



**SEMNAS INOTEK**  
SEMINAR NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI  
PROSIDING SEMINAR NASIONAL INOVASI TEKNOLOGI 2017

**“EKSPLORASI RISET INOVASI TEKNOLOGI  
MENYONGSONG GELOMBANG  
KREATIVITAS”**

KEDIRI, 22 FEBRUARI 2017

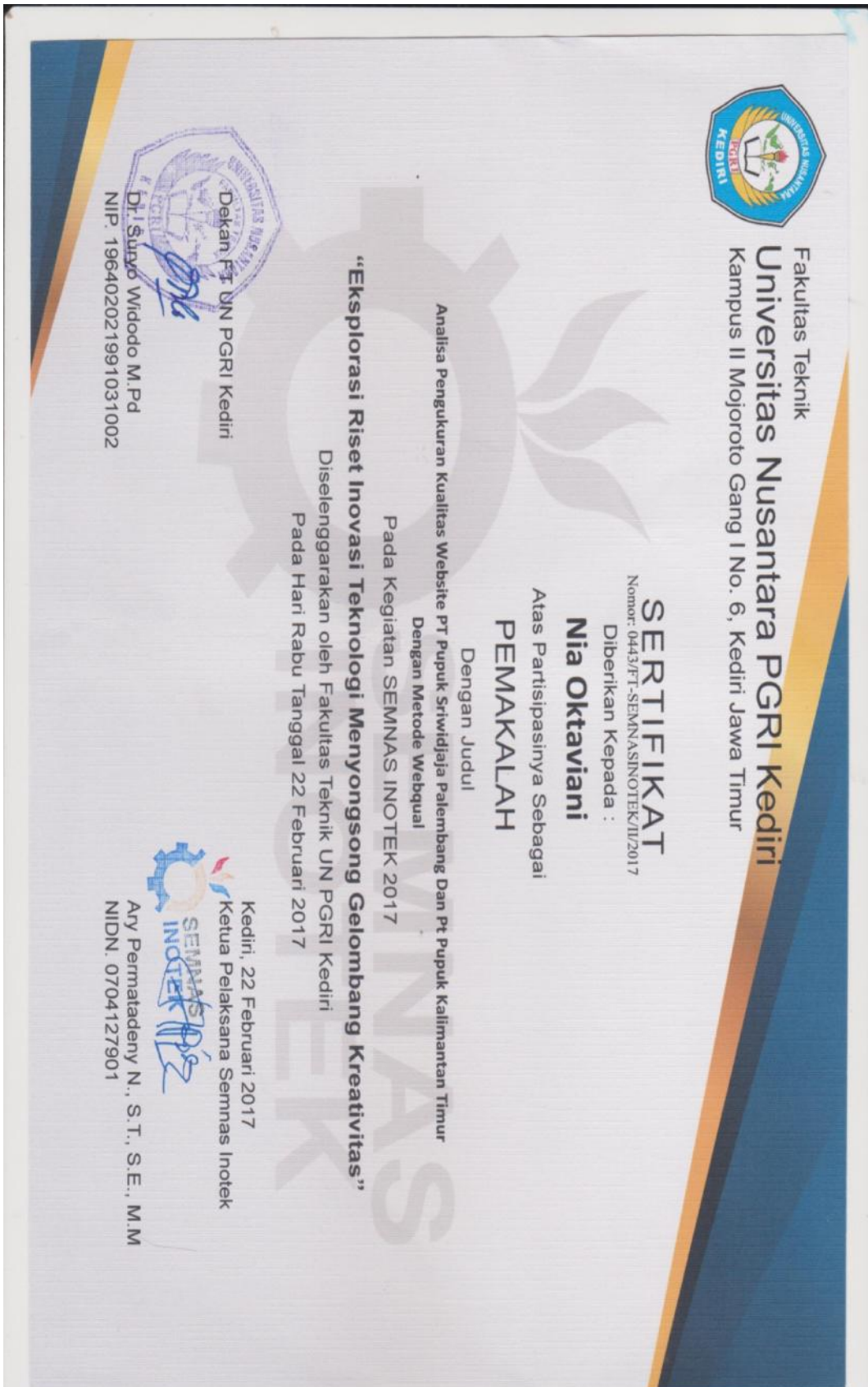


ISSN:



**INSPIRING  
UNIVERSITY**

**Penyelenggara**  
FAKULTAS TEKNIK - Universitas Nusantara PGRI Kediri  
Kampus 2, Mojoroto Gg. 1 No. 6 Kota Kediri  
Telp. (0354) 771576  
<http://unpkediri.ac.id>



## **ANALISA PENGUKURAN KUALITAS WEBSITE PT PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG DAN PT PUPUK KALIMANTAN TIMUR DENGAN METODE WEBQUAL**

**Nia Oktaviani**

Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma Palembang  
E-mail: [niaoktaviani@binadarma.ac.id](mailto:niaoktaviani@binadarma.ac.id),

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap pengukuran kualitas layanan website PT Pupuk Sriwidjaja Palembang ([www.pusri.co.id](http://www.pusri.co.id)) dengan website PT Pupuk Kalimantan Timur ([www.pupukkaltim.com](http://www.pupukkaltim.com)) dengan tujuan untuk mengetahui item-item pada dimensi yang mana dari Webqual yang berkontribusi paling besar dalam pengukuran kualitas website perusahaan PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang dan PT. Pupuk Kalimantan Timur. Adapun dimensi-dimensi pada Webqual tersebut adalah kemudahan pengguna (Usability), kualitas informasi (Information Quality), dan kualitas interaksi (Interaction Quality). Dalam proses analisis digunakan tahapan penarikan sampel terhadap beberapa responden yang selanjutnya dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, dan penilaian dengan skala Likert. Hasil pengukuran menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pengunjung website PT Pusri Palembang lebih tinggi dibandingkan dengan pengunjung website PT Pupuk Kaltim.

**Kata Kunci** — Webqual, Validitas, Reliabilitas, Skala Likert

**Abstract** – This study aimed to analyze the quality of service measurement website PT Pupuk Sriwidjaja Palembang ([www.pusri.co.id](http://www.pusri.co.id)) with website PT Pupuk Kalimantan Timur ([www.pupukkaltim.com](http://www.pupukkaltim.com)) in order to determine the items on the dimensions of which of WebQual contributed the most in the measurement of the quality of the company's website PT. Sriwidjaja fertilizer Palembang and PT. Pupuk Kalimantan Timur. The dimensions on the WebQual is ease of use (Usability), the quality of information (Information

Quality), and the quality of interaction (Interaction Quality). In the process of analysis used phases of sampling to some respondents who then performed the validity, reliability, and assessment with the Likert scale. The measurement results show that the level of satisfaction of website visitors PT Pusri Palembang higher than website visitors PT Pupuk Kaltim.

**Keywords** — Webqual, Validitas, Reliabilitas, Skala Likert

### 1. PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan dalam berbagai informasi yang ada di setiap perusahaan telah menjadi kebutuhan yang sangat penting. Hal ini berdampak terhadap tingkat kepuasan pelanggan. PT. Pupuk Sriwidjaja Palembang (lebih dikenal dengan PT. Pusri Palembang) dan PT. Pupuk Kalimantan Timur (lebih dikenal dengan PT. Pupuk Kaltim) merupakan perusahaan pupuk terbesar di Indonesia yang diorganisasikan oleh PT. Pupuk Indonesia.

Pada dasarnya user akan menggunakan layanan website untuk mencari informasi yang cepat dan mudah diperoleh. User akan merasa terpuaskan jika layanan website yang dibuka tersebut sesuai dengan persepsi tentang mutu layanan informasi yang saat ini dirasakan. Pemanfaatan dan kegunaan website dilihat dari seberapa baik fungsi dan seberapa efektif pengguna dapat bernavigasi merupakan salah satu faktor kunci kualitas layanan website.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perbandingan kualitas antara website PT. Pusri Palembang ([www.pusri.co.id](http://www.pusri.co.id)) dan website PT. Pupuk Kaltim ([www.pupukkaltim.com](http://www.pupukkaltim.com)) dengan menggunakan metode *Webqual* dari persepsi pengguna.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana hubungan antara dimensi-dimensi dalam *Webqual* dengan tingkat kualitas antara *website* PT. Pusri Palembang dan *website* PT. Pupuk Kaltim;
2. Dimensi yang manakah dari dimensi-dimensi dalam *Webqual* tersebut yang berkontribusi lebih besar dengan tingkat kualitas antara *website* PT. Pusri Palembang dan *website* PT. Pupuk Kaltim dibandingkan dengan dimensi-dimensi yang lain;
3. Berdasarkan hubungan yang diperoleh antara dimensi-dimensi dalam *Webqual* dengan tingkat kualitas *website* tindakan apa yang harus dilakukan manajemen guna meningkatkan kualitas *website* perusahaan.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Melakukan evaluasi terhadap kualitas *website* perusahaan PT. Pusri Palembang dan PT. Pupuk Kaltim;
2. Mengetahui item-item pada dimensi yang mana dari *Webqual* yang berkontribusi paling besar dalam pengukuran kualitas *website* perusahaan PT. Pusri Palembang dan PT. Pupuk Kaltim;
3. Memberikan saran atau rekomendasi berdasarkan hasil pengukuran kualitas *website* tentang tindakan apa yang harus diambil manajemen guna meningkatkan kualitas *website* perusahaan.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1 Pengukuran

Menurut Taufiq dkk. (Universitas Bina Darma) tujuan evaluasi adalah untuk menentukan kualitas sesuatu, terutama yang berkenaan dengan “nilai dan arti” [1].

1. Pemberian nilai dilakukan apabila seorang evaluator memberikan pertimbangannya mengenai evaluasi tanpa menghubungkannya dengan sesuatu yang bersifat dari luar. Jadi, pertimbangan yang diberikan sepenuhnya berdasarkan apa evaluasi itu sendiri.
2. Arti, berhubungan dengan posisi dan peranan evaluasi dalam suatu konteks tertentu.

Dalam proses evaluasi harus ada pemberian pertimbangan (*judgement*) yang merupakan konsep dasar dari evaluasi. Melalui pertimbangan inilah ditentukan nilai dan arti/makna dari sesuatu yang dievaluasi. Pemberian pertimbangan tentang nilai dan arti haruslah berdasarkan kriteria tertentu. Tanpa kriteria yang jelas, pertimbangan nilai dan arti yang diberikan bukanlah suatu proses yang dapat diklasifikasikan sebagai evaluasi.

### 2.2 Kualitas

Menurut Goetsh dan Davis (1994) yang dikutip oleh Arief (2007) menjelaskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan [2]. Definisi lain menurut Philip Kotler yang dikutip oleh Arief (2007), kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat [3]. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas adalah suatu kondisi dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan kebutuhan manusia.

### 2.3 Website

Website adalah alamat atau lokasi di dalam internet suatu halaman web, umumnya membuat dokumen HTML dan dapat berisi sejumlah foto atau gambar grafis, musik, teks bahkan gambar yang bergerak. Dengan menggunakan teknologi tersebut, informasi dapat diakses selama 24 jam dalam satu hari dan dikelola oleh mesin. (Pardosi, 2002:2) [4].

### 2.4 Kualitas Website

Menurut Hyejeong dan Niehm (2009:222), mengungkapkan bahwa para peneliti terdahulu membagi dimensi kualitas *website* menjadi lima yaitu informasi, keamanan, kemudahan, kenyamanan, dan kualitas pelayanan [5].

Menurut Rayport dan Jaworski (2001, p.151) Terdapat *7C Framework* untuk perancangan *Customer Interface* serta *Map of 7C Framework*, *7C Framework* tersebut terdiri dari, yaitu [6]:

1. *Context* (konteks)
2. *Content* (konten)
3. *Community* (komunitas)

4. *Customization* (penyesuaian)
5. *Communication* (komunikasi)
6. *Connection* (koneksi)
7. *Commerce* (perdagangan)

## 2.5 Webqual

Menurut Sanjaya (2012:2), *Webqual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir [7]. Metode ini merupakan pengembangan dari SERVQUAL yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Konsep ini telah dikembangkan sejak tahun 1998. *Webqual* 4.0 terdapat pertanyaan yang mencakup tiga area (dimensi) kualitas, yaitu : (1) *Usability* adalah mutu yang berhubungan dengan rancangan situs, (2) *Information Quality* adalah mutu dari isi yang terdapat pada situs, pantas tidaknya informasi untuk tujuan pengguna seperti akurasi, format dan keterkaitannya, (3) *Interaction Quality* adalah mutu dari interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki situs.

*Webqual* 4.0 disusun berdasarkan penelitian tiga area (dimensi) kualitas sebagaimana termuat dalam tabel di bawah ini.

Tabel 2.1 Dimensi Kemudahan Pengguna  
(*Usability*)

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

Sumber : <http://webqual.co.uk.instrument.htm>  
(terjemahan)

Tabel 2.2 Dimensi Kualitas Informasi  
(*Information Quality*)

No.	Deskripsi Indikator
1	<i>Website</i> menyediakan informasi yang akurat
2	<i>Website</i> memberikan informasi dipercaya

3	<i>Website</i> menyediakan informasi yang tepat waktu
4	<i>Website</i> menyediakan informasi yang relevan
5	<i>Website</i> menyediakan kemudahan untuk memahami informasi
6	<i>Website</i> memberikan informasi pada tingkat yang tepat detail
7	<i>Website</i> menyajikan informasi dalam format yang sesuai

Sumber : <http://webqual.co.uk.instrument.htm>  
(terjemahan)

Tabel 2.3 Dimensi Kualitas Interaksi  
(*Interaction Quality*)

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

Sumber : <http://webqual.co.uk.instrument.htm>  
(terjemahan)

## 2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

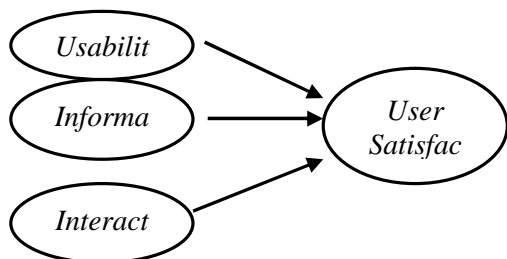
Menurut Sugiyono (2004:109), instrumen yang valid berarti instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid [8]. Menurut Sugiyono (2011:172), reliabilitas instrumen adalah kejituan atau ketepatan instrumen pengukur [9]. Teknik perhitungan koefisien realibilitas ini menggunakan koefisien realibilitas *Alpha Cronbach*.

## 3. METODE PENELITIAN

### 3.1 Metode Webqual

Menurut teori *Webqual*, terdapat tiga area (dimensi) yang mewakili kualitas suatu *website*, yaitu *usability* (kegunaan), *information quality* (kualitas informasi), dan *interaction quality*

(kualitas interaksi) sebagaimana diilustrasikan dalam gambar 3.1 di bawah ini.



Gambar 3.1 Hubungan antara Dimensi *Webqual*

Persepsi pengguna tentang suatu informasi yang baik adalah sebuah sistem dimana pengguna merasa puas dengan kualitas dari *website*. Kualitas ini termuat dalam tiga area (dimensi) dari *Webqual* versi 4.0. Berdasarkan model konseptual, penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut :

- H1 : terdapat hubungan positif antara kegunaan dan kepuasan pengguna
- H2 : terdapat hubungan positif antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna
- H3 : terdapat hubungan positif antara kualitas interaksi dan kepuasan pengguna

### 3.2 Skala Pengukuran Variabel

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah empat poin skala Likert. Pengguna akan diminta untuk menilai *website* untuk kualitas masing-masing dengan menggunakan skala mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 4 (sangat setuju). Skala sengaja dibuat genap untuk menghindari kecenderungan responden yang bersikap netral.

Tabel 3.1 Penilaian Skala Likert

Singkatan	Keterangan	Skor
STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
S	Setuju	3
SS	Sangat Setuju	4

Dari tabel di atas, skala penilaian Likert untuk menentukan rentang skala Likert menggunakan rumus yaitu :

Keterangan :

RS = Rentang Skala

m = angka tertinggi dalam pengukuran

n = angka terendah dalam pengukuran

b = banyaknya kelas / kategori yang dibentuk

Tabel 3.2 Rentang Skala Likert

Rentang Nilai	Keterangan
1 s.d. 1,75	Sangat Tidak Setuju
1,75 s.d. 2,5	Tidak Setuju
2,5 s.d. 3.25	Setuju
3,25 s.d. 4	Sangat Setuju

Skala Likert merupakan teknik *self report* bagi pengukuran sikap dimana subjek diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan. Skala Likert adalah salah satu teknik pengukuran sikap yang paling sering digunakan dalam riset pemasaran. Dalam pembuatan skala Likert, periset membuat beberapa pernyataan yang berhubungan dengan suatu isu atau objek, lalu subjek atau responden diminta untuk mengindikasikan tingkat kesetujuan mereka terhadap masing-masing pernyataan.

### 3.3 Langkah-Langkah Pengukuran

Menurut Satria (2010:3), terdapat beberapa langkah untuk melaksanakan pengukuran kualitas *website* menggunakan *Webqual* yaitu [10]:

1. Menentukan variabel dan dimensi yang akan diukur.
2. Membuat dan menyebarkan kuesioner
3. Mengolah data kuesioner
4. Menganalisis data hasil pengolahan kuesioner
5. Pemilihan skala pengukuran

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Uji Validitas

Setelah memperoleh data sebagai bahan analisis, sebelumnya dilakukan terlebih dahulu uji validitas terhadap butir-butir pertanyaan kuesioner yang diberikan kepada sampel responden. Metode uji validitas dilakukan untuk memperoleh hasil apakah pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang dibagikan kepada responden telah valid sebagai pertanyaan dan dimengerti maksud dan tujuannya oleh responden. Pada uji validitas ini, rumus yang digunakan adalah Bivariate Pearson (Korelasi Pearson Product Moment) dengan menggunakan alat bantu Microsoft Excel.

Dari hasil uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan rumus Bivariate Pearson, didapatkan nilai korelasi (r hitung) hasil butir-butir pertanyaan kuesioner dengan skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel yang dicari pada taraf signifikansi 5%

dengan  $df = N-2$ . N adalah jumlah responden yang mengisi kuesioner.

$$df = N-2$$

$$df = 5-2$$

$$df = 3$$

Dari hasil perhitungan di atas, dimana hasil  $df$  yang diperoleh adalah 3 dapat dilihat pada tabel nilai-nilai  $r$  (tabel korelasi  $r$  Pearson) didapat hasil  $r$  tabel dengan signifikansi 5% yaitu sebesar 0,997. Apabila nilai  $r$  hasil analisis kurang dari  $r$  tabel, maka disimpulkan bahwa item-item tersebut tidak berkorelasi signifikan dengan skor total (dinyatakan tidak valid) dan harus dikeluarkan atau diperbaiki. Dari hasil  $r$  hitung yang telah dilakukan dan  $r$  tabel yang telah diperoleh, maka dapat dilakukan penilaian apakah butir-butir pertanyaan yang ada pada kuesioner tersebut telah valid atau masih ada yang perlu diperbaiki bahkan dikeluarkan.

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Tahap Pertama untuk *Website* PT Pusri Palembang

Skor Jawaban	Nilai Korelasi (r hitung)	r analisis	r tabel	Signifikansi
1	0.570	1.201	0.997	Valid
2	0.754	1.990	0.997	Valid
3	0.632	1.412	0.997	Valid
4	0.754	1.990	0.997	Valid
5	0.941	4.802	0.997	Valid
6	0.632	4.802	0.997	Valid
7	0.768	1.412	0.997	Valid
8	0.273	2.075	0.997	Valid
9	0.273	0.492	0.997	Tidak Valid
10	0.793	2.253	0.997	Valid
11	-0.607	-1.323	0.997	Tidak Valid
12	0.592	1.272	0.997	Valid
13	0.545	1.126	0.997	Valid
14	0.754	1.990	0.997	Valid
15	0.501	1.002	0.997	Valid
16	0.501	1.002	0.997	Valid

17	0.501	1.002	0.997	Valid
18	0.912	3.841	0.997	Valid
19	0.607	1.323	0.997	Valid
20	-0.197	-0.348	0.997	Tidak Valid
21	0.197	0.348	0.997	Tidak Valid
22	0.720	1.795	0.997	Valid

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Tahap Pertama untuk *Website* PT Pupuk Kaltim

Skor Jawaban	Nilai Korelasi (r hitung)	r analisis	r tabel	Signifikansi
1	0.161	0.283	0.997	Tidak Valid
2	0.825	2.528	0.997	Valid
3	0.825	2.528	0.997	Valid
4	0.522	1.059	0.997	Valid
5	0.522	1.059	0.997	Valid
6	0.235	0.419	0.997	Tidak Valid
7	0.521	1.057	0.997	Valid
8	0.886	3.304	0.997	Valid
9	0.521	1.057	0.997	Valid
10	0.522	1.059	0.997	Valid
11	0.783	2.178	0.997	Valid
12	0.521	1.057	0.997	Valid
13	0.719	1.793	0.997	Valid
14	0.460	0.896	0.997	Tidak Valid
15	0.522	1.059	0.997	Valid
16	0.746	1.938	0.997	Valid
17	-0.302	-0.549	0.997	Tidak Valid
18	0.825	2.528	0.997	Valid
19	0.825	2.528	0.997	Valid

20	0.542	1.118	0.997	Tidak Valid
21	0.522	1.059	0.997	Tidak Valid
22	0.783	2.178	0.997	Valid

Dapat dilihat pada tabel 4.1 dimana telah dilakukan uji validitas yang pertama untuk *website* PT Pusri Palembang dengan jumlah pertanyaan pada kuesioner sebanyak 22 (dua puluh dua) kepada 5 orang responden. Di dapatkan hasil bahwa terdapat 18 (delapan belas) pertanyaan yang valid, sedangkan 4 sisanya dinyatakan tidak valid berdasarkan perhitungan. Adapun nomor pertanyaan yang tidak valid tersebut adalah 9, 11, 20, dan 21.

Sedangkan pada tabel 4.2, hasil uji validitas untuk *website* PT Pupuk Kaltim sama dengan PT Pusri Palembang. Terdapat 4 pertanyaan yang tidak valid hanya beda nomornya saja yaitu nomor 1, 6, 14, dan 17.

Dari hasil pengujian untuk kedua *website* tersebut, diketahui bahwa dari 22 pertanyaan ada 4 pertanyaan yang tidak valid. Ini berarti bahwa harus dilakukan uji validitas tahap kedua dengan cara menguji kembali setiap butir pertanyaan yang valid setelah butir pertanyaan tersebut dibuang. Hasil pengujian tahap kedua dapat dilihat pada tabel 4.3 dan 4.4 di bawah ini dan terlihat bahwa :

1. 18 (delapan belas) butir pertanyaan yang diuji sudah valid, sehingga uji validitas dihentikan.
2. Hasil pengujian tahap kedua, menunjukkan bahwa ada peningkatan koefisien validitas untuk 18 (delapan belas) pertanyaan.

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Tahap Kedua untuk *Website* PT Pusri Palembang

Skor Jawaban	Nilai Korelasi (r hitung)	r analisis	r tabel	Signifikansi
1	0.594	1.280	0.997	Valid
2	0.739	1.901	0.997	Valid
3	0.594	1.280	0.997	Valid
4	0.778	2.145	0.997	Valid

5	0.946	5.060	0.997	Valid
6	0.946	5.060	0.997	Valid
7	0.594	1.280	0.997	Valid
8	0.736	1.886	0.997	Valid
9	0.772	2.107	0.997	Valid
10	0.622	1.377	0.997	Valid
11	0.594	1.280	0.997	Valid
12	0.739	1.901	0.997	Valid
13	0.509	1.025	0.997	Valid
14	0.509	1.025	0.997	Valid
15	0.509	1.025	0.997	Valid
16	0.921	4.082	0.997	Valid
17	0.594	1.280	0.997	Valid
18	0.736	1.886	0.997	Valid

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Tahap Kedua untuk *Website* PT Pupuk Kaltim

Skor Jawaban	Nilai Korelasi (r hitung)	r analisis	r tabel	Signifikansi
1	0.726	1.829	0.997	Valid
2	0.726	1.829	0.997	Valid
3	0.631	1.410	0.997	Valid
4	0.631	1.410	0.997	Valid
5	0.635	1.425	0.997	Valid
6	0.902	3.623	0.997	Valid
7	0.635	1.425	0.997	Valid
8	0.631	1.410	0.997	Valid
9	0.732	1.860	0.997	Valid
10	0.499	0.998	0.997	Valid
11	0.644	1.459	0.997	Valid
12	0.631	1.410	0.997	Valid
13	0.639	1.437	0.997	Valid
14	0.726	1.829	0.997	Valid



15	0.862	2.948	0.997	Valid
16	0.669	1.522	0.997	Valid
17	0.631	1.410	0.997	Valid
18	0.732	1.860	0.997	Valid

#### 4.2 Hasil Uji Realibilitas

Setelah mendapatkan data butir-butir pertanyaan kuesioner yang telah valid berdasarkan uji validitas sebelumnya, tahap selanjutnya adalah melakukan uji reliabilitas yang bertujuan untuk mengetahui tingkat kekonsistensian angket yang digunakan oleh peneliti sehingga angket tersebut dapat diandalkan. Dalam tahap uji validasi ini butir-butir pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner dan telah dinyatakan valid dilakukan uji validasi dengan menggunakan rumus Bivariate Pearson.

Selanjutnya dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik belah dua (awal akhir) dengan tabel uji validitas tahap kedua. Hasil uji realibilitas dapat dilihat pada tabel 4.5 untuk *website* PT Pusri Palembang dan tabel 4.6 untuk *website* PT Pupuk Kaltim.

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas untuk *Website* PT Pusri Palembang

Total	Awal	Akhir
59	30	29
62	32	30
62	34	28
66	34	32
46	24	22
Nilai Korelasi (r hitung)	0.883	
Reliabilitas	0.938	
Kriteria	Tidak Reliabel	
Kategori	Sangat Tinggi	

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas untuk *Website* PT Pupuk Kaltim

Total	Awal	Akhir
51	27	24
43	22	21
62	31	31
57	30	27
46	25	21
Nilai Korelasi (r hitung)	0.925	
Reliabilitas	0.961	
Kriteria	Tidak Reliabel	
Kategori	Sangat Tinggi	

51	27	24
43	22	21
62	31	31
57	30	27
46	25	21
Nilai Korelasi (r hitung)	0.925	
Reliabilitas	0.961	
Kriteria	Tidak Reliabel	
Kategori	Sangat Tinggi	

Dapat dilihat pada tabel, pada kolom awal dan akhir dihitung korelasinya dengan menggunakan rumus Bivariate Pearson sehingga didapatkan hasil nilai korelasi (r hitung) sebesar 0.883 untuk PT Pusri Palembang dan 0.925 untuk PT Pupuk Kaltim. Selanjutnya dilakukan pengujian untuk menghitung reliabilitas dengan cara memasukkan nilai korelasi tersebut ke dalam rumus Spearman Brown sebagai berikut

$$Reliabilitas = \frac{2r}{(1+r)}$$

Sehingga didapatkan hasil reliabilitas sebesar 0.938 untuk PT Pusri Palembang dan 0.961 untuk PT Pupuk Kaltim. Setelah itu dibandingkan dengan nilai r tabel dengan nilai  $df=3$  ( $N=5$ ) dengan signifikansi 5% yaitu sebesar 0.997.

Disimpulkan bahwa hasil realibilitas yang didapatkan untuk kedua *website* tersebut < r tabel. Artinya butir-butir pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat dikatakan tidak reliabel (tidak dipercaya) sebagai alat pengumpul data dalam penelitian walaupun kategori yang didapatkan pada saat uji reliabilitas tersebut sangat tinggi.

#### 4.3 Skala Penilaian Likert

Dari hasil penghitungan interval rentang skala Likert pada tabel 3.5, dibuat tabel perhitungan tingkat kepuasan responden terhadap kualitas layanan *website* dengan skala Likert seperti pada tabel 3.4.

Skor : jumlah total dari masing-masing variable

Rata-rata : skor penilaian  

$$\frac{[(1*STS)+(2*TS)+(3*S)+(4*S)]}{S}$$
 dibagi dengan jumlah responden

Di bawah ini merupakan tabel 4.7 untuk hasil uji skala Likert pada *website* PT Pusri Palembang dan tabel 4.8 untuk hasil uji skala Likert pada *website* PT Pupuk Kaltim.

Tabel 4.7 Hasil Uji Skala Likert untuk *Website* PT Pusri Palembang

NO	VARIABEL YANG DIUKUR	SKOR JAWABAN				RATA-RATA	INTERPRETASI								
		STS	TS	S	SS										
													informasi yang tepat waktu	Setuju	
													12 Website menyediakan informasi yang relevan	Setuju	
													13 Website menyediakan kemudahan untuk memahami informasi	Sangat Setuju	
													14 Website memberikan informasi pada tingkat yang tepat detail	Setuju	
													Website menyajikan informasi dalam format yang sesuai	Setuju	
<b>DIMENSI INTERACTION QUALITY</b>															
<b>DIMENSI USABILITY</b>															
1	Pengguna merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian <i>website</i>	0	0	3	2	3.40	Sangat Setuju	16	Website memiliki reputasi yang baik	0	0	4	1	3.20	Setuju
								17	Pengguna merasa aman untuk melakukan transaksi	0	0	4	1	3.20	Setuju
2	Interaksi antara <i>website</i> dengan pengguna jelas dan mudah dipahami	0	1	2	2	3.20	Setuju	18	Pengguna merasa aman terhadap informasi pribadinya	0	1	3	1	3.00	Setuju
3	Pengguna merasa mudah untuk bernavigasi dalam <i>website</i>	0	0	3	2	3.40	Sangat Setuju	19	Website memberi ruang untuk personalisasi	0	2	3	0	2.60	Setuju
								20	Website memberikan ruang untuk komunitas	1	0	4	0	2.60	Setuju
4	Pengguna merasa <i>website</i> mudah untuk digunakan	0	1	2	2	3.20	Setuju	21	Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi	0	0	4	1	3.20	Setuju
5	<i>Website</i> memiliki tampilan yang menarik	0	0	1	4	3.80	Sangat Setuju	22	Pengguna merasa yakin bahwa barang atau jasa akan dikirim sebagaimana yang telah dijanjikan	0	1	3	1	3.00	Setuju
6	Desain sesuai dengan jenis <i>website</i>	0	0	1	4	3.80	Sangat Setuju								
7	<i>Website</i> mengandung kompetensi	0	0	3	2	3.40	Sangat Setuju								

Tabel 4.8 Hasil Uji Skala Likert untuk *Website* PT Pupuk Kaltim

NO	VARIABEL YANG DIUKUR	SKOR JAWABAN				RATA-RATA	INTERPRETASI								
		STS	TS	S	SS										
<b>DIMENSI INFORMATION QUALITY</b>															
9	Website menyediakan informasi yang akurat	0	0	4	1	3.20	Setuju								
10	Website memberikan informasi dipercaya	0	0	2	3	3.60	Sangat Setuju								
<b>DIMENSI USABILITY</b>															
11	Website menyediakan	0	0	3	2	3.40	Sangat								

1	Pengguna merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian <i>website</i>	0	1	2	2	3.20	Setuju	reputasi yang baik							Setuju
							17	Pengguna merasa aman untuk melakukan transaksi	0	1	4	0	2.80		Setuju
2	Interaksi antara <i>website</i> dengan pengguna jelas dan mudah dipahami	0	1	4	0	2.80	Setuju	Pengguna merasa aman terhadap informasi pribadinya	0	2	2	1	2.80		Setuju
3	Pengguna merasa mudah untuk bernavigasi dalam <i>website</i>	0	1	4	0	2.80	Setuju	<i>Website</i> memberi ruang untuk personalisasi	1	3	1	0	2.00		Tidak Setuju
							20	<i>Website</i> memberikan ruang untuk komunitas	1	1	3	0	2.40		Tidak Setuju
4	Pengguna merasa <i>website</i> mudah untuk digunakan	0	1	4	0	2.80	Setuju	<i>Website</i> memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi	0	1	4	0	2.80		Setuju
5	<i>Website</i> memiliki tampilan yang menarik	0	1	4	0	2.80	Setuju								
6	Desain sesuai dengan jenis <i>website</i>	0	1	2	2	3.20	Setuju	Pengguna merasa yakin bahwa barang atau jasa akan dikirim sebagaimana yang telah dijanjikan	0	0	4	1	3.20		Setuju
7	<i>Website</i> mengandung kompetensi	0	1	3	1	3.00	Setuju								
8	<i>Website</i> menciptakan pengalaman positif bagi pengguna	0	0	3	2	3.40	Sangat Setuju								
<b>DIMENSI INFORMATION QUALITY</b>								<b>5. KESIMPULAN DAN SARAN</b>							
								5.1 Kesimpulan							
								Berdasarkan analisa dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengukuran kualitas <i>website</i> PT Pusri Palembang dan PT Pupuk Kaltim dengan metode <i>Webqual</i> , disimpulkan bahwa :							
9	<i>Website</i> menyediakan informasi yang akurat	0	1	3	1	3.00	Setuju	1. Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengunjung terhadap kualitas <i>website</i> pada PT Pusri Palembang dan PT Pupuk Kaltim adalah dimensi <i>Usability</i> , <i>Information Quality</i> , dan <i>Interaction Quality</i> .							
10	<i>Website</i> memberikan informasi dipercaya	0	1	4	0	2.80	Setuju	2. Dari hasil penilaian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa rata-rata pengguna <i>website</i> PT Pusri Palembang merasa setuju dan puas dengan fasilitas, menu, dan isi yang ada di dalam <i>website</i> tersebut baik dari nilai keseluruhan responden maupun setiap variabel penelitian.							
11	<i>Website</i> menyediakan informasi yang tepat waktu	0	0	4	1	3.20	Setuju	3. Sedangkan hasil penilaian untuk <i>website</i> PT Pupuk Kaltim, diperoleh hasil bahwa rata-rata pengguna merasa setuju dan puas dengan <i>website</i> tersebut, tetapi perlu diperhatikan lagi terhadap variabel yang tidak disetujui oleh responden.							
12	<i>Website</i> menyediakan informasi yang relevan	0	1	4	0	2.80	Setuju	Tingkat kepuasan pengunjung <i>website</i> PT Pusri Palembang lebih tinggi dibandingkan							
13	<i>Website</i> menyediakan kemudahan untuk memahami informasi	0	2	2	1	2.80	Setuju								
14	<i>Website</i> memberikan informasi pada tingkat yang tepat detail	0	2	3	0	2.60	Setuju								
15	<i>Website</i> menyajikan informasi dalam format yang sesuai	0	1	4	0	2.80	Setuju								
<b>DIMENSI INTERACTION QUALITY</b>															
16	<i>Website</i> memiliki	1	1	3	0	2.40	Tidak								

dengan pengunjung *website* PT Pupuk Kaltim.

Informatika Badan Litbang SDM,  
Kemkominfo RI.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, terdapat beberapa saran yang dapat kami berikan kepada pengelola *website* PT Pusri Palembang dan PT Pupuk Kaltim yang menjadi objek dalam penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Hasil yang ada dari penilaian penggunaan *website* ini dapat dijadikan sebagai *feedback* bahan evaluasi pengembangan dan perbaikan terhadap *website* agar dapat lebih mengakomodir keinginan dan sesuai dengan harapan pengguna *website*.
2. Agar dapat dilanjutkan kembali analisa kepuasan ini untuk membandingkan kembali hasil kepuasan tahun ini dengan tahun-tahun yang akan datang, seiring dengan perubahan yang akan dilakukan oleh pengelola *website* sehingga kualitas *website* PT Pusri Palembang dan PT Pupuk Kaltim bisa terus ditingkatkan.

[8] Sugiyono, 2004, Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta

[9] Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta

[10] Satria. 2010. *Analisis Situs Pemerintah Daerah Kaitannya Dengan Pelayanan Publik*. Tesis. Universitas Gunadarma, Jakarta.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Taufiq, Andayali, dkk. Pengukuran Website Service Quality Pada Dinas Pekerjaan Umum Bina Marga Dan Pengolahan SDA Kota Palembang. Jurnal. Universitas Bina Darma.
- [2] Arief, Mts. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Bayumedia Publishing.
- [3] Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2009. *Marketing Management* (13<sup>th</sup> Edition). Prentice Hall International.
- [4] Pardosi, Mico. 2002. *Merancang Website dengan Microsoft FrontPage XP*. Surabaya: CV Dua Selaras.
- [5] Hyejeong, Kim and Linda S.Niehm. 2009. The Impact of Website Quality On Information Quality, Value, and Loyalty Intentions In Appare Retailing. Journal Of Interactive Marketing.
- [6] Rayport, Jeffery F dan Jaworski, Bernard J. 2001. *Cases In E-Commerce*. McGraw-Hill
- [7] Sanjaya, I. 2012. *Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian Kominfo dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Sumber Daya dan Perangkat Pos dan

