

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA KOMPUTER
PALCOMTECH**

PRAKTIK KERJA LAPANGAN

**PENGUKURAN *USER SATISFACTION*
TERHADAP *WEBSITE* PT. ETOS INDONESIA**



Diajukan oleh :

**MUHAMMAD FAJRI RAMDHANI
021150068**

**Diajukan Sebagai Syarat Menyelesaikan Mata Kuliah Praktik Kerja
Lapangan dan Syarat Penyusunan Skripsi**

PALEMBANG

2019

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi informasi menurut Abdul Kadir (2014) istilah teknologi informasi (Information Technology atau IT) mulai populer di akhir dekade 70-an. Pada masa sebelumnya, istilah teknologi komputer atau pengolahan data elektronik atau PDE (Electronic Data Processing atau EDP) lebih dikenal.

Menurut Yuhefizar dalam Prayitno dan Safitri (2015:2) *website* adalah keseluruhan halaman – halaman web yang terdapat dari sebuah domain yang mengandung informasi. Perkembangan teknologi saat ini membuat berbagai perusahaan besar menggunakan *website* sebagai media informasi salah satunya PT. Etos Indonusa.

PT. Etos Indonusa merupakan perusahaan jasa pengendalian hama yang berada di Kota Palembang. PT. Etos Indonusa telah menggunakan *website* sebagai media informasi guna kepentingan pihak dalam maupun pihak luar perusahaan seperti calon pelanggan baru atau institusi lain sebagai sumber referensi. *Website* PT. Etos Indonusa ini memiliki alamat link <https://www.etos.co.id>. *Web* ini dilengkapi dengan berbagai fitur yang terdiri dari menu beranda yang merupakan halaman utama, menu tentang kami yang isinya penjabaran tentang perusahaan, menu layanan yang meliputi jenis – jenis layanan yang dikerjakan oleh perusahaan, menu

berita yang isinya mengenai tips yang bermanfaat, menu promo untuk memberitahu kepada pelanggan mengenai promo tertentu, menu karir yang merupakan informasi mengenai tugas – tugas karyawan perusahaan, menu kontak yang merupakan informasi kontak perusahaan yang dapat dihubungi, dan menu *member login* yang merupakan halaman *login* karyawan. Hasil wawancara dari Ibu Nabila Asri selaku Admin PT. Etos Indonusa Palembang bahwa *website* ini belum pernah dilakukan pengukuran terhadap kepuasan penggunanya.

Pengukuran ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pengguna terhadap *website* PT. Etos Indonusa dengan menerapkan metode *user satisfaction* menurut Green and Pearson menggunakan beberapa kriteria seperti *ease of use*, *customization*, *download delay*, dan *content*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti memutuskan mengangkat judul Praktik Kerja Lapangan (PKL) “**Pengukuran *User Satisfaction* terhadap *Website* PT. Etos Indonusa**”.

1.2 Ruang Lingkup

Agar tidak terjadi masalah pada topik yang dibuat, maka penelitian ini akan di ukur tingkat kepuasan bagi penggunanya menggunakan metode *user satisfaction* Green & Pearson pada *website* PT. Etos Indonusa. Metode ini memiliki kriteria sebagai berikut :

a. Metode

Metode pengukuran kepuasan pengguna terhadap *website* PT. Etos Indonusa menggunakan metode *user satisfaction* Green & Pearson dengan 4 kriteria yaitu: *ease of use*, *customization*, *download delay*, dan *content*.

b. Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang berkerjasama dengan PT. Etos Indonusa berjumlah 50 pelanggan dan mengakses informasi melalui *website* PT. Etos Indonusa.

c. Pengolahan Data

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS versi 17, dan Microsoft Office Excel 2007.

d. Pengujian

Pengujian dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

e. Hasil

Hasil penelitian ini berupa interpretasi kepuasan pengguna.

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**1.3.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap *website* PT. Etos Indonusa sehingga dapat diketahui seberapa besar tingkat kepuasan penggunanya.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat terdiri dari tiga yaitu:

1.3.2.1 Manfaat Bagi Penulis

Menambah wawasan mengenai teknologi informasi yang terus berkembang khususnya dalam merancang sistem informasi.

1.3.2.2 Manfaat Bagi Tempat Penelitian

Adanya pengukuran kualitas *website* pada PT. Etos Indonusa sehingga dapat dapat mengetahui sejauh mana kepuasan para pengguna.

1.3.2.3 Manfaat Bagi Akademik

- a. Mengetahui sejauh mana kemampuan mahasiswa dalam menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama perkuliahan.
- b. Sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi peningkatan kualitas pendidikan di akademik khususnya bagi program studi Sistem Informasi.

1.4 Tempat Dan Waktu Pelaksanaan

1.4.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Etos Indonusa yang berada di Jl. Sukorejo No. 2249 RT. 29 RW. 08 Kel. sukamaju kec. Sako 30164 Palembang, Indonesia.

1.4.2 Waktu PKL

Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan ini selama 1 bulan, yaitu pada tanggal 12 Maret 2018 s/d 16 April 2018. Dari hari Senin sampai Jumat pukul 08.00 WIB – 16.00 WIB.

1.5 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka penulis menyimpulkan identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah pengukuran tingkat kepuasan yang terdiri dari *ease of use*, *customization*, *download delay* dan *content* terhadap situs website PT. Etos Indonusa berdasarkan persepsi pengguna.

1.6 Teknik Pengumpulan Data

1.6.1 Wawancara

Menurut Nazir (2014:170), wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan di penjawab atau responden. Dalam penelitian ini penulis melakukan wawancara dengan Ibu Nabila Asri selaku admin PT. Etos Indonusa.

1.6.2 Kuesioner

Menurut Yola dan Budianto (2013: 137) Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik

beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

Dalam penelitian ini penulis membagikan kuesioner kepada pelanggan PT. Etos Indonusa untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pengguna terhadap *website* PT. Etos Indonusa.

1.6.3 Studi Pustaka

Studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang peneliti menetapkan topik penelitian, langkah selanjutnya adalah melakukan pengkajian yang berkaitan dengan teori pada topik penelitian. (Nazir, 2014:79)

Penulis melakukan studi pustaka dengan cara membaca buku, jurnal, dan situs internet yang berhubungan dengan penulisan praktik kerja lapangan ini.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Website

Menurut Riyadi dkk (2012:3) *website* atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (hyperlink). Bersifat statis apabila isi informasi website tetap, jarang berubah, dan isi informasinya searah hanya dari pemilik website. Bersifat dinamis apabila isi informasi website selalu berubah-ubah, dan isi informasinya interaktif dua arah berasal dari pemilik serta pengguna website

2.1.2 User Satisfaction

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. (Kotler dan Keller, 2016:153).

Green-Pearson dalam Handayani (2014) merumuskan empat variabel terbaik untuk mengukur kepuasan pengguna (user

satisfaction) terhadap sebuah website. Empat variabel tersebut diantaranya :

1. Kemudahan (Ease of Use/ Ease of Navigation)

Indikatornya yaitu struktur penyajian, kemudahan akses, dan kejelasan dalam penyajian informasi.

2. Personalisasi (Customization)

Indikatornya terdiri dari materi yang menarik , dan tampilan yang mudah serta familiar.

3. Kecepatan akses pada aplikasi (Download Delay)

Variabel ini maksudnya adalah kecepatan dalam menemukan informasi serta kecepatan dalam menampilkan tampilan antar halaman.

4. Penyajian Informasi (Content)

Variabel ini maksudnya adalah jumlah informasi, keragaman informasi, jumlah kata, dan kualitas materi website.

2.2 Gambaran Umum Perusahaan

2.2.1 Sejarah Perusahaan

PT Etos Indonusa adalah perusahaan pengendali hama yang didirikan di Jakarta pada 22 Juni 1992. Kata ETOS berasal dari kata "sistem Etologi". Kata Etologi berarti bahwa adalah studi tentang perilaku hewan, salah satunya dilakukan dalam pengendalian hama di Etos berdasarkan perilaku hewan yang akan dikendalikan untuk mencapai hasil yang maksimal.

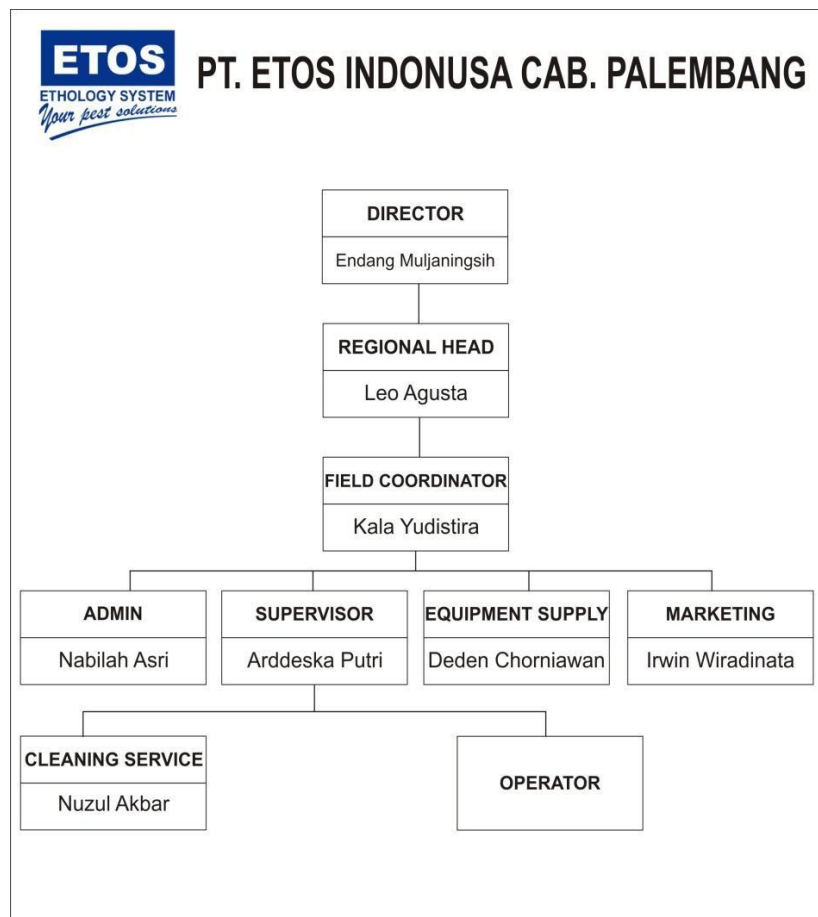
Sesuai dengan kemajuan teknologi, perusahaan melakukan pendekatan pengendalian hama terpadu berdasarkan 5 strategi:

- a. Manajemen profesional,
- b. Komunikasi yang efektif dan edukatif dengan pelanggan,
- c. Menggunakan peralatan modern,
- d. Pekerjaan profesional dan edukatif,
- e. Menggunakan produk ramah lingkungan.

Selanjutnya, untuk mendapatkan informasi terkini, perusahaan bergabung sebagai anggota asosiasi profesional domestik, ASSPHAMI (Asosiasi Perusahaan Pengendalian Hama Indonesia) sejak 1992, kemudian pada tahun 1994 perusahaan bergabung dengan NPMA (*National Pest Management Association*) yang berbasis di Amerika Serikat. PT Etos Indonusa telah memperoleh sertifikasi sistem manajemen mutu ISO 9001-2008 pada Juni 2013 dari *International Bureau Veritas Certification*. Ini membuktikan bahwa seluruh sistem di perusahaan telah memenuhi persyaratan yang disyaratkan dalam sistem manajemen mutu ISO 9001: 2008, dan selalu mengevaluasi efektivitasnya dan semua personel yang terlibat telah memenuhi kompetensi yang dibutuhkan baik pengetahuan maupun keterampilan. Implementasi sistem manajemen mutu ISO 9001: 2008 di perusahaan menekankan perbaikan terus-menerus.

2.2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. Etos Indonusa dapat dilihat pada gambar 2.1.



Sumber : Kantor PT. Etos Indonusa Palembang, 2018

Gambar 2.1 Struktur Organisasi PT. Etos Indonusa Palembang

2.2.3 Uraian Kegiatan

Uraian tugas dari masing-masing bagian pada struktur organisasi PT. Etos Indonusa Palembang, yaitu :

2.2.3.1 Director

1. Memutuskan dan menentukan peraturan dan kebijakan tertinggi perusahaan.

2. Bertanggung jawab dalam memimpin dan menjalankan perusahaan.
3. Bertanggung jawab atas kerugian yang dihadapi perusahaan termasuk juga keuntungan perusahaan.
4. Merencanakan serta mengembangkan sumber - sumber pendapatan dan pembelanjaan kekayaan perusahaan.
5. Bertindak sebagai perwakilan perusahaan dalam hubungannya dengan dunia luar perusahaan.
6. Menetapkan strategi - strategi strategis untuk mencapai visi dan misi perusahaan.
7. Mengkoordinasikan dan mengawasi semua kegiatan di perusahaan, mulai bidang administrasi, kepegawaian hingga pengadaan barang.
8. Mengangkat dan memberhentikan karyawan perusahaan.

2.2.3.2 *Regional Head*

1. Mengawasi serta melakukan koordinasi dari kegiatan operasional.
2. Memimpin kegiatan pemasaran dalam kantor cabang.

3. Memonitor segala kegiatan operasional perusahaan.
4. Melakukan pengembangan kegiatan operasional.
5. Observasi terhadap kinerja karyawan.
6. Memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan kantor cabang.
7. Memberikan penilaian terhadap kinerja karyawan.

2.2.3.3 *Field Coordinator*

1. Memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan dilapangan.
2. Memastikan kontrak kerja antara perusahaan dan pelanggan telah sesuai.
3. Melakukan survey terhadap permasalahan yang dihadapi dalam area pelanggan.
4. Melakukan pemeriksaan keamanan harian dan laporan pemeriksaan di lokasi kerja sesuai dengan kebutuhan.
5. Mampu bekerjasama dengan pelanggan untuk memastikan kondisi kerja yang tersedia aman.

2.2.3.4 *Admin*

1. Menerima panggilan telepon.
2. Membuat agenda kantor.

3. Entri data perusahaan
4. Melakukan arsip data
5. Membuat berita acara tagihan bulanan.

2.2.3.5 *Supervisor*

1. Memberikan pelatihan tentang kinerja kepada karyawan – karyawan baru.
2. Memeriksa laporan harian dari operator.
3. Mengatur jadwal kerja harian operator.
4. Mengadakan training rutin setiap bulannya.
5. Membuat laporan bulanan atas semua permasalahan yang dihadapi pelanggan dan mengirimkan laporan tersebut kepada pelanggan.
6. Memberikan motivasi kepada karyawan.

2.2.3.6 *Equipment Supply*

1. Menyiapkan semua kebutuhan – kebutuhan operasional.
2. Mengantar tagihan – tagihan setiap bulan kepada pelanggan.
3. Menginput laporan harian operasional.

2.2.3.7 *Marketing*

1. Mencari pelanggan untuk kemajuan perusahaan.
2. Membuat kontrak kerja antara perusahaan dan pelanggan.

3. Menganalisa dan membuat strategi pemasaran.
4. Mencapai target perusahaan.

2.2.3.8 *Cleaning Service*

1. Memastikan kebersihan dilingkungan perusahaan.
2. Merawat semua fasilitas perusahaan.

2.2.3.9 **Operator**

1. Menjalankan tugas operasional perusahaan.
2. Mengatasi semua masalah diarea pelanggan.
3. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan.

BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Hasil Pengamatan

3.1.1 Alur Penelitian

Dalam penelitian ini, langkah yang dilakukan penulis yaitu :

1. Mulai
2. Pada penelitian ini, identifikasi masalah terhadap website PT. Etos Indonusa Palembang yang dilakukan penulis berupa observasi, wawancara, dan studi pustaka. Dalam melakukan observasi, penulis menemukan bahwa masih terdapat sub menu yang tidak berfungsi. Kemudian penulis melakukan wawancara dengan ibu Nabilah Asri selaku Admin untuk mendapatkan informasi tentang website yang ada. Selanjutnya penulis melakukan studi pustaka dengan mengumpulkan data berupa jurnal ilmiah, laporan penelitian, dan buku untuk mencari referensi yang berhubungan dengan topik penelitian.
3. Pengukuran kualitas *user satisfaction* menggunakan kuesioner yang indikator pertanyaannya berdasarkan variabel – variabel *user satisfaction* Green & Pearson.
4. Menganalisis data hasil pengisian kuesioner dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Dari uji validitas dan uji reliabilitas akan didapatkan nilai validasi masing – masing item

pertanyaan dan konsistensi jawaban responden dalam kuesioner.

5. Menghitung skor dari jawaban responden dalam kuesioner untuk mendapatkan nilai interpretasi kualitas *user satisfaction* terhadap *website* PT. Etos Indonusa.
6. Selesai

3.1.2 Hasil Screenshoot Web

3.1.2.1 Beranda

Menu beranda merupakan halaman pertama pada *web* PT. Etos Indonusa yang memuat berita secara keseluruhan. Tampilan halaman beranda dapat dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Tampilan Beranda

3.1.2.2 Tentang Kami

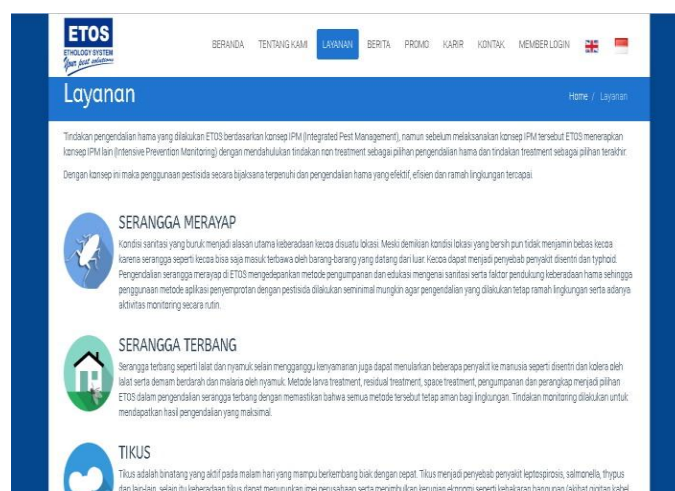
Menu ini merupakan penjelasan singkat mengenai PT. Etos Indonusa. Tampilan halaman tentang kami dapat dilihat pada gambar 3.2.



Gambar 3.2 Tampilan Tentang Kami

3.1.2.3 Layanan

Menu ini memuat layanan – layanan yang disediakan oleh PT. Etos Indonusa. Tampilan halaman layanan dapat dilihat pada gambar 3.3.



Gambar 3.3 Tampilan Layanan

3.1.2.4 Berita

Menu ini menampilkan berita – berita yang diterbitkan oleh PT. Etos Indonusa. Tampilan halaman berita dapat dilihat pada gambar 3.4.



Gambar 3.4 Tampilan Berita

3.1.2.5 Promo

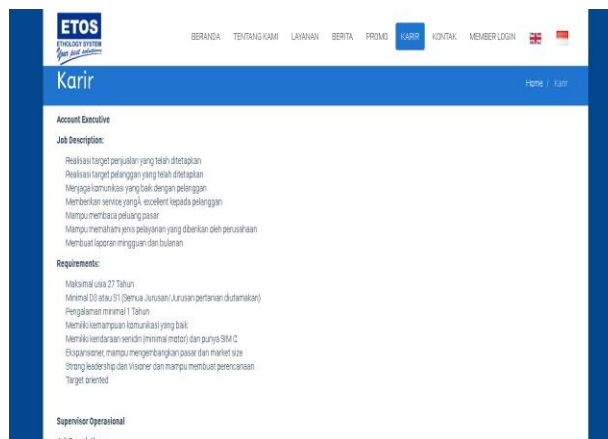
Menu ini memuat promo – promo yang disediakan oleh PT. Etos Indonusa. Tampilan halaman promo dapat dilihat pada gambar 3.5.



Gambar 3.5 Tampilan Promo

3.1.2.6 Karir

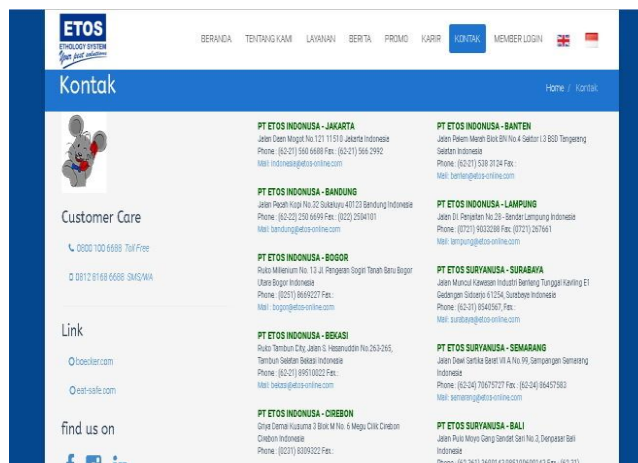
Menu ini memuat informasi mengenai lowongan – lowongan pekerjaan yang disediakan oleh PT. Etos Indonusa. Tampilan halaman karir dapat dilihat pada gambar 3.6.



Gambar 3.6 Tampilan Karir

3.1.2.7 Kontak

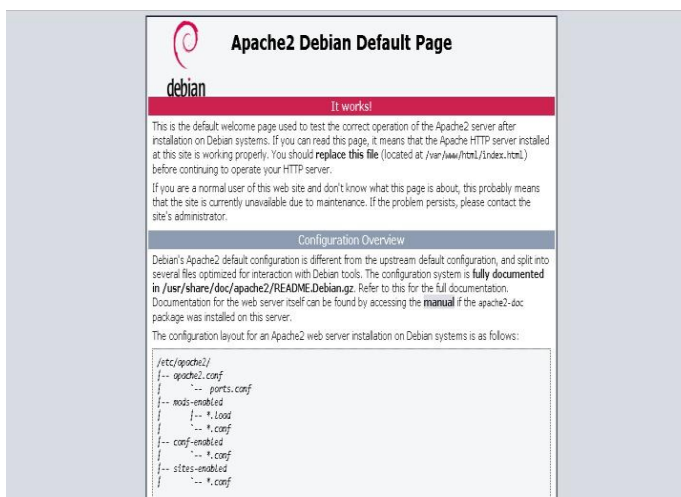
Menu ini memuat kontak – kontak seluruh cabang PT. Etos Indonusa. Tampilan halaman kontak dapat dilihat pada gambar 3.7.



Gambar 3.7 Tampilan Kontak

3.1.2.8 Member Login

Menu ini hanya bisa diakses oleh admin PT. Etos Indonusa. Tampilan halaman *member login* dapat dilihat pada gambar 3.8.



Gambar 3.8 Tampilan Member Login

3.1.3 Kuesioner

Menurut sugiono (2014: 142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan siapa variabel akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Data yang diperoleh dari kuesioner berupa nilai skor.

Untuk menentukan skor pilihan jawaban kuesioner menggunakan skala Likert. Dikemukakan Sugiyono (2014: 93) bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.

Dalam penelitian ini, peneliti membuat sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan website PT. Etos Indonusa Palembang yang akan dibagikan dan diisi oleh responden yang menggunakan website PT. Etos Indonusa Palembang. Tabel kuesioner dapat dilihat pada tabel 3.1.

Tabel 3.1 Kuesioner

No	Pernyataan Kuisisioner	Pilihan Jawaban			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
<i>1. EASE OF USE</i>					
1.1	Pengguna mudah untuk mengakses <i>web</i> .				
1.2	Pengguna cukup sering mengakses <i>web</i> .				
1.3	Pengguna mudah mengakses menu & link dalam <i>web</i> .				
1.4	Pengguna mudah melakukan pencarian informasi yang di butuhkan dalam <i>web</i> .				
1.5	Tampilan <i>web</i> ini dapat menyesuaikan saat diakses melalui <i>mobile phone</i> maupun komputer/ <i>personal computer</i> .				
<i>2. CUSTOMIZATION</i>					
2.1	Tampilan <i>Web</i> ini mudah dikenali				
2.2	Teknik pewarnaan dalam <i>web</i> ini cukup menarik dan tidak membosankan.				
2.3	Pembagian posisi informasi yang disajikan didalam <i>web</i> mudah dikenali.				
2.4	Teks yang ditampilkan dalam <i>web</i> ini mudah dibaca dengan jelas.				

3. DOWNLOAD DELAY					
3.1	Informasi yang dibutuhkan dari <i>web</i> ini mudah untuk didownload.				
3.2	Pengguna tidak membutuhkan waktu lama saat mendownload informasi yang ada pada <i>web</i> .				
3.3	Setiap halaman dalam <i>web</i> ini ditampilkan dengan cepat setelah mengklik <i>link</i> yang ada.				
3.4	Pengguna mudah untuk mengakses informasi pada setiap halaman yang ada dalam <i>web</i> .				
3.5	Secara keseluruhan komponen <i>web</i> ini tidak mengalami eror.				
4. CONTENT					
4.1	Informasi yang disajikan dalam <i>web</i> ini sesuai dengan kebutuhan pengguna.				
4.2	Keberagaman informasi yang disajikan dalam <i>web</i> ini cukup menarik.				
4.3	Gambar yang ditampilkan dalam <i>web</i> ini dapat dilihat dengan jelas.				
4.4	Informasi yang disajikan <i>uptodate</i>				

3.2 Evaluasi dan Pembahasan

Dalam pembahasan mengenai Laporan Kerja Lapangan ini, penulis akan mengukur kepuasan pengguna dari website PT. Etos Indonusa dengan metode EUCS, berikut adalah tahapannya :

3.2.1 Menentukan Populasi

Untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna *website* PT. Etos Indonusa, harus diketahui popoulasinya terlebih dahulu. Pada

kasus ini populasi yang dipilih untuk melakukan pengukuran tingkat kepuasan pengguna adalah pelanggan yang menggunakan website PT. Etos Indonusa cabang Palembang.

Rincian pelanggan PT. Etos Indonusa cabang Palembang dapat dilihat pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Daftar Pelanggan PT. Etos Indonusa Cabang Palembang

No	Nama Pelanggan
1	PT. Indofood Sukses Makmur
2	PT. Cahaya Tirta Rasa
3	PT. Sriwijaya Arta Boga cabang Km. 5
4	PT. Sriwijaya Arta Boga cabang Plaju
5	PT. Sriwijaya Arta Boga cabang Zuri Express
6	PT. Vita Mandiri Jaya
7	PT. Cahaya Tirta Rasa
8	My Coffee O
9	Ayam Penyet Solo Balapan
10	Ayam Bakar H. Latief
11	Serai Bistro
12	Pizza Hut Delivery Plaju
13	Rutin RSUP Palembang
14	Cv. Okta Guna Cabang Palembang Icon
15	PT. Kurnia Ciptamoda Gemilang
16	PT. Boga Rezeki Bersama Group
17	PT. Pilar Sakti Bersama
18	Mommee Bakery Zuri Express
19	Mommee Bakery Sekip
20	Mommee Bakery PTC
21	Mommee Bakery Rajawali

22	Mommee Bakery Lingkaran
23	Mommee Bakery Kenten
24	Mommee Bakery Celentang
25	Mommee Bakery Lemabang
26	Brasserie Mangkunegara
27	FNB Group Atmo
28	FNB Group PSX
29	Cv. Mitra Prima Halim
30	Brasserie Resto PS
31	Brasserie Resto PI
32	Brasserie Bakery PI
33	Brasserie Resto PIM
34	Brasserie Resto PTC
35	Brasserie Bakery PTC
36	Brasserie Bakery PS
37	Brasserie Bakery dan Resto Sudirman
38	Brasserie Bakery dan Cake M. Isa
39	Brasserie Gudang, Office, Dapur Produksi
40	Pizza Hut Delivery Mayor Salim Batubara
41	Pizza Hut Delivery Basilica
42	PT. Valjack Food Indonesia PI
43	PT. Valjack Food Indonesia Transmart
44	PT. Torio Kaizen
45	Cv. Tiga Saudara Sejahtera
46	Pempek 888 Taman Kenten
47	PT. Panen Pangan Sejahtera
48	Palembang Square Mall
49	PSX Mall
50	PT. Boga Torrio Rezeki Grup

Sumber : Kantor PT. Etos Indonusa

3.2.2 Metode *Sampling*

Dalam menentukan sampel penulis menggunakan metode sensus, yaitu seluruh elemen populasi diselidiki satu persatu dalam pengumpulan data.

3.2.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara kuesioner. Kuesioner merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam kuesioner ini penulis memberikan pertanyaan - pertanyaan sebanyak 18 pertanyaan sesuai dengan metode pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu *User Satisfaction*, pertanyaan tersebut dikategorikan berdasarkan 4 variabel yang berbeda, diantaranya kemudahan penggunaan (*ease of use*), kemudahan kustomisasi (*customization*) penundaan unduhan (*download delay*) serta konten (*content*).

Alat ukur yang penulis gunakan dalam *User Satisfaction* adalah skala likert. Menurut Sugiyono dalam Rahadi (2014 : 665) Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang merupakan skala kontinum bipolar, pada ujung sebelah kiri (angka rendah) menggambarkan suatu jawaban yang bersifat negative. Sedang ujung sebelah kanan (angka tinggi),

menggambarkan suatu jawaban yang bersifat positif. Skala Likert dirancang untuk meyakinkan responden menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir pertanyaan atau pernyataan yang terdapat dalam kuesioner.

Peneliti menggunakan skala likert dengan empat alternatif jawaban dan kemudian masing-masing jawaban dari setiap pertanyaan diberi nilai sebagai berikut: Jika jawaban responden sangat setuju (SS) memperoleh skor 4, jawaban Setuju (S) memperoleh skor 3, jawaban tidak setuju (TS) memperoleh skor 2, jawaban sangattidak setuju (STS) memperoleh skor 1. Nilai kuesioner dapat dilihat pada tabel 3.3.

Tabel 3.3 Tabel Nilai Kuesioner

PK	STS	TS	S	SS
Nilai	1	2	3	4

Keterangan :

PK = Pertanyaan Kuisioner

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

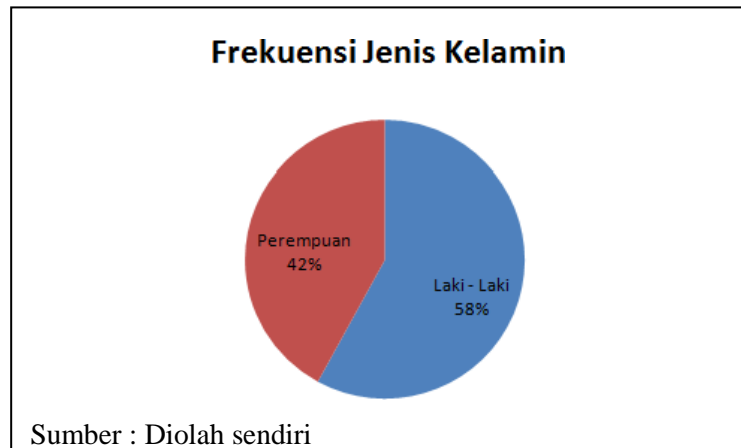
S = Setuju

SS = Sangat Setuju

3.2.4 Karakteristik Responden

Berikut ini akan digambarkan mengenai data responden yang merupakan pelanggan PT. Etos Indonusa

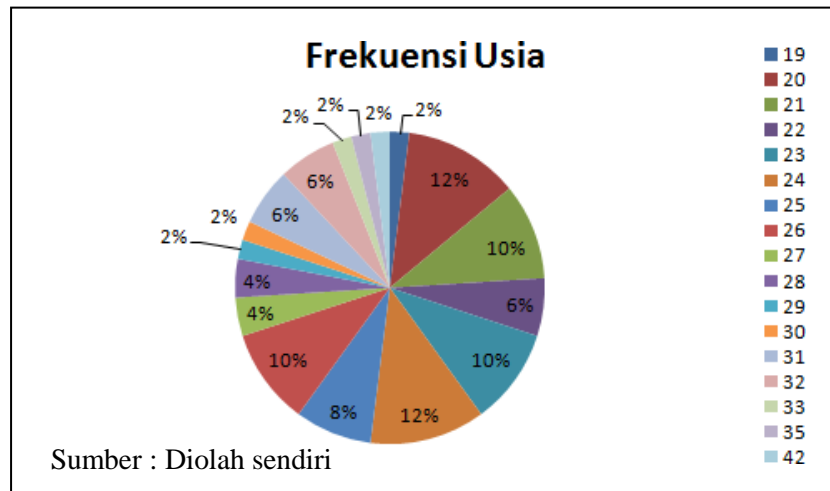
Cabang Palembang. Data responden dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada gambar 3.9.



Gambar 3.9 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar diatas menjelaskan tentang frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin. Dari gambar tersebut, dapat dilihat bahwa sebanyak 58% berjenis kelamin laki-laki dan 42% berjenis kelamin perempuan. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki. Hal ini terjadi karena pada penyebaran kuesioner banyak ditemui pengguna *website* yang berjenis kelamin laki-laki.

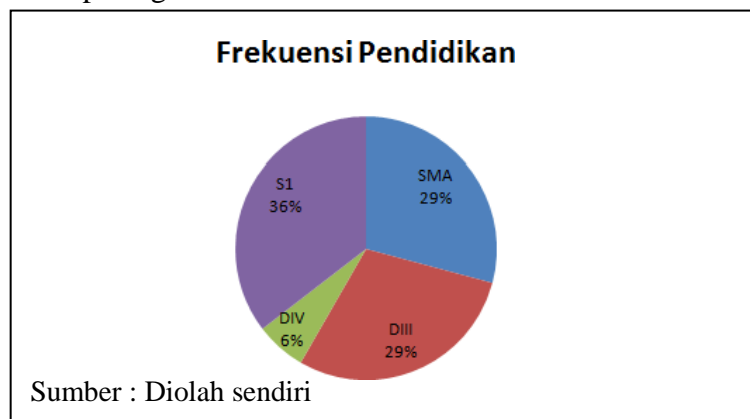
Frekuensi responden berdasarkan usia dapat dilihat pada gambar 3.10.



Gambar 3.10 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

Gambar diatas menjelaskan frekuensi responden berdasarkan usia. Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 12% berusia 20 tahun, dan 24 tahun, 10% berusia 21 tahun, 23 tahun, dan 26 tahun, 8% berusia 25 tahun, 6% berusia 31 tahun, dan 32 tahun, 4% berusia 27 tahun, dan 28 tahun, 2% berusia 19 tahun, 29 tahun, 30 tahun, 33 tahun, 35 tahun, dan 42 tahun.

Frekuensi responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada gambar 3.11.



Gambar 3.11 Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan

Gambar diatas menjelaskan tentang distribusi responden berdasarkan pendidikan. Dari gambar tersebut dapat dilihat bahwa sebanyak 36% adalah lulusan S1, 29% adalah lulusan SMA, 29% adalah lulusan Diploma III dan 6% adalah lulusan Diploma IV. Hal ini mengindikasi bahwa pendidikan terakhir sebagian besar responden adalah S1.

Peneliti berasumsi bahwa pendidikan terakhir yang ada pada pengguna website PT. Etos Indonusa mayoritas berpendidikan S1, hal ini dikarenakan pendidikan S1 lebih dibutuhkan dalam dunia kerja.

3.2.5 Uji Validitas

Uji validitas merupakan tingkat keandalan dan kesahihan alat ukur yang digunakan. uji validitas ialah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (konten) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen (kuisisioner) yang digunakan dalam suatu penelitian. Untuk mengetahui valid atau tidak dari instrument yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasikan setiap skor variable jawaban responden dengan total skor masing-masing variable, kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan total skor masing-masing variable. (Putra, 2014:177).

Nilai r tabel penelitian ini yakni 0.24, hasil ini setelah dihitung menggunakan SPSS versi 17. Jika r korelasi di atas 0.24. Maka alat ukur bisa dinyatakan valid dan sebaliknya jika di bawah 0.24 berarti alat ukur dinyatakan tidak valid. Dalam mencari r tabel menggunakan SPSS versi 17 dengan rumus :

Degree Of Freedom (df) = Jumlah Responden - 2

Taraf keyakinan = 0,95

Taraf keyakinan ini = $1 - \alpha$. Nilai α (alpha) ini sendiri adalah tingkat atau taraf signifikansi (level of significance).

Jadi dalam mencari nilai r tabel pada taraf signifikansi = 5

% (0.05), maka disini pada rumus tersebut $1 - 0.05 = 0.95$.

Untuk mencari r tabel menggunakan SPSS terlebih dahulu harus mencari t tabel dengan rumus $IDF.T(0.95,df)$, setelah itu dapat ditemukan hasil hasil untuk r tabel menggunakan rumus $t_{0.05}/SQRT(df+t_{0.05}^2)$. *Output* hasil Pengujian validitas setiap variabel dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

Indikator	Corrected Item-Total Correlation	Keterangan
X1	0,727	Valid
X2	0,753	Valid
X3	0,870	Valid
X4	0,811	Valid
X5	0,749	Valid

X6	0,636	Valid
X7	0,887	Valid
X8	0,886	Valid
X9	0,435	Valid
X10	0,671	Valid
X11	0,769	Valid
X12	0,738	Valid
X13	0,731	Valid
X14	0,588	Valid
X15	0,685	Valid
X16	0,682	Valid
X17	0,797	Valid
X18	0,648	Valid

Dari tabel 3.4, diketahui bahwa semua pertanyaan dinyatakan valid karena nilai r hitung $>$ nilai r tabel.

3.2.6 Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas adalah data untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Keandalan yang menyangkut kekonsistenan jawaban jika diujikan berulang pada sampel yang berbeda. (Putra, 2014:178).

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 17.0 dengan uji keterandalan teknik Alpha Cronbach. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan menghitung Cronbach Alpha dari masing-masing item dalam suatu variabel. Instrumen yang dipakai dalam

variabel dikatakan handal (reliable) apabila memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60 (Nunnally dalam Prayoga dan Sensuse, 2010).

Hasil pengujian reliabilitas untuk setiap item pernyataan diperlihatkan pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Ease of use</i>	0,802	Reliabel
<i>Customization</i>	0,784	Reliabel
<i>Download delay</i>	0,763	Reliabel
<i>Content</i>	0,780	Reliabel

Dari Tabel 3.5 dapat dilihat bahwa koefisien *reliabilitas* variabel *ease of use* adalah 0,802, variabel *customization* adalah 0,784, variabel *Download delay* adalah 0,763, dan variabel *content* adalah 0,785. Diketahui bahwa nilai interval koefisien pada setiap variabel diatas masuk kedalam tingkat hubungan yang kuat, maka semua variabel dinyatakan reliabel.

3.2.7 Kepuasan Pengguna

Setelah melakukan uji validitas dan uji reabilitas, maka dapat dilihat hasil dari kuesioner pengukuran *user satisfaction* terhadap *website* PT. Etos Indonusa. Berikut merupakan hasil dari kuesioner pengukuran *user satisfaction* terhadap *website* PT. Etos Indonusa :

1. *Ease Of Use*

Ease Of Use merupakan kemampuan perangkat lunak untuk memudahkan pengguna memahami bagaimana penggunaannya dalam tugas tertentu. Frekuensi variabel *Ease Of Use* dapat dilihat pada tabel 3.6.

Tabel 3.6 Frekuensi Variabel *Ease Of Use*

No	Pernyataan	Keterangan							
		SS		S		TS		STS	
		4	%	3	%	2	%	1	%
1	Pengguna mudah untuk mengakses <i>web</i> .	7	14	36	72	5	10	2	4
2	Pengguna cukup sering mengakses <i>web</i>	10	20	21	42	19	38	0	0
3	Pengguna mudah mengakses menu & link dalam <i>web</i>	12	24	19	38	17	34	2	4
4.	Pengguna mudah melakukan pencarian informasi yang dibutuhkan dalam <i>web/personal computer</i>	11	22	19	38	18	36	2	4
5	<i>web</i> ini dapat menyesuaikan saat diakses melalui mobile dan komputer	9	18	27	54	12	24	2	4

Berdasarkan tabel frekuensi variabel *Ease Of Use*

diatas peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

1. Pada pernyataan pertama skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 14%, S (setuju) adalah 72%, TS (tidak

setuju) adalah 10%, dan STS (sangat tidak setuju) adalah 4%. maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju bahwa *website* PT. Etos Indonusa ini mudah digunakan.

2. Pada pernyataan kedua skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 20%, S (setuju) adalah 42%, TS (tidak setuju) adalah 38% dan STS (sangat tidak setuju) adalah 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju bahwa fitur-fitur pada *website* ini mudah untuk digunakan.
3. Pada pernyataan ketiga skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 24%, S (setuju) adalah 38%, TS (tidak setuju) adalah 34% dan STS (sangat tidak setuju) adalah 4%. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju bahwa *link – link* dan menu pada *website* ini sangat jelas untuk diakses.
4. Pada pernyataan keempat skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 22%, S (setuju) adalah 38%, TS (tidak setuju) adalah 36% dan STS (sangat tidak setuju) adalah 4%. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata bahwa pengguna mudah dalam melakukan pencarian informasi pada *website* ini.
5. Pada pernyataan kelima skor jawaban SS (sangat

setuju) adalah 18% , S (setuju) adalah 54%, TS (tidak setuju) adalah 24% dan STS (sangat tidak setuju) adalah 4%. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju bahwa website ini mudah diakses melalui *mobile* dan komputer.

Secara keseluruhan variabel *Ease Of Use* rata-rata pengguna setuju bahwa *website* ini mudah digunakan.

2. Customization

Customization merupakan kemampuan perangkat lunak yang memungkinkan pengguna mengoperasikan website dengan mudah dan memberikan tampilan yang mudah serta familiar. Frekuensi variabel Customization dapat dilihat pada tabel 3.7.

Tabel 3.7 Frekuensi Variabel Customization

No	Pernyataan	Keterangan							
		SS		S		TS		STS	
		4	%	3	%	2	%	1	%
1	Tampilan <i>web</i> ini mudah dikenali.	0	0	26	52	24	48	0	0
2	Teknik pewarnaan dalam <i>web</i> ini cukup menarik dan tidak membosankan	0	0	25	50	25	50	0	0
3	Pembagian posisi informasi yang disajikan didalam <i>web</i> mudah	0	0	24	48	26	52	0	0

	dikenali.								
4	Teks yang ditampilkan dalam <i>web</i> ini mudah dibaca dengan jelas	23	46	27	54	0	0	0	0

Berdasarkan tabel frekuensi variable *Customization*

diatas peneliti menyimpulkan sebagai berikut :

1. Pada pernyataan pertama skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 0%, S (setuju) adalah 52%, TS (tidak setuju) adalah 48% dan STS (sangat tidak setuju) adalah 0%. Maka dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden setuju bahwa secara keseluruhan tampilan *website* ini mudah dikenali.
2. Pada pernyataan kedua skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 0%, S (setuju) adalah 50%, TS (tidak setuju) adalah 50% dan STS (sangat tidak setuju) adalah 0%. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden setuju bahwa penggunaan *website* ini cukup menarik dan tidak membosankan.
3. Pada pernyataan ketiga skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 0%, S (setuju) adalah 48%, TS (tidak setuju) adalah 52% dan STS (sangat tidak setuju)

adalah 0%. maka dapat disimpulkan rata-rata responden tidak setuju bahwa *website* ini memudahkan pengguna mengenali pembagian informasi.

4. Pada pernyataan ketiga skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 46%, S (setuju) adalah 54%, TS (tidak setuju) adalah 0% dan STS (sangat tidak setuju) adalah 0%. maka dapat disimpulkan rata-rata responden setuju bahwa *website* ini dapat dibaca dengan jelas keseluruhan isinya oleh pengguna.

Secara keseluruhan variabel *Customization* rata – rata pengguna setuju bahwa tampilan *website* ini menarik dan mudah dioperasikan

3. *Download Delay*

Download delay merupakan kemampuan perangkat lunak untuk melakukan pengunduhan data bagi pengguna. Frekuensi variable *Download delay* dapat dilihat pada tabel 3.8.

Tabel 3.8 Frekuensi Variabel *Download Delay*

No	Pernyataan	Keterangan							
		SS		S		TS		STS	
		4	%	3	%	2	%	1	%
1.	Informasi yang dibutuhkan dari <i>web</i> ini mudah untuk di	8	16	38	76	3	6	1	2

	<i>download</i>								
2.	Pengguna tidak membutuhkan waktu lama saat mendownload informasi yang ada di <i>web</i>	11	22	21	42	16	32	2	4
3.	Setiap halaman dalam <i>web</i> ini ditampilkan dengan cepat setelah mengklik <i>link</i> yang ada	15	30	19	38	15	30	1	2
4.	Pengguna mudah untuk mengakses informasi pada setiap halaman yang ada dalam <i>web</i>	12	24	19	38	17	34	2	4
5.	Secara keseluruhan komponen <i>web</i> ini tidak mengalami <i>error</i>	9	18	30	60	11	22	0	0

Berdasarkan tabel frekuensi variabel *Download*

Delay diatas penulis menyimpulkan sebagai berikut:

1. Pada pernyataan pertama skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 16%, S (setuju) adalah 76%, TS (tidak setuju) adalah 6%, dan STS (sangat tidak setuju) adalah 2%. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden setuju bahwa informasi yang dibutuhkan pada *website* ini mempermudah bagi pengguna melakukan pengunduhan

data.

2. Pada pernyataan kedua skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 22%, S (setuju) adalah 42%, TS (tidak setuju) adalah 32% dan STS (sangat tidak setuju) adalah 4%. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden setuju bahwa pengguna tidak membutuhkan waktu lama saat mengunduh informasi yang ada pada *website*.
3. Pada pernyataan ketiga skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 30%, S (setuju) adalah 38%, TS (tidak setuju) adalah 30% dan STS (sangat tidak setuju) adalah 2%. Maka disimpulkan rata-rata responden setuju setiap halaman pada *website* ini ditampilkan dengan cepat.
4. Pada pernyataan ketiga skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 24%, S (setuju) adalah 38%, TS (tidak setuju) adalah 34 dan STS (sangat tidak setuju) adalah 4%. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden setuju bahwa *website* ini mudah untuk mengakses informasi pada setiap halaman.
5. Pada pernyataan ketiga skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 18%, S (setuju) adalah 60%, TS (tidak setuju) adalah 22%. Dan STS (sangat tidak setuju) adalah 0%. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden setuju bahwa komponen pada *website* ini tidak mengalami

error.

Secara keseluruhan variabel *Download Delay* rata-rata pengguna setuju bahwa *website* ini dapat melakukan *download* yang cepat dan memuat informasi yang akurat untuk digunakan oleh pengguna.

4. Content

Content merupakan isi yang terdapat dalam *website* untuk memudahkan pengguna dalam mempelajarinya.

Frekuensi variable content dapat dilihat pada tabel 3.9.

Tabel 3.9 Frekuensi Variabel Content

No	Pernyataan	Keterangan							
		SS		S		TS		STS	
		4	%	3	%	2	%	1	%
1.	Informasi yang disajikan dalam <i>web</i> ini sesuai dengan kebutuhan pengguna	4	8	25	50	21	42	0	0
2.	Keberagaman informasi yang disajikan dalam <i>web</i> ini cukup menarik	5	10	29	58	16	32	0	0
3.	Gambar yang ditampilkan dalam <i>web</i> ini dapat dilihat dengan jelas	5	10	23	46	22	44	0	0
4.	Informasi yang disajikan <i>uptodate</i>	0	0	20	40	30	60	0	0

Berdasarkan tabel frekuensi variabel *content* diatas

penulis menyimpulkan sebagai berikut :

1. Pada pernyataan pertama skor jawaban SS (sangat

setuju) adalah 8%, S (setuju) adalah 50%, TS (tidak setuju) adalah 42% dan STS (sangat tidak setuju) adalah 0%. maka dapat disimpulkan rata-rata responden setuju bahwa informasi disajikan dalam *website* ini sesuai kebutuhan pengguna.

2. Pada pernyataan kedua skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 10%, S (setuju) adalah 58%, TS (tidak setuju) adalah 32 % dan STS (sangat tidak setuju) adalah 0%. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden setuju bahwa keberagaman informasi yang disajikan dalam *website* ini cukup menarik.
3. Pada pernyataan ketiga skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 10%, S (setuju) adalah 46%, TS (tidak setuju) adalah 44%, dan STS (sangat tidak setuju) adalah 0%. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden setuju bahwa gambar yang ditampilkan dalam *website* ini dapat dilihat dengan jelas.
4. Pada pernyataan ketiga skor jawaban SS (sangat setuju) adalah 0%, S (setuju) adalah 44 %, TS (tidak setuju) adalah 56%, dan STS (sangat tidak setuju) adalah 0%. Maka dapat disimpulkan rata-rata responden tidak setuju bahwa informasi yang disediakan sangat *up to date*

Secara keseluruhan variable *content* rata-rata pengguna setuju bahwa informasi yang terkandung dalam *website* ini mudah untuk dipelajari dan namun beritanya masih kurang *uptodate*.

Pertanyaan yang diajukan dalam kuisisioner tersebut bersifat positif. Setiap pilihan jawaban mendapatkan nilai (*score*). Penilaian dan interpretasi kualitas terhadap masing-masing indikator dalam tiap konstruk kuisisioner dapat diketahui dengan langkah – langkah sebagai berikut :

- a. Menentukan besarnya skor kriterium (skor ideal) ($\sum SK$).
 $\sum SK = \text{Skor tertinggi tiap item pernyataan} \times \text{Jumlah responden.}$
- b. $\sum SH = \text{Jumlah skor total hasil pengumpulan data setiap pertanyaan.}$
- c. Melakukan perhitungan persentase setiap pertanyaan.

$$P = \frac{\sum SH}{\sum SK} \times 100\%$$

Menentukan Skala interpretasi dari setiap pertanyaan, skala interpassi dapat dilihat pada gambar 3.12

0% - 20%	21% - 40%	41% - 60%	61% - 80%	81% - 100%
Sangat Lemah	Lemah	Cukup	Kuat	Sangat Kuat

Sumber : Riduwan dalam Febria (2014)

Gambar 3.12 Skala Interpretasi

Penilaian dan interpretasi kualitas terhadap masing-masing indikator dalam tiap konstruk kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3.10.

Tabel 3.10 Interpretasi Item Pernyataan Kuesioner

Variabel	Indikator	Kode	Nilai	Interpretasi
<i>Ease Of Use</i>	Pengguna mudah untuk mengakses web	X1	74%	Kuat
	Pengguna cukup sering mengakses web	X2	70,5%	Kuat
	Pengguna mudah mengakses menu & link dalam web	X3	70,5%	Kuat
	Pengguna mudah melakukan pencarian informasi yang dibutuhkan dalam web	X4	69,5%	Kuat
	Tampilan <i>web</i> ini dapat menyesuaikan saat diakses melalui <i>mobile phone</i> maupun komputer/ <i>personal computer</i>	X5	71,5 %	Kuat
<i>Customization</i>	Tampilan <i>web</i> ini mudah dikenali	X6	63%	Kuat
	Teknik pewarnaan dalam web ini cukup menarik dan tidak membosankan	X7	62,5%	Kuat
	Pembagian posisi informasi yang disajikan didalam web mudah dikenali	X8	62%	Kuat
	Teks yang ditampilkan dalam web ini mudah dibaca dengan jelas	X9	86,5%	Kuat

Download Delay	Informasi yang dibutuhkan dari web ini mudah untuk didownload	X10	76,5%	Kuat
	Pengguna tidak membutuhkan waktu lama saat mendownload informasi yang ada pada web	X11	70,5%	Kuat
	Setiap halaman dalam web ini ditampilkan dengan cepat setelah mengklik link yang ada	X12	74%	Kuat
	Pengguna mudah untuk mengakses informasi pada setiap halaman yang ada dalam web	X13	70,5%	Kuat
	Secara keseluruhan komponen web ini tidak mengalami eror	X14	74%	Kuat
Content	Informasi yang disajikan dalam web ini sesuai dengan kebutuhan pengguna	X15	66,5%	Kuat
	Kebereagaman informasi yang disajikan dalam web ini cukup menarik	X16	69,5%	Kuat
	Gambar yang ditampilkan dalam web ini dapat dilihat dengan jelas	X17	66,5%	Kuat
	Informasi yang disajikan uptodate	X18	60%	Cukup

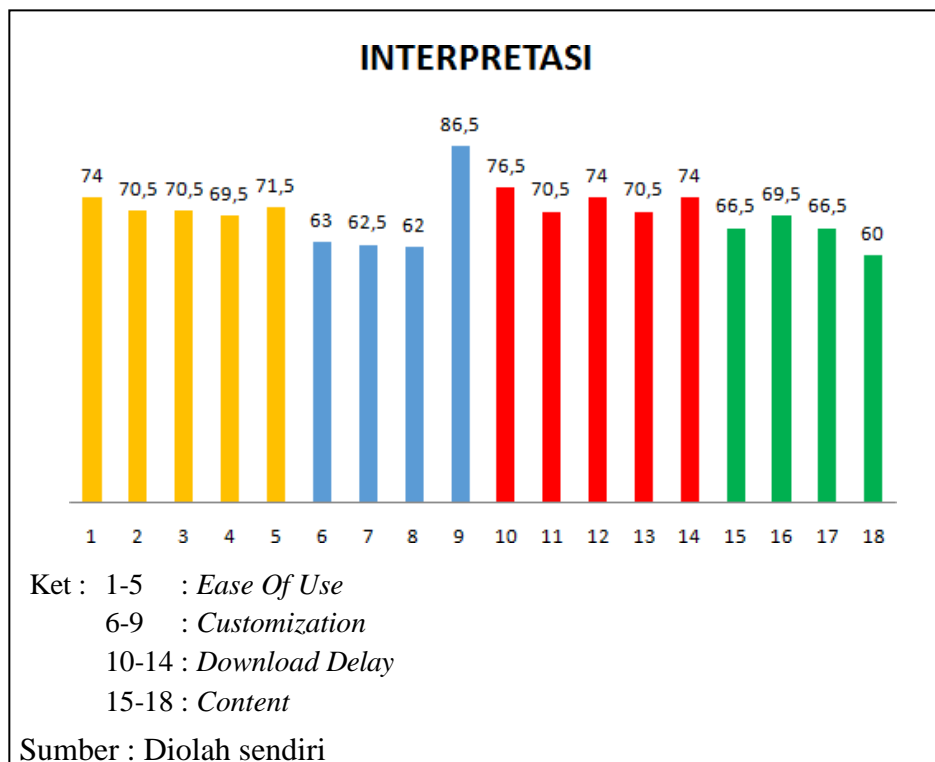
Berdasarkan Tabel 3.10 hasil pengukuran kepuasan pengguna

sebagai berikut :

- a. Variabel *ease of use* dengan indikator relevansi mendapatkan nilai tertinggi sebesar 74% berarti pengguna mudah untuk mengakses *website* ini.
- b. Variabel *customization* dengan indikator Akurasi mendapatkan nilai tertinggi sebesar 86,5% berarti teks yang ditampilkan pada *website* ini mudah dibaca dengan jelas.

- c. Variabel *download delay* dengan Indikator jelas mendapatkan nilai tertinggi sebesar 76,5% berarti informasi yang dibutuhkan dalam *website* ini mudah di *download*.
- d. Variabel *content* dengan indikator kemudahan mendapatkan nilai tertinggi sebesar 69,5% berarti keberagaman informasi yang disajikan dalam *website* ini menarik.

Keterangan tentang nilai interpretasi untuk masing-masing indikator dapat dilihat pada gambar 3.14 tentang skala interpretasi persentase pengukuran.



Gambar 3.13 Interpretasi persentase pengukuran

BAB IV

KESIMPULAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, kesimpulan penelitian ini dapat dikemukakan menjadi beberapa *point*.

- a. Variabel *ease of use* dengan indikator relevansi mendapatkan nilai tertinggi sebesar 74% berarti pengguna mudah untuk mengakses website ini.
- b. Variabel *customization* dengan indikator Akurasi mendapatkan nilai tertinggi sebesar 86,5% berarti teks yang ditampilkan pada *website* ini mudah dibaca dengan jelas.
- c. Variabel *download delay* dengan Indikator jelas mendapatkan nilai tertinggi sebesar 76,5% berarti informasi yang dibutuhkan dalam *website* ini mudah di *download*.
- d. Variabel *content* dengan indikator kemudahan mendapatkan nilai tertinggi sebesar 69,5% berarti keberagaman informasi yang disajikan dalam *website* ini menarik.

4.2 Saran

Dilihat dari nilai interpretasi hasil pengukuran di variabel *content*, pada item pertanyaan tentang informasi yang disajikan masih dikategorikan cukup (60%), maka *website* masih perlu ditingkatkan dengan fokus pada *content* (isi materi) yang lebih spesifik, lengkap dan memenuhi kebutuhan

pelanggan terkait informasi dan layanan perusahaan. Saran-saran untuk perbaikan *website* dan penelitian yang dapat dilakukan lebih lanjut antara lain:

1. Mengupdate informasi produk dan layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya, khususnya untuk informasi berita promo layanan jasa terkini.
2. Memaparkan visi dan misi perusahaan yang lebih jelas pada *website* agar ekspektasi pengunjung pun dapat sesuai dengan ruang lingkup layanan *website*.
3. Menyediakan fitur *chat* secara online agar pengguna dapat langsung berkomunikasi kepada pihak perusahaan mengenai masalah yang dikeluhkan pelanggan.
4. Penelitian lebih lanjut dapat dikembangkan tidak hanya pada aspek *content*, tapi juga pada aspek *customization*. Model penelitian ini dapat dikembangkan agar *website* memiliki pengguna yang lebih banyak dan lebih luas cakupannya serta dapat dilakukan lagi analisis dari responden yang lebih banyak.
5. Memperbaiki Tampilan Halaman *Member Login*

Daftar Pustaka

- Handayani, Febria Sri. 2014. PENGUKURAN TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP WEB STUDENT PORTAL PALCOMTECH. Palembang.
- Kadir, Abdul. 2014. *Pengenalan Sistem Informasi Edisi Revisi*. CV. ANDI OFFSET : YOGYAKARTA.
- Kotler dan Keller. 2016. *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN: STUDI EMPIRIS PADA INDUSTRI KAFE DAN RESTO*. ISSN 2443-1109. Palopo.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. GHALIA INDONESIA. BOGOR.
- Prayitno dan Safitri. 2015. *Pengenalan Pemanfaatan Sistem Informasi Perpustakaan Digital Berbasis Website Untuk Para Penulis*. ISSN : 2461-0690.
- Prayoga dan Sensuse. 2010. *ANALISIS USABILITY PADA APLIKASI BERBASIS WEB DENGAN MENGADOPSI MODEL KEPUASAN PENGGUNA (USER SATISFACTION)*. ISSN : 2088-7043. Bandung.
- Putra, Zahreza Fajar Setiara, Sholeh Mohammad dan Widyastuti Naniek. "Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode WEBQUAL 4.0". Jurnal JARKOM. Vol.1. Hal.174-184. 2014.
- Riyadi dkk. 2012. *PERANCANGAN SISTEM INFORMASI BERBASIS WEBSITE SUBSISTEM GURU DI SEKOLAH PESANTREN PERSATUAN ISLAM 99 RANCABANGO*. ISSN : 2302-7339.
- Sugiyono. 2014. *Pengukuran Usability Sistem Menggunakan Use Questionnaire Pada Aplikasi Android*. P-ISSN : 2085-1588. O-ISSN : 2355-4614. Indralaya.
- Yola dan Budianto. 2013. *ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PRODUK PADA SUPERMARKET DENGAN MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)*. ISSN : 2088-4842.