid
	KEP13	0,741	0,097	Valid

Berdasarkan pada tabel 4.11 menunjukkan apabila r-hitung lebih besar daripada r-tabel sebesar 0,097 maka dari 33 item semua pernyataan instrumen dinyatakan valid dan bisa dipakai untuk analisis selanjutnya.

Uji Reliabilitas Kesioner

Pengujian ini dilakukan untuk pengujian reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel dan dapat diterima jika memberikan nilai Alpha > 0,6 (Sekaran, 1992). Berdasarkan hasil uji reliabilitas dengan bantuan aplikasi SPSS versi 24 dapat ditunjukkan pada Tabel 4.12 :

Tabel 4. 12 Reliabilitas kuesioner kualitas web terhadap kepuasan pengguna

<i>Usability Reliability Statistics</i>		<i>Interaction Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
0,886	6	0,870	8
<i>Information Reliability Statistics</i>		<i>Satisfaction Reliability Statistics</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items	Cronbach's Alpha	N of Items
0.852	7	0.941	13

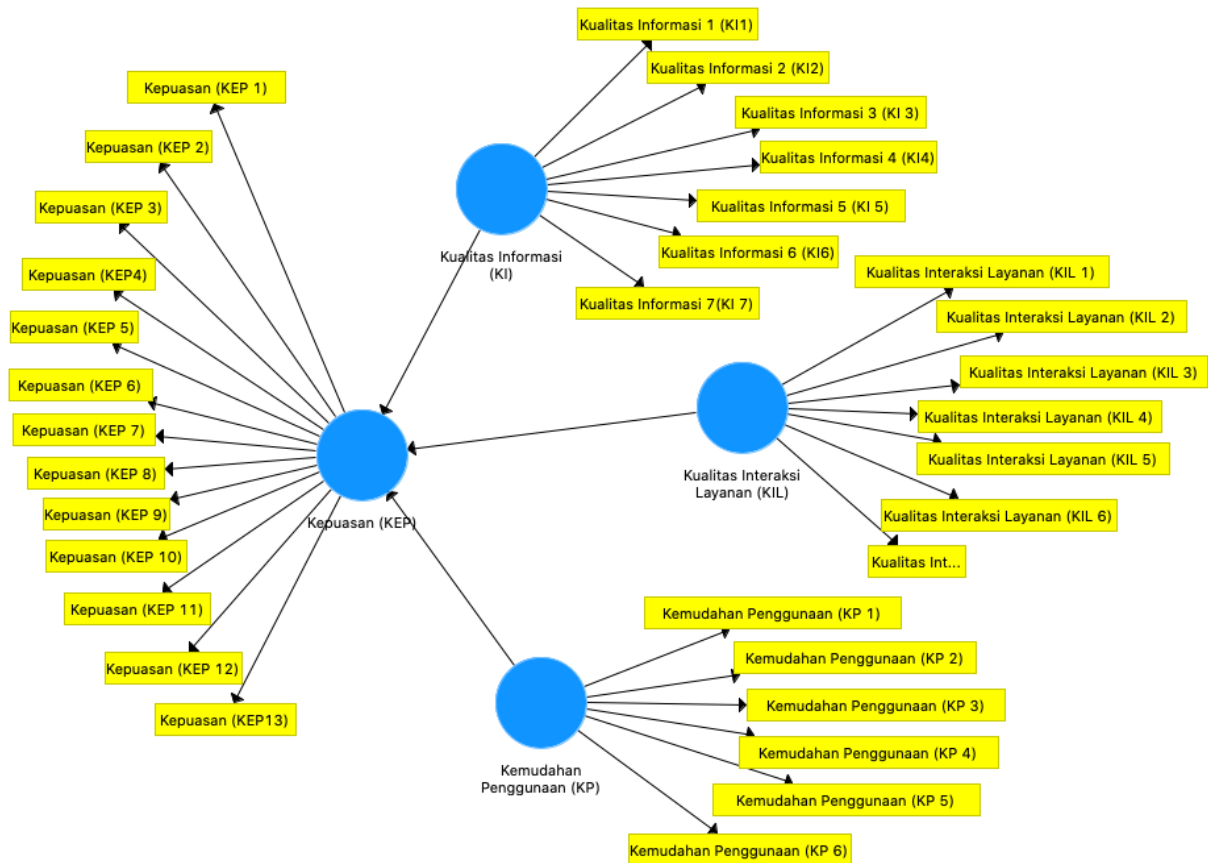
Dari hasil uji pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa data penelitian telah dapat dinyatakan reliabel karena telah memenuhi syarat nilai *cronbach's alpha* yaitu semuanya memiliki nilai alpha lebih dari 0,6. Hal itu menunjukkan bahwa semuanya sudah reliabel, sehingga datanya bisa digunakan untuk analisa yang lainnya.

4.4 Pengolahan Data dengan menggunakan SmartPLS

Pengolahan data pada penelitian ini diolah dengan menggunakan survey kuesioner berbasis skala likert yang telah diisi oleh responden pengguna website IDN

Times yaitu pembaca artikel dan penulis artikel website. Kemudian data kuesioner yang terkumpul dilakukan analisis partial least square (PLS) pada semua kelompok pengguna. Hasil data yang telah diolah berupa *loading factor*, signifikansi masing-masing variabel laten dan bentuk model.

Pada gambar 4.3 menggambarkan model PLS-SEM pada masing-masing variabel yang mewakili webqual terhadap variabel kepuasan pengguna. Pada penelitian ini masing-masing variabel laten memiliki *observed variable* antara lain variabel kualitas kemudahan penggunaan (*usability quality*) yang memiliki 6 *observed variable* yang dinotasikan (KP), variabel kualitas informasi (*information quality*) memiliki 7 *observed variable* yang dinotasikan (KI), variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) memiliki 7 *observed variable* dinotasikan dengan (KIL), dan kepuasan pengguna (*user satisfaction*) memiliki 13 *observed variable* dinotasikan dengan (KEP)



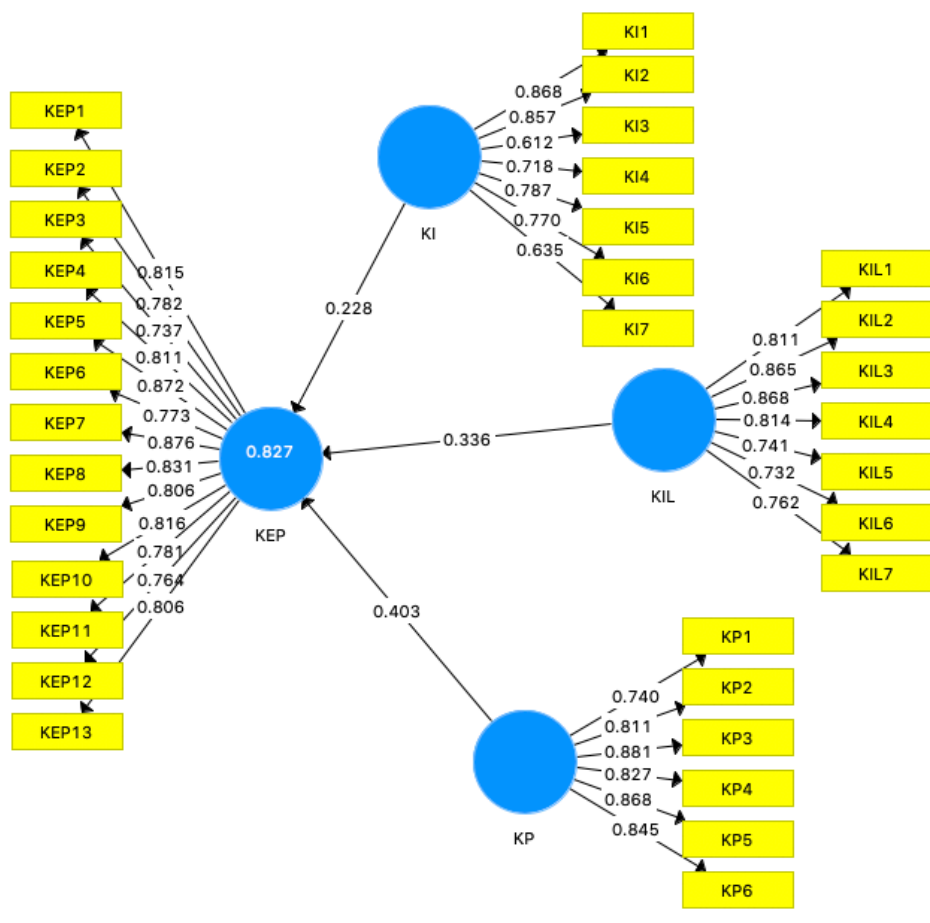
Gambar 4. 3 Model PLS SEM webqual 4.0 terhadap kepuasan pengguna IDN Times

4.5 Analisis Outer Model

Pada tesis ini yang akan dijadikan kriteria penilaian outer model antara lain *convergent validity*, *average variance extracted*, *composite reliability*, *discriminant validity*.

4.5.1 Validitas Konvergen (*Convergen Validity*)

Validitas konvergen digunakan untuk mengetahui validitas setiap hubungan antara indikator dengan konstruk atau variabel latennya. Pada pengujian pertama, dapat dilihat pada gambar 4.4 bahwa berdasarkan hasil kalkulasi dari aplikasi SmartPLS menunjukkan bahwa tidak ada *loading factor* yang memiliki nilai dibawah 0,50. Namun, *loading factor* 0,50 sampai 0,60 masih dapat dipertahankan untuk model tahap pengembangan (Chin, 1998)



Gambar 4. 4 Hasil kalkulasi model SEM webqual 4.0 terhadap kepuasan seluruh pengguna website IDN Times

Tabel 4. 13 Hasil *Outer Loading Factor*

Indikator	Kepuasan	Kualitas Informasi	Kualitas Interaksi Layanan	Kemudahan Penggunaan
KEP1	0.815			
KEP2	0.782			
KEP3	0.737			
KEP4	0.811			
KEP5	0.872			
KEP6	0.773			
KEP7	0.876			
KEP8	0.831			
KEP9	0.806			
KEP10	0.816			
KEP11	0.781			
KEP12	0.764			
KEP13	0.806			
KI1		0.868		
KI2		0.857		
KI3		0.612		
KI4		0.718		
KI5		0.787		
KI6		0.77		
KI7		0.635		
KIL1			0.811	
KIL2			0.865	
KIL3			0.868	
KIL4			0.814	
KIL5			0.741	
KIL6			0.732	

KIL7			0.762	
KP1				0.74
KP2				0.811
KP3				0.881
KP4				0.827
KP5				0.868
KP6				0.845

Berdasarkan pada nilai *outer loading* pada tabel 4.13 dapat dilihat bahwa semua indikator untuk masing-masing konstruk sudah memenuhi *convergent validity*, karena semua nilai loading factor setiap indikator sudah di atas 0,50. Berdasarkan persepsi responden secara keseluruhan indikator yang memiliki kontribusi paling kecil diberikan pada indikator *Information Quality* yang dinotasikan KI yaitu KI3 dan KI7 karena nilai indikatornya masih berada dibawah 0,7. Hal ini berarti website idntimes.com dalam menyediakan informasi artikel/berita yang terbaru saat ini masih kurang dan *website idntimes.com* dalam menyediakan informasi artikel/berita dalam bentuk format masih dirasa kurang

4.5.2 Discriminant Validity

Nilai *discriminant validity* dapat dilihat dari nilai *cross loading* dimana nilai korelasi konstruk dengan indikatornya lebih besar daripada nilai korelasi dengan konstruk yang lainnya. Nilai dari *cross loading* diperoleh dari hasil perhitungan dengan menggunakan teknik PLS algoritma. Dapat dilihat pada tabel 4.14 mengenai hasil perhitungan *cross loading*. Dari hasil perhitungan pada tabel 4.14 disimpulkan bahwa semua konstruk/variabel laten memiliki *discriminant validity* yang baik, dimana indikator pada blok indikator konstruk tersebut lebih baik daripada indikator di blok lainnya.

Tabel 4. 14 Nilai *Cross Loading*

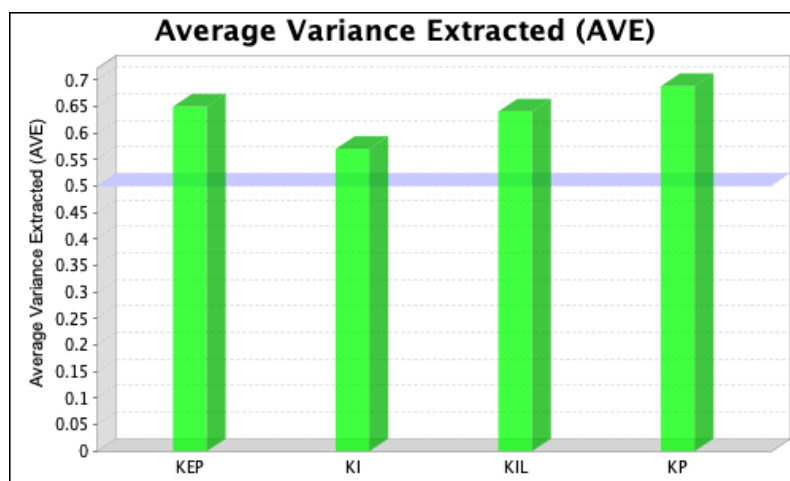
Indikator	Kepuasan	Kualitas Informasi	Kualitas Interaksi Layanan	Kemudahan Penggunaan
KEP1	0.815	0.669	0.697	0.776
KEP2	0.782	0.686	0.717	0.647
KEP3	0.737	0.635	0.678	0.609
KEP4	0.811	0.66	0.71	0.689
KEP5	0.872	0.731	0.732	0.791

KEP6	0.773	0.675	0.604	0.621
KEP7	0.876	0.71	0.701	0.766
KEP8	0.831	0.637	0.682	0.719
KEP9	0.806	0.612	0.689	0.726
KEP10	0.816	0.676	0.691	0.678
KEP11	0.781	0.725	0.685	0.696
KEP12	0.764	0.65	0.678	0.645
KEP13	0.806	0.695	0.68	0.693
KI1	0.74	0.868	0.716	0.723
KI2	0.692	0.857	0.742	0.692
KI3	0.458	0.612	0.476	0.46
KI4	0.496	0.718	0.52	0.485
KI5	0.713	0.787	0.654	0.687
KI6	0.606	0.77	0.606	0.584
KI7	0.636	0.635	0.571	0.644
KIL1	0.746	0.75	0.811	0.736
KIL2	0.704	0.674	0.865	0.684
KIL3	0.747	0.759	0.868	0.731
KIL4	0.653	0.632	0.814	0.614
KIL5	0.583	0.567	0.741	0.573
KIL6	0.622	0.575	0.732	0.581
KIL7	0.705	0.622	0.762	0.644
KP1	0.669	0.617	0.549	0.74
KP2	0.719	0.661	0.572	0.811
KP3	0.75	0.716	0.72	0.881
KP4	0.666	0.69	0.698	0.827
KP5	0.754	0.721	0.735	0.868
KP6	0.747	0.687	0.79	0.845

4.5.3 Average Variance Extracted (AVE)

Nilai AVE menggambarkan besarnya varian atau keragaman variable indikator yang dapat dimiliki oleh konstruk laten. Dengan demikian, semakin besar varian atau keragaman variable indikator yang dapat dikandung oleh konstruk laten, maka semakin besar representasi variable indikator terhadap konstruk latennya. Pada gambar 4.5 dapat dilihat bahwa nilai *average variance extracted* (AVE) pada tiap variabel laten memiliki nilai diatas 0,5. Menurut Ghazali (2014), sebuah indikator dikatakan valid jika memiliki nilai korelasi diatas 0,7. Namun untuk nilai korelasi 0,5 sampai 0,6 masih dapat diterima.

Sehingga berdasarkan hasil pada gambar 4.5 semua variabel memiliki nilai AVE > 0,5. Dapat dikatakan bahwa model yang telah digunakan telah valid dan telah memenuhi syarat validitas.



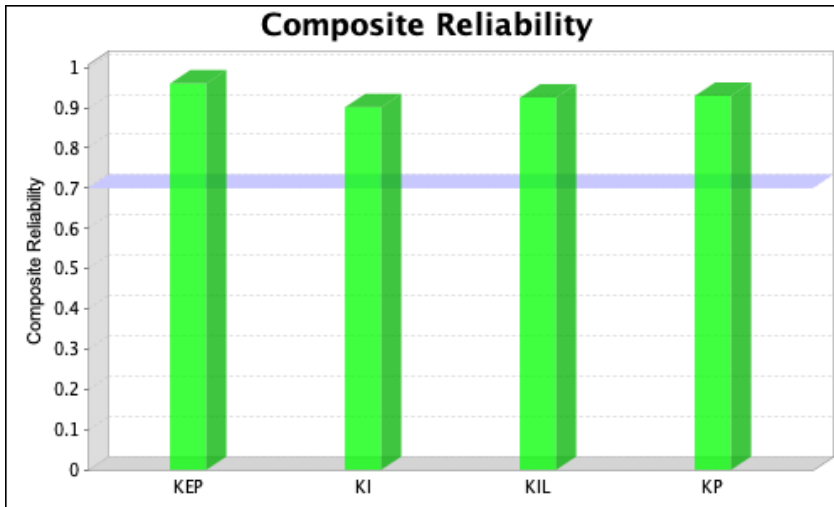
Gambar 4. 5 Nilai Average Variance Extracted

4.5.4 Composite Reliability

Outer model selain mengukur nilai validitas konvergen dan validitas diskriminan juga dapat dilakukan dengan melihat reliabilitas konstruk/variabel laten yang diukur dengan melalui 2 cara yaitu melihat nilai *composite reliability* dan nilai *cronbach alfa*. Konstruk dikatakan reliabel jika nilai *composite reability* dan *cronbach's alfa* lebih besar 0,7 (Latan dan Ghozali, 2012). Hasil *output composite reability* dan *cronbach alfa* dapat dilihat pada tabel 4.15 dan gambar 4.6.

Tabel 4.15 Hasil Nilai *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reability</i>	<i>Cronbach's alfa</i>
Kualitas Informasi	0,902	0,871
Kemudahan dalam Penggunaan (<i>usability</i>)	0,930	0,909
Kualitas Interaksi dan Layanan	0,926	0,906
Kepuasan	0,960	0,955



Gambar 4. 6 Hasil Nilai *Composite Reliability*

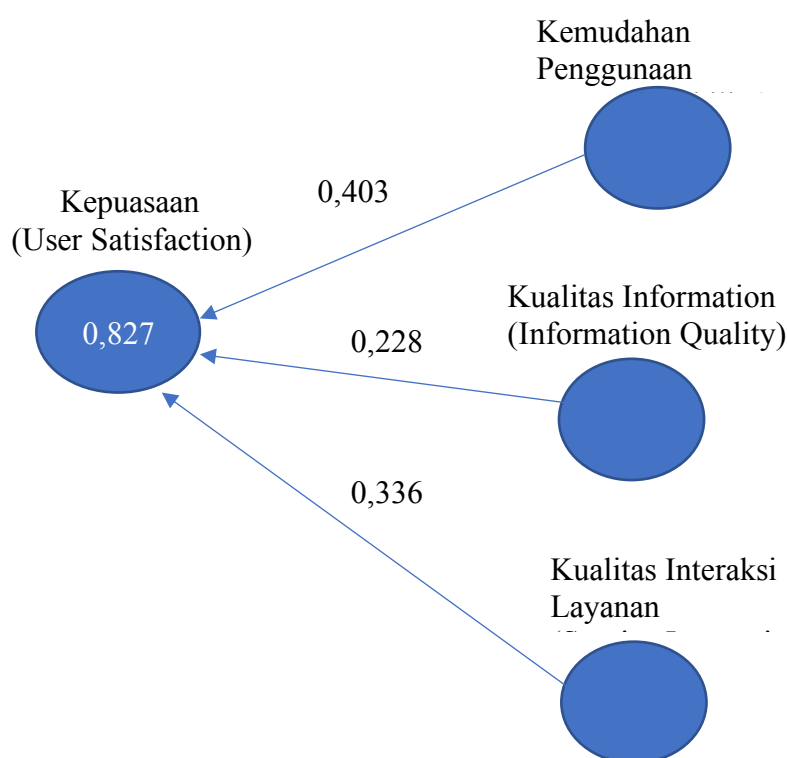
Berdasarkan persepsi responden secara keseluruhan terlihat pada tabel 4.15 nilai *composite reliability* untuk semua variabel atau dimensi sudah memiliki nilai lebih besar sama dengan 0,6. Dengan demikian model pengukuran di variabel tersebut memenuhi *composite reliability*

4.6 Analisis Struktural (Inner Model)

Setelah model yang diestimasi sudah memenuhi *discriminant validity*. Selanjutnya dilakukan pengujian model struktural atau *inner model* digunakan untuk mengetahui hubungan antar konstruk, nilai signifikansi, dan *R-square* (R^2), *Q-square predictive relevance* (Q^2), *q-square effect size* (q^2), *f-square effect size* (f^2), dan *goodness of fit* (GoF) dari sebuah model penelitian. Model struktural dievaluasi dengan menggunakan *R-square* (R^2) untuk variabel dependen dan nilai *path coefficient* untuk variabel independent. Semakin tinggi nilai *r-square* maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang digunakan. Nilai *path coeffisien* menunjukkan tingkat signifikansi pada pengujian hipotesis.

4.6.1 Analisis *R-square* (R^2)

Pengujian struktural model dimulai dengan melihat nilai *R-square* pada variabel laten endogen. Pada penelitian ini variabel endogennya hanya terdapat 1 variabel yaitu variabel kepuasan pengguna. Jika nilai *R-square* yang memiliki hasil 0,67 mengindikasikan bobot yang kuat. Lalu untuk nilai *R-square* yang memiliki 0,33 mengindikasikan bobot sedang dan nilai *R-square* 0,19 mengindikasikan bobot yang lemah. (Widarjono, 2015)



Gambar 4. 7 Koefisien Parameter Variabel

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diinterpretasikan pada gambar 4.7 menunjukkan nilai dari *R-square* pada variabel terikat (kepuasan pengguna) sebesar 0,882 yang dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pengguna website IDN Times secara keseluruhan dipengaruhi oleh variabel lain dalam model sebesar 88,2%. Variabel yang mempengaruhi kepuasan pengguna website IDN Times (*satisfaction*) diantaranya kemudahan penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Sisanya 11,8% faktor lainnya diluar model tersebut.

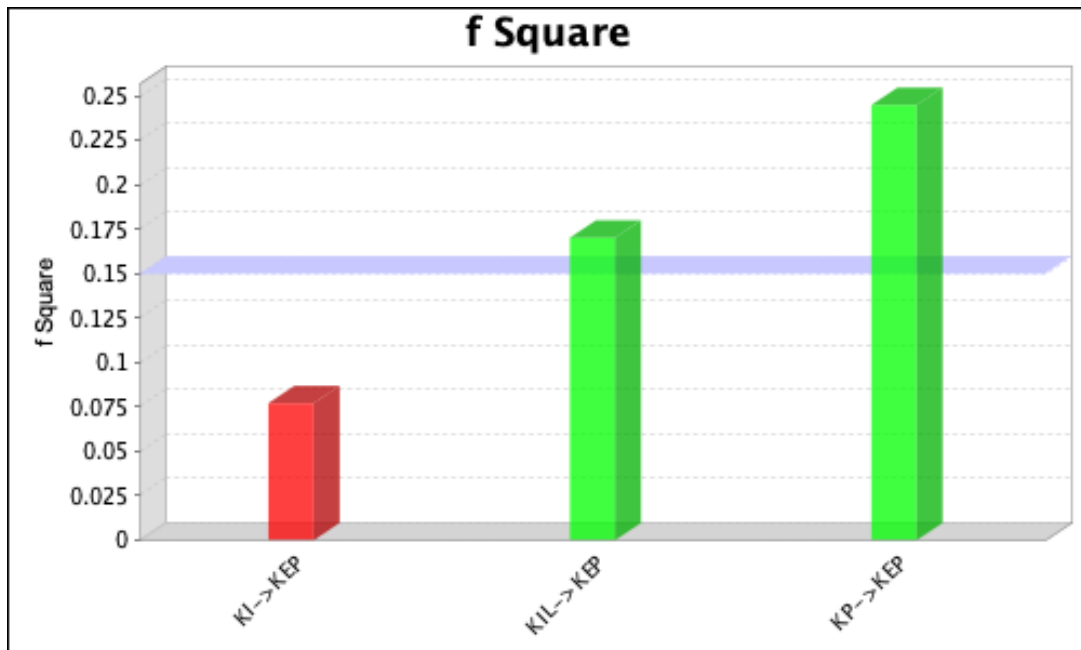
4.6.2 Analisis f-square

Nilai *f-square* digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel prediktor terhadap variabel dependen. (Sarwono, 2015). Ukuran pengaruh f-square dibagi menjadi 3, dijelaskan (sarwono,2015) antara lain:

- a. Nilai *f-square* sebesar 0,02 dikategorikan sebagai pengaruh lemah variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural.
- b. Nilai *f-square* sebesar 0,15 dikategorikan sebagai pengaruh cukup variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural.
- c. Nilai *f-square* sebesar 0,35 dikategorikan sebagai pengaruh kuat variabel laten prediktor (variabel laten eksogenous) pada tataran struktural.

Tabel 4. 16 Hasil analisis f-square

Variabel Eksogen	Variabel Endogen (Kepuasan Pengguna)
Kepuasan Pengguna (<i>User Satisfaction</i>)	
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	0.077
Kualitas Interaksi Layanan (<i>Information Service Quality</i>)	0.170
Kemudahan Penggunaan (<i>usability</i>)	0.245



Gambar 4.8 Hasil Nilai f-square

Pada hasil gambar 4.8 dan tabel 4.16 di atas untuk hasil f-square dapat dilihat bahwa nilai f-square kualitas informasi (*Information Quality*) terhadap kepuasan pengguna adalah 0,077 yang berarti kurang dari 0,15 dan diatas 0,02 yang menunjukkan bahwa memiliki pengaruh cukup lemah variabel laten eksogen pada tataran struktural. Lalu untuk nilai f-square kualitas interaksi layanan (*Information Service Quality*) terhadap kepuasan pengguna adalah 0,170 yang berarti lebih dari 0,15 yang menunjukkan pengaruh cukup variabel laten eksogen pada tataran struktural. Nilai f-square kemudahan penggunaan (*Usability*) terhadap kepuasan pengguna adalah 0,245 yang berarti lebih dari 0,15 yang menunjukkan pengaruh cukup variabel laten eksogen pada tataran struktural.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai *f-square* yang berpengaruh cukup lemah terhadap kepuasan pengguna adalah kualitas informasi dan nilai *f-square* yang berpengaruh cukup terhadap kepuasan pengguna adalah kualitas interaksi layanan, kemudahan penggunaan dan desain web.

4.6.3 Koefisien Jalur (Path Coefficient)

Pengujian *path coefficients* untuk mengetahui signifikansi pengaruh antara variabel laten. Nilai signifikansi dari koefisien parameter dapat diperoleh melalui *bootstrapping (resampling method)* dari proses PLS. *Bootstrapping (resampling method)* adalah sebuah prosedur non parametrik untuk menguji apakah koefisien seperti *outer weights, outer loadings* dan *path coefficients* signifikan dengan memperkirakan standar *error* untuk estimasinya. Kemudian dilakukan pengujian dengan membandingkan nilai koefisien parameter dengan nilai signifikansi *t value* atau nilai *P value* dengan nilai alpha. *Bootstrapping* yang digunakan pada penelitian menggunakan 500 sub sampel dengan tingkat signifikansi (alpha) 0,05.

Bootstrapping adalah salah satu cara *resampling* dengan cara memperbanyak data dari sampel yang ada dan memenuhi kaidah statistika. Dalam penelitian ini digunakan acuan nilai *t tabel* dengan signifikansi (alpha) 0,05 untuk *two-tail* adalah 1,99. *Path Coefficient* dinilai signifikan apabila hasil dari *t-value* lebih besar dari 1,99 atau *p-value* < 0,05. Hasil dari *bootstrapping* pada proses PLS ditunjukkan pada tabel 4.17

Tabel 4. 17 Nilai Signifikan Path

<i>Path</i>	<i>Path Coefficient</i>	T Statistics (O/STDEV)	<i>P Values</i>	Keterangan
Kualitas Informasi -> Kepuasan	0.228	3.505	0	Signifikan
Kualitas Interaksi Layanan -> Kepuasan	0.336	3.389	0.001	Signifikan
Kemudahan Penggunaan-> Kepuasan	0.403	5.17	0	Signifikan

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan SmartPLS diperoleh data seperti pada tabel 4.17 terlihat bahwa kualitas website dengan menggunakan *framework webqual 4.0* yang terdiri dari kemudahan penggunaan (KP), Kualitas Informasi (KI) dan kualitas interaksi layanan (KIL) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer* dan *verified writer*). Hal ini

terlihat dari nilai *t-value* (t-statistik) dari hasil perhitungan SmartPLS memiliki nilai lebih dari 1,99 dan nilai *p-value* lebih kecil dari 0,005

4.7 Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan membandingkan indikator *t-value* dengan nilai t tabel. Hipotesis dinyatakan diterima apabila nilai *t value* lebih besar daripada t tabel, dan hipotesis ditolak jika nilai *t value* lebih kecil dari nilai t-tabel. Selain itu nilai *p-value* juga dapat digunakan untuk menentukan uji hipotesis yaitu jika nilai *p-value* < nilai signifikansi (alpha) 0,05 maka hipotesis diterima, jika nilai *p-value* > nilai signifikansi (alpha) 0,05 maka hipotesis ditolak. Signifikansi pengaruh antara variabel laten dapat dilihat dari nilai koefisien parameter (t-statistik) dan nilai signifikansi *t-value*. Hasil pengujian terhadap hipotesis yang diajukan ditunjukkan pada tabel 4.18

Tabel 4.18 Hasil Pengujian Hipotesis dengan bootstrapping

Hubungan Variabel	Hipotesis	<i>T Statistics</i> (O/STDEV)	<i>P Values</i>	Hasil
Kualitas Informasi -> Kepuasan	H1	3.505	0	Diterima
Kualitas Interaksi Layanan -> Kepuasan	H2	3.389	0.001	Diterima
Kemudahan Penggunaan-> Kepuasan	H3	5.17	0	Diterima

Pada tabel 4.18 dapat disimpulkan bahwa 3 hipotesis yang diajukan pada penelitian ini diterima karena nilai t-statistik kurang dari 1,99. Berarti hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas website dengan menggunakan *framework webqual* 4.0 yang terdiri dari komponen variabel kualitas informasi (KI), kemudahan penggunaan (KP) dan kualitas interaksi layanan (KIL) merupakan faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan seluruh pengguna (*member, community writer dan verified writer*) website IDN Times.

Pada hasil pengujian hipotesis H1 diterima dan hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang mempengaruhi kepuasan seluruh pengguna website IDN Times

(*member, community writer dan verified writer*) dari segi kualitas informasi yaitu informasi yang jelas, *uptodate* (terkini) serta disediakan dengan detail dan terinci.

Hasil pengujian hipotesis H2 diterima dan hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang mempengaruhi kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*) dari segi kualitas interaksi layanan antara lain pengguna merasa aman, terpercaya dengan informasi yang disajikan, merasa nyaman ketika menggunakan situs website, dan merasa diberikan kesempatan untuk memberikan kritik dan saran terhadap situs website

Hasil pengujian H3 diterima dan hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang mempengaruhi kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*) dari segi kemudahan penggunaan situs website antara lain konten situsnya jelas dan mudah dimengerti, website memiliki navigasi / petunjuk arah yang mudah untuk dimengerti dan dipelajari, alamat situs mudah untuk ditemukan serta kemudahan dalam mencari informasi yang ingin dicari

Analisa faktor dari yang paling memberikan pengaruh kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*) hingga yang paling tidak memberikan pengaruh adalah kemudahan penggunaan > kualitas informasi > kualitas interaksi layanan. Hasil dari penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan (Joshua,2008) bahwa dengan menggunakan metode perhitungan statistik yang berbeda yaitu menggunakan t-test dikorelasikan dengan β value memberikan hasil bahwa dimensi usability, dimensi kualitas interaksi layanan dan dimensi kualitas informasi signifikan terhadap kepuasan pengguna akhir. Maka terbukti ada asosiasi positif antara dimensi usability, dimensi kualitas informasi, Kualitas Interaksi Layanan dan kepuasan pengguna.

4.8 Besarnya Pengaruh masing-masing Variabel terhadap Hipotesis

Untuk menghitung besarnya pengaruh pada masing-masing variabel laten terhadap variabel endogen, dapat menggunakan perkalian dari nilai *laten variabel correlation* dengan nilai koefisien path yang sudah didapat dari perhitungan PLS, Pada tabel 4.19 adalah tabel perhitungan dengan menggunakan PLS untuk nilai *latent Variabel correlation* dan nilai *coefficient path*

Tabel 4. 19 Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel	<i>Coefficient Path</i>	<i>Latent Variabel Correlation</i>	Pengaruh
Kualitas Informasi -> Kepuasan	0,228	0,836	19,1 %
Kualitas Interaksi Layanan -> Kepuasan	0,366	0,854	31,3%
Kemudahan Penggunaan-> Kepuasan	0,403	0,866	34,9%
Kualitas Website - > Kepuasan			85.3%

4.8.1 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan

Pada subbab sebelumnya telah dihitung nilai *f-square* dan nilai *t-value* untuk kualitas informasi terhadap kepuasan kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*). Bahwa nilai *f-square* sebesar 0,077 dan nilai *t-value* sebesar 3,50 maka untuk kualitas informasi terhadap kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*), dapat diartikan bahwa variabel kualitas informasi mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan dalam mempengaruhi variabel kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*). Jika melihat nilai koefisien path pada tabel 4.20 didapatkan nilai yang bernilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa jika kualitas informasi meningkat maka kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*) juga akan semakin meningkat.

Tabel 4.20 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel	<i>f-square</i>	<i>t-value</i>	<i>Path Coefficient</i>	Pengaruh
Kualitas Informasi -> Kepuasan	0,077	3,50	0,228	19,1%

Tabel 4.20 terlihat besarnya pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*) sebesar 19,1%. Nilai tersebut mengartikan bahwa kualitas informasi dapat mempengaruhi kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified*

writer) sebesar 19,1%. Sehingga jika pengelola website IDN Times ingin meningkatkan kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*) dari segi kualitas informasi, maka pengelola harus lebih meningkatkan kembali kualitas informasi website.

4.8.2 Pengaruh Kualitas Interaksi Layanan Terhadap Kepuasan

Pada subbab sebelumnya telah dihitung nilai *f-square* dan nilai *t-value* untuk kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*). Bahwa nilai *f-square* sebesar 0,170 dan nilai *t-value* sebesar 3,38 maka untuk kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*), dapat diartikan bahwa variabel kualitas interaksi layanan mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan dalam mempengaruhi variabel kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*). Jika melihat nilai koefisien path pada tabel 4.21 didapatkan nilai yang bernilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa jika kualitas interaksi layanan meningkat maka kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*) juga akan semakin meningkat.

Tabel 4. 21 Pengaruh Kualitas Interaksi Layanan Terhadap Kepuasan

Variabel	<i>f-square</i>	<i>t-value</i>	<i>Path Coefficient</i>	Pengaruh
Kualitas Interaksi Layanan -> Kepuasan	0,170	3,38	0,366	31,3%

4.8.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan

Pada subbab sebelumnya telah dihitung nilai *f-square* dan nilai *t-value* untuk kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*). Bahwa nilai *f-square* sebesar 0,170 dan nilai *t-value* sebesar 3,38 maka untuk kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*), dapat diartikan bahwa variabel kualitas interaksi layanan mempunyai pengaruh yang kuat dan signifikan dalam mempengaruhi variabel kepuasan seluruh pengguna website IDN

Times (*member, community writer dan verified writer*). Jika melihat nilai koefisien path pada tabel 4.22 didapatkan nilai yang bernilai positif, sehingga dapat diartikan bahwa jika kualitas interaksi layanan meningkat maka kepuasan seluruh pengguna website IDN Times (*member, community writer dan verified writer*) juga akan semakin meningkat.

Tabel 4. 22 Pengaruh Kualitas Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Pengguna

Variabel	<i>f-square</i>	<i>t-value</i>	<i>Path Coefficient</i>	Pengaruh
Kualitas Interaksi Layanan -> Kepuasan	0,245	5,17	0,403	34,9%

4.9 Rekomendasi

Setelah dilakukan analisis terhadap tingkat kualitas website IDN Times terhadap kepuasan pengguna, tahap selanjutnya adalah melakukan evaluasi dengan membuat rekomendasi berdasarkan hasil analisa evaluasi website didapatkan dari nilai outer loading yang memiliki nilai < 0,7 karena nilai indikator tersebut dianggap cukup namun perlu pengembangan dan berdasarkan hasil tingkat capaian respon yang mengisi kuesioner terhadap variabel yang diteliti. Hasil dari rekomendasi ini merupakan hal yang menjadi fokus perhatian untuk dilakukan perbaikan atau peningkatan kualitas website berdasarkan pedoman ISO 9241-151 dan HHS Guidelines yang nantinya diharapkan berguna untuk pihak pengelola web sebagai acuan serta mendukung keputusan untuk meningkatkan kualitas websitenya

Hasil rekomendasi yang diperoleh dari ISO 9241-151 dan HHS guideline website IDN Times dapat dilihat pada tabel 4.24.

Tabel 4.23 Rekomendasi hasil evaluasi website IDN Times

Kode	Indikator	Evaluasi	Rekomendasi	Pedoman
KI3	Website idntimes.com menyediakan informasi artikel/berita yang terbaru saat ini	Untuk mencari berita terbaru pengguna harus mencarinya dengan scroll kebawah	<p>Structuring content appropriately</p> <p>Supaya navigasinya mudah, konten harus disusun berdasarkan kebutuhan informasi yang di inginkan pengguna.</p> <p>Limit Homepage Length</p> <p>Semua elemen yang ada pada home harus menarik perhatian pengguna. Sebaiknya semua elemen informasi yang akan disampaikan oleh website ditempatkan bagian atas. Informasi yang tidak bisa terlihat pada layar penuh pertama akan berdampak negatif pada efektifitas situs web. Pengguna yang berusia sudah tua dan pengguna pemula cenderung ketinggalan informasi yang ditempatkan di bawah</p> <p>Solusi:</p> <p>halaman utama website idntimes sebaiknya berita terkini disajikan setelah headline berita dan menghilangkan bagian berita terpopuler, karena isi konten-konten yang disajikan pada berita populer sama dengan berita trending</p>	<p>ISO 9241-7.1.5</p> <p>HHS 5:7</p> <p><i>relative importance</i> 3</p> <p><i>Strength of evidence</i> 2</p>

Tabel 4.24 Rekomendasi hasil evaluasi website IDN Times (Lanjutan 1)

KI7	<p>Website</p> <p>idntimes.com</p> <p>menyediakan informasi konten dalam bentuk format</p>	<p>Format</p> <p>penulisan</p> <p>waktu pada jenis tipe konten yang ada di IDN (artikel dan tanya-jawab) menggunakan format waktu yang berbeda-beda sehingga tidak konsisten</p> <p>Penggunaan Bahasa menu, icon dan tombol yang digunakan di IDN kurang konsisten</p>	<p>Identifying Supported Languages</p> <p>Jika situs web tersedia dalam berbagai bahasa, bahasa yang didukung dan tautan untuk memilihnya harus disajikan dengan jelas. Pengguna akan merasa terbantu jika mereka dapat beralih antar Bahasa. Gunakan bahasa yang biasa dipahami pengguna yang tidak menyangkut Bahasa teknis</p> <p>Solusi:</p> <p>Terdapat beberapa istilah pencampuran Bahasa Indonesia dengan Bahasa Inggris pada pemilihan menu untuk pengguna, pemilihan tombol untuk menulis artikel dan pengaturan seputar akun pengguna website IDN Times. Sebaiknya pengelola website focus pada penggunaan Bahasa Indonesia karena segmentasi penggunanya Indonesia</p>	<p>ISO 9241 - 10.1.3</p> <p>HHS 11:2 relative importance 4</p> <p>Strength of evidence 2</p> <p>HHS 12:3 relative importance 4</p> <p>Strength of evidence 4</p>
-----	--	--	--	--

Tabel 4.25 Rekomendasi hasil evaluasi website IDN Times (Lanjutan 2)

			<p>Format Common Items Consistently</p> <p>Pastikan format item yang yang ditampilkan pada halaman web konsisten dari satu halaman ke halaman lainnya. Contoh: format waktu, nomor telephone, mata uang dan lainnya</p> <p><u>Solusi :</u></p> <p>Penggunaan format dan tata letak waktu yang digunakan pada konten tanya-jawab dan artikel di IDN Times sebaiknya ditampilkan dengan format waktu yang sama dan tata letak yang sama yaitu format waktu tgl bulan tahun jam: menit.</p> <p>Format Lists to Ease Scanning</p> <p>Buat komponen list pada website sehingga mudah discanning pengguna dan dimengerti oleh pengguna. Gunakan label yang bermakna, dengan memanfaatkan warna background, bingkai, dan <i>whitespace</i> sehingga memungkinkan pengguna untuk mengidentifikasi sekumpulan item pada list tersebut</p> <p><u>Solusi 1</u></p> <p>Pada halaman detail artikel di IDN Times bagian “Lanjutkan Membaca Artikel di Bawah” sebaiknya komponen beberapa tartikel yang dibuat dalam bentuk list diberi bingkai/background warna yang kontras untuk membedakan bagian tersebut dengan isi artikel</p>	
--	--	--	---	--

Tabel 4.25 Rekomendasi hasil evaluasi website IDN Times (Lanjutan 3)

KIL6	<p>Website idntimes memberikan fasilitas komunikasi dengan perusahaan</p>	<p>Website IDN Times saat ini sudah menyediakan layanan <i>contact us</i> pada halaman <i>home</i> dan <i>dashboard</i> profil pengguna jika pengguna ingin menyampaikan saran dan kritik. Pada halaman <i>contact us</i> website IDN Times terdiri dari alamat kantor, email kantor dan <i>telephone</i> kantor.</p>	<p>Enabling communication with website owner</p> <p>Sarana berkomunikasi dengan pemilik situs web harus disediakan, misalnya, untuk meminta informasi lebih lanjut atau untuk menyelesaikan masalah.</p> <p>CONTOH E-mail, alamat pos dan nomor telepon, serta orang yang dapat dihubungi, ditunjukkan di situs web perusahaan.</p> <p>Solusi:</p> <p>Menambahkan pilihan <i>contact us</i> berupa form pengisian <i>feedback</i> dari pengguna jika terdapat masalah mengenai website serta menambahkan detail informasi pada halaman <i>contact us</i> berupa pilihan orang/bagian yang bisa dihubungi jika terdapat masalah tertentu mengenai layanan website IDN Times.</p>	ISO 9241-7.2.6
------	---	---	---	----------------

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisis data yang telah dilakukan mengenai kepuasan pengguna website IDN Times terhadap *webqual 4.0* diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel yang diteliti pada *webqual* yaitu kualitas informasi, kualitas interaksi layanan dan kualitas kemudahan penggunaan memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dikarenakan ketiga variabel memiliki nilai T - Statistik $> 1,64$ yaitu *usability* bernilai 3,5, *information quality* bernilai 3,389 dan *service interaction quality* bernilai 5,17. Secara keseluruhan variabel yang diteliti pada *webqual 4.0* mempengaruhi kepuasan pengguna website IDN Times sebesar 88,2% dan pengaruh faktor lain yang tidak diteliti sebesar 12,8%.
2. Berdasarkan hasil kuesioner kepada responden, yaitu pengguna website IDN Times didapatkan beberapa indikator pada *webqual* yang perlu perbaikan karena pada indikator yang diteliti masih memiliki nilai *outer loading* dibawah 0,7 yaitu menyediakan informasi artikel/berita yang terbaru saat ini, menyediakan informasi konten dalam bentuk format dan memberikan fasilitas komunikasi dengan perusahaan. Hasil penilaian ini sejalan dengan analisis kualitas web dengan menggunakan alexa bahwa tingkat *bounce rate* situs web yang tinggi maka yang perlu menjadi perbaikan dan harus diperhatikan adalah konten situsnya.
3. Rekomendasi diberikan untuk pengelola website berdasarkan ISO 9241 dan HHS guide line. Berikut beberapa rekomendasi yang sebaiknya perlu diperbaiki oleh pengelola website:
 - a. Website menyediakan informasi artikel/berita yang terbaru saat ini diberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan ISO 9241- 7.1.5 dan HHS 5:7

- b. Website idntimes.com menyediakan informasi konten dalam bentuk format diberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan ISO 9241 - 10.1.3, HHS 11:2 dan HHS 12:3
- c. Website idntimes memberikan fasilitas komunikasi dengan perusahaan diberikan rekomendasi perbaikan berdasarkan ISO 9241-7.2.6

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, diperoleh beberapa saran untuk peneliti selanjutnya dan kepada pihak pengelola website sebagai berikut.

5.2.1 Saran untuk penelitian selanjutnya

Saran untuk penelitian selanjutnya adalah peneliti dapat menambahkan variabel tambahan yang mempengaruhi faktor lain selain variabel yang saat ini diteliti, yaitu variabel *continuous usage intention* (niat keberlanjutan penggunaan) untuk mengetahui tingkat kepuasan berpengaruh/tidak terhadap *continuous usage intention*.

5.2.1 Saran untuk perusahaan

Berdasarkan hasil yang sudah didapatkan dari penelitian ini, beberapa saran yang dapat diberikan setelah melakukan penelitian ini untuk perusahaan antara lain:

1. Perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas informasi yang disajikan pada website seperti selalu update konten artikel yang terbaru supaya mudah ditemukan dan dapat tersampaikan untuk pengguna yang membaca artikel beritanya dengan cepat, pengelola harus memiliki lebih banyak waktu luang untuk selalu melakukan pengecekan artikel dari penulis yang masih pending supaya kumpulan artikel dari penulis segera terbit dan artikel yang diperoleh pengelola semakin *up to date*. Sehingga dengan pengelola memperhatikan dan mengutamakan kualitas informasi yang tersedia di website dapat meningkatkan kepuasan pengguna website.
2. Selain memperhatikan kualitas informasi, perusahaan juga harus memperhatikan tingkat kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*). Untuk meningkatkan kualitas interaksi layanan, pengelola dapat meningkatkan interaksi dengan pengguna websitenya dengan beberapa cara antara lain: selalu aktif

menjawab *e-mail*/layanan *talk to us* yang masuk baik kepada redaksi atau teknikal website. Jika terdapat pengguna yang menanyakan perihal layanan website, harus segera terjawab dalam waktu yang tidak terlalu lama minimal 24 jam sejak *e-mail*/pesan masuk *talk to us* diterima. Ini adalah salah satu cara untuk menciptakan interaksi yang baik dengan pengguna. Selain itu informasi *contact us* yang tercantum di website harus jelas perihal orang/bagian yang bisa dihubungi jika terdapat masalah tertentu mengenai layanan website IDN Times.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin. (2012). Reliabilitas dan Validitas. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Arikunto, S. (2010). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bailey, James E., dan Sammy W. Pearson. (1983). "Development of a Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction", *Management Sciences*, vol. 29 (5), hal. 530-545
- Barnes, S., dan Vidgen, R. (2000). Association for Information Systems AIS Electronic Library (AISeL) WebQual: An Exploration of Website Quality Recommended
- Barnes, S. J., dan Vidgen, R. (2001). An evaluation of cyber-bookshops: The WebQual method. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(1), 11–30.
- Bekavac, I., dan Garbin, D. (2015). Web analytics tools and web metrics tools: An overview and comparative analysis. *Croatian Operational Research Review*, 6(2), 373–386
- Bevan, N. (2005). Guidelines and Standards for Web Usability. *Proceedings of HCI International*, 407–419.
- Chin, W. W. (1998). The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling. *Modern Methods for Business Research*
- Doll, W. J., dan Torkzadeh, G. (1988). The Measurement of End-User Computing Satisfaction End-User Satisfaction. *MIS Quarterly*, 12(2), 259–274.
- Doll W.J., Torkzadeh, G. dan Weidong, Xia. (1994). A Confirmatory Factor Analysis of the End-User Computing Satisfaction Instrument. *MIS Quarterly*
- Eleanor T. Loiacono, Richard T. Watson, D. L. G. (2002). WebQual: A measure of website quality. *Marketing Theory and Applications*, 13(3), 432–438. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2005000200011>
- Fishbein, M. dan Ajzen, I. (1975) *Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research*. Addison-Weskey.
- Garg, M. (2016). *Analytics For Content Based Sites – A Comparative Study*. 5(6), 2261–2264.
- Ghozali, Imam. (2014). Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS). Edisi 4. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Examples, Q., Interface, U., Description, S., User, I., It, S., Briefing, Q., Brief, S., Give, T. P., Quis, A., After, Q., Globalsubscale, C., Scores, Q., & Required, E. (2018). *Questionnaire for User Interface Satisfaction. 1988*, 1–2.
- Fornell, C., dan Wernerfelt, B. (1987). Defensive Marketing Strategy by Customer Complaint Management. *Journal of Marketing Research*. 24.337-346
- Ives, B., Olson, M. H., dan Baroudi, J. J. (1983). The measurement of user information satisfaction. *Communications of the ACM*, 26(10), 785–793.
- J. Nielsen. (2008). "Reduce Bounce Rate" , Tersedia di <https://www.nngroup.com/articles/reduce-bounce-rates/>, diakses 2 Februari 2020.
- J. Nielsen. (2008). "Related Content Pageviews", Tersedia di <https://www.nngroup.com/articles/related-content-pageviews/> , diakses 12 Februari 2020.
- J. Nielsen. (2010). "Website response times " , Tersedia di <https://www.nngroup.com/articles/website-response-times/>, diakses 1 Maret 2020
- Kim, S., dan Stoel, L. (2004). Dimensional hierarchy of retail website quality. *Information & Management*, 41(5), 619–633.
- King, A. B. (2008). Conversion Rate Optimization. In *Website Optimization*. <https://doi.org/http://proquestcombo.safaribooksonline.com.ezproxy.uws.edu.au/book/web-development/9780596515089?bookview=overview>
- Laja, P. (2015). 39 Factors: Website Credibility Checklist. Retrieved from conversionxl: <http://conversionxl.com/website-credibility-checklist-factors/>
- Leavitt, M. O. (2006). *Research-based web design & usability guidelines* (Vol. 2009, Issue July 12). <http://www.usability.gov/pdfs/guidelines.html>
- Liang, C., dan Chen, H. (2009). A study of the impacts of website quality on customer relationship performance. *Total Quality Management & Business Excellence* , 20 (9), 971-988
- Lin, H. F. (2007). The impact of website quality dimensions on customer satisfaction in the B2C E-commerce context. *Total Quality Management and Business Excellence*, 18(4), 363–378.
- M. R. Afsah, M. Adri, and A. Hadi, “Hubungan Efektifitas Psb Sma Online Dan Kinerja Website Terhadap Kepuasan User Diwilayah Dinas Pendidikan Kota Padang,” *J. Vokasional Tek. Elektron. Inform.*, vol. 3, no. 1, 2015

- Michael Reil. (2017) ." Nielsen: Pembaca Media Digital Sudah Lampau Media Cetak", Tersedia di: <https://katadata.co.id/berita/2017/12/07/nielsen-pembaca-media-digital-sudah-lampau-media-cetak>
- Petter, S., DeLone, W., & McLean, E. (2008). Measuring information systems success: Models, dimensions, measures, and interrelationships. *European Journal of Information Systems*, 17(3), 236–263. <https://doi.org/10.1057/ejis.2008.15>
- Prasetyo, Yudho & Siahaan, D. O., (2012). Rekomendasi Peningkatan Kualitas Website Berdasarkan ISO 9241-151 dan HHS Guidelines (Studi Kasus pada Program Studi Magister Manajemen Teknologi ITS Surabaya). Institut Teknologi Sepuluh Nopember, Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi XVI. Surabaya 14 Juli 2012. Indonesia.
- Risyandi, O., dan Zuliestiana, D. A. (2017). Pengaruh Kualitas Website Traveloka Terhadap Kepuasan Pengguna. *E-Proceeding of Management*, 4(3), 2244–2251.
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.CV
- Sekaran, U., dan Bougie, R. (2016). Reserach Methods for Bussiness A Skill-Bulding Approach, 1–447.
- Tarigan, Josua. (2008). User Satisfaction Using WebQual Intrument: A Research on Stock Exchangeof Thailand. Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra. Surabaya. Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol 10(1)
- Tawfeq, J. F., Rahma, A. M., dan Ahmed, E. (2012). Detecting a Broken Link in a Web Site. *Al-Mansour Journal Issue*, 2012(18), 1–17
- Zeithaml, VA, Parasuraman, A and Berry LL, "Delivering Quality Service Balancing Customer Perceptions and Expectations", The Free Press, New York, 1990

LAMPIRAN 1. KUESIONER

Kuesioner Survei Kepuasan Pengguna situs web idntimes.com

Kuesioner ini disusun sebagai pendukung penyusunan tesis "Analisa Kepuasan Pengguna Website Portal Berita Idn Times Menggunakan Metode Webqual 4.0", oleh:

NRP : 9211850053011
Nama : Pratiwi Susanti
Jurusan : Manajemen Teknologi Informasi
Program Pascasarjana : Magister Manajemen Teknologi – ITS

Data responden yang diberikan bersifat “**RAHASIA**” dan tidak akan disebarluaskan untuk publik. Hasil survei ini akan disajikan dalam bentuk ringkasan analisis yang digunakan untuk penelitian thesis ini. Peneliti tidak akan mencantumkan data nama-nama responden yang berpartisipasi pada buku penelitian ini. Data responden yang diberikan digunakan untuk bukti dan pengkelompokan, contohnya: pengelompokan usia, aktivitas yang dikerjakan, pekerjaan dan lama pemakaian *smartphone* per hari.

Data Responden

1. Nama :
2. Email :
3. Pekerjaan :
4. Jenis Kelamin :
5. Usia
 17-25 tahun 26-33 tahun 34-41 tahun
 42-49 tahun >49 tahun
6. Rata-rata lama pemakaian *smartphone* per hari
 < 1 jam. 2-5 jam 6-10 jam >10 jam
7. Rata-rata mengunjungi website IDN Times per minggu
 1 kali 2 kali 3 kali > 3 kali
8. Kegiatan yang dilakukan anda pada saat mengunjungi web IDN Times

- Membaca Artikel Menulis Artikel pada Community
- Membaca dan Menulis Artikel Community
9. Jika, aktivitas Membaca Artikel. Berapa artikel yang di baca dalam seminggu ?
- 1-3 kali artikel seminggu
- lebih dari 5 kali artikel dalam seminggu
- >10 artikel dalam seminggu
10. Jika menulis Artikel Community IDN Times. Berapa artikel yang sudah pernah di tulis pada community IDN Times ?
- 1-5 artikel
- 6-10 artikel
- 10 - 20 artikel
- >20 artikel
11. Dalam 1 kali mengunjungi website ini, berapa banyak waktu yang anda habiskan untuk menjelajahi web tersebut ?
- ≤ 5 menit. 6 – 10 menit
- 11 – 15 menit 16 – 20 menit ≥ 20 menit

B. Panduan Pengisian

Untuk menjawab pertanyaan / pernyataan dalam kuesioner ini, anda cukup memberi tanda silang (X) pada kolom pilihan jawaban yang dimaksud. Adapun pilihan tersebut diantaranya STS, TS, S, dan SS. Berikut keterangan tentang pilihan jawaban tersebut:

- STS : Sangat tidak setuju TS : Tidak Setuju
- CS : Cukup Setuju
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

Situs IDN Times bertujuan untuk menyampaikan informasi artikel berita secara online, menulis artikel berita dan narasi secara online dan mengikuti challenge menulis artikel.

No	Pertanyaan/Pernyataan	STS	CS	S	SS
IQ	Kualitas Informasi (IDN Times)				
1	Websitesite idntimes.com menyediakan informasi artikel/berita yang akurat				
2	Websitesite idntimes.com menyediakan informasi artikel/berita yang terpercaya				
3	Websitesite idntimes.com menyediakan informasi artikel/berita yang terbaru saat ini				
4	Websitesite idntimes.com menyediakan informasi artikel/berita yang relevan				
5	Websitesite idntimes.com menyediakan informasi artikel/berita yang mudah dipahami				
6	Websitesite idntimes.com menyediakan informasi artikel/berita yang lengkap dan terperinci (detail)				
7	Websitesite idntimes.com menyediakan informasi artikel/berita dalam bentuk format				
UI	Kemudahan Penggunaan (Pembaca Artikel)				
1.	Sebagai pembaca artikel/berita website idntimes saya dapat dengan mudah mempelajari penggunaannya				
2.	Sebagai pembaca ketika berinteraksi dengan website, saya merasa website jelas dan mudah dipahami				
3.	Sebagai pembaca artikel/berita website idntimes saya merasa mudah dalam bernavigasi/petunjuk arah yang mudah dimengerti				

4.	Website IDN Times memiliki tampilan yang menarik				
5.	Desain website IDN Times sudah sesuai dengan tipe websitenya				
6.	Website IDN Times memberikan saya pengalaman yang positif ketika berinteraksi				
	Kemudahan Penggunaan (Penulis Artikel dari Community IDN Times)				
1.	Sebagai penulis community artikel/berita website idntimes, saya dapat dengan mudah mempelajari penggunaan community IDN Times				
2.	Sebagai penulis community ketika berinteraksi dengan website community, saya merasa website untuk community menulis artikel jelas dan mudah dipahami				
3	Sebagai penulis community website idntimes saya merasa mudah dalam bernavigasi/petunjuk arah yang mudah dimengerti				
4	Sebagai penulis community ketika berinteraksi dengan website community, memberikan saya pengalaman yang positif ketika berinteraksi				
SIQ	Kualitas Interaksi Layanan				
1.	website idntimes memiliki reputasi yang baik				
2	Saya merasa aman terhadap informasi pribadi yang tersimpan pada website				
3	Saya merasa aman untuk melakukan transaksi redeem point artikel pada website				
4	Pengguna merasa aman saat membagikan link informasi idntimes.com pada sosial media				
5	Website idntimes memberikan fasilitas personalisasi artikel untuk pengguna				
6	Website idntimes memberikan fasilitas komunikasi antar anggota pengguna komunitas				
7	Website idntimes memberikan fasilitas komunikasi dengan perusahaan				
8	Saya yakin bahwa pelayanan yang diberikan oleh website idntimes berjalan baik dan optimal				

EUCS	Kepuasan Pengguna (Pembaca website berita/article IDN Times)				
1.	Saya merasa layanan/fitur pada website mudah digunakan ?				
2	Saya dapat dengan mudah untuk melakukan sign up (pendaftaran) akun				
3	Saya dapat dengan mudah untuk melakukan sign in (masuk) sebagai akun yang terdaftar				
4	Saya merasa dimudahkan untuk melakukan <i>sign up</i> dan <i>sign in</i> menggunakan sosial media yang dimiliki				
5	Saya merasa layanan/fitur yang disediakan oleh website sudah memberikan informasi yang tepat dengan yang saya butuhkan				
6	Saya merasa isi informasi yang disajikan pada website sudah memenuhi kebutuhan saya				
7	Saya merasa layanan/fitur yang disediakan oleh website memberikan informasi yang cukup				
8	Sangat mudah untuk menemukan informasi yang saya butuhkan				
9	Saya senang dengan tata letak output layanan/fitur pada website				
10	Saya merasa output yang diberikan pada layanan/fitur pada website sudah relevan				
11	website selalu memberikan informasi terbaru				
12	website ini memiliki semua fungsi dan kemampuan yang saya harapkan				
13	Secara keseluruhan, saya puas dengan website ini				
EUCS	Kepuasan Pengguna (Penulis berita/article community idntimes)				
1	Saya dapat secara efektif menyelesaikan pekerjaan saya sebagai penulis artikel community idntimes				
2	Informasi yang disediakan oleh website community mudah dimengerti				
3	Saya merasa layanan/fitur pada community sudah menyediakan laporan yang sudah sesuai dengan apa yang saya butuhkan				
4	Saya merasa output yang diberikan pada layanan/fitur pada website dapat diandalkan				

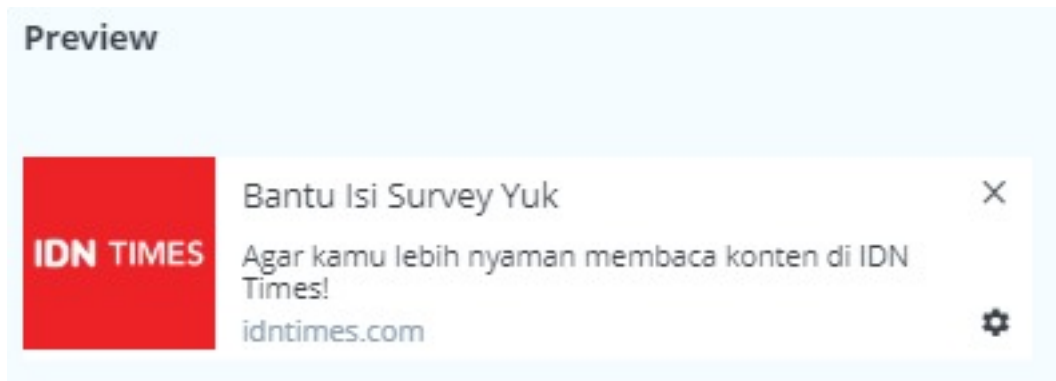
Apakah anda pernah terlibat pada kegiatan challenge menulis di IDN Times ?
 Ya Tidak

Apakah anda pernah menukarkan poin pada komunitas menulis di IDN Times?
 Ya Tidak

Berikan saran yang anda harapkan mengenai kegiatan challenge pada IDN Times?
.....
.....
.....
.....

Lampiran 2. Proses Penyebaran Kuesioner

Tampilan penyebaran kuesioner melalui *push notification* web mobile pada web browser desktop dan mobile



Tampilan penyebaran kuesioner melalui whatsapp grup komunitas IDN Times

