

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Pustaka**

Sampai saat ini belum terdapat definisi kata kualitas yang diterima secara umum dan menyeluruh. Pengertian kualitas dapat pula dibedakan menurut pandangan produsen dan konsumen. Definisi kualitas menurut produsen adalah kesesuaian terhadap spesifikasi, dimana produsen memberikan toleransi tertentu yang dispesifikasikan untuk dimensi – dimensi kritis dan tiap bagian yang dihasilkan. Pada bidang jasa, kualitas dipertahankan dengan memenuhi standar pelayanan. Dari sudut pandang konsumen, kualitas berarti nilai yaitu seberapa baik suatu produk atau jasa menyajikan tujuan yang dimaksudkan dengan tingkat harga yang bersedia dibayar oleh konsumen.

Menurut Kotler (2009:49) Kualitas adalah “seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen, seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

#### **A. Pengertian *Website***

Internet memegang peranan penting di dalam kehidupan, salah satunya dengan adanya media *online*, menurut Fristanto (2014) *website* adalah lokasi di internet yang berfungsi sebagai media penyampaian informasi, komunikasi,

entertainment, atau transaksi. Sedangkan menurut Hidayat (2010:2), *website* atau situs web dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

## **B. Fungsi Website**

Semakin banyaknya situs-situs web di internet menjadikan internet sebagai wadah informasi secara global. Dengan memiliki *website* di internet, instansi dapat :

### 1. Mempermudah Komunikasi

Pada zaman dulu cara berkomunikasi jarak jauh hanyalah menggunakan surat menyurat, tetapi sekarang ini, dengan memanfaatkan *website* sosial media dan layanan email, orang-orang dapat berinteraksi dengan mudah tanpa mempedulikan lokasi lawan bicaranya. Situs sosial media adalah tempat dimana pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya secara pribadi ataupun secara umum dengan mudah, cepat, dan aman. Contohnya adalah, *Facebook* dan *Google Plus*.

### 2. Mempercepat Akses Informasi

Tidak bisa dipungkiri bahwa manfaat utama dari adanya *website* adalah mempercepat akses informasi. Jika zaman dulu orang-orang harus pergi ke perpustakaan dan mencari informasi melalui buku, sekarang informasi dapat dicari dengan mudah melalui mesin pencari seperti *Google* dan

*Bing*. Akses informasi dapat dilakukan dimana pun dengan koneksi internet.

### C. **Karakteristik Website yang Baik**

Menurut CNET atau *Builder* (2008), ada 7 kriteria yang menentukan sebuah *website* termasuk *website* yang baik atau tidak, yaitu :

#### 1. *Usability*

Menurut Jacob Nielsen, sang guru *usability*, *usability* adalah dapatkah seorang pengguna menemukan cara untuk menggunakan *website* tersebut dengan efektif. Ada 5 karakteristik *usability*, yaitu :

- a. Mudah untuk dipelajari;
- b. Efisien untuk digunakan;
- c. Mudah untuk diingat;
- d. Tingkat frekuensi kesalahan;
- e. Tingkat kepuasan pemakai.

Karakteristik yang telah ditentukan oleh Jacob Nielsen akan sangat sulit kita terapkan 100%, apalagi kalau sudah menyangkut kepentingan klien web, tetapi paling tidak menjadi acuan yang membantu kita untuk merancang *layout* suatu *website*, agar *website* tersebut :

- a. Mudah dipelajari penggunaannya oleh pengunjung;
- b. Mudah diingat dan digunakan navigasinya oleh pengunjung;
- c. Memperkecil tingkat kesalahan pemakaian oleh pengunjung dalam mengoperasikan web;
- d. Dapat digunakan secara efisien;

e. Memuaskan pengunjung hingga akhirnya tertarik untuk kembali lagi.

2. Sistem Navigasi

Navigasi yang mudah dipahami oleh pengunjung secara keseluruhan.

3. *Graphic Design*

Pemilihan grafis, *layout*, warna, bentuk maupun tipografi yang menarik visual pengunjung untuk menjelajahi *website*.

4. *Content*

Isi atau konten sebuah *website* harus bermanfaat bagi pengguna.

5. Kompatibilitas

Seberapa luas sebuah *website* didukung kompatibilitas peralatan yang ada, misalnya *browser* dengan berbagai *plug-in* miliknya (*IE, Mozilla, Opera, Chrome, Netscape, Lynx, Avant, Maxthon* dan masih banyak lagi dengan berbagai versi dan *plugin*-nya).

6. Waktu Panggil (*Loading Time*)

Seberapa cepat sebuah *website* muncul atau menampilkan sesuatu dilayar *browser* pengunjungnya.

7. *Functionality*

Seberapa baik sebuah *website* bekerja dari aspek teknologikalnya.

**D. Kualitas Website**

Menurut Hasanov dan Khalid (2015), persepsi pengguna tentang kualitas *website* yakni berdasarkan fitur di situs web yang memenuhi kebutuhan pengguna dan menonjolkan keunggulan dari *website* tersebut. Beberapa *website* dikategorikan

menjadi keamanan, kenikmatan, kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan kualitas layanan.

Pada saat yang sama, desain *website* merupakan faktor penentu penting dari fitur *website*, dan sangat penting dalam mencapai kualitas layanan yang ditawarkan kepada pengguna melalui *website*. Fitur penting dalam kesuksesan sebuah desain *website* adalah estetika penampilan, navigasi, dan tampilan konten yang terorganisir dan dikelola dengan baik.

Menurut mereka, sebuah situs informatif memungkinkan pengguna untuk membandingkan dan mengevaluasi alternatif produk, sehingga meningkatkan kepuasan pengguna dan memberikan kontribusi niat pengguna. Kualitas informasi yang ditawarkan dalam *website* juga merupakan faktor penting, kualitas informasi memiliki pengaruh tertinggi pada kepuasan pengguna diantara semua dimensi kualitas *website*. Dalam penelitian ini, dimensi model *WebQual* 4.0 dijadikan sebagai penentu utama dari variabel independen pengukuran kualitas *website*.

#### **E. *WebQual***

*WebQual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. *WebQual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaan, hingga versi terakhir yaitu *WebQual* 4.0 (Nada dan Wibowo, 2015). Metode ini merupakan pengembangan dari *Servqual* yang disusun oleh Parasuraman.

*WebQual* adalah pengukuran berdasarkan pada kualitas fungsi penyebaran (*quality function deployment*) atau biasa disebut dengan QFD, yang merupakan proses terstruktur dan disiplin yang menyediakan sarana untuk mengidentifikasi

dan membawa aspirasi pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk dan atau jasa serta implementasinya. Aplikasi QFD berawal dari menangkap "suara pelanggan", dengan kata lain menemukan kebutuhan kualitas sesuai keinginan pengguna. Kualitas ini kemudian diberikan kembali ke pelanggan dan membentuk dasar dari evaluasi kualitas produk atau layanan. Pengguna juga diminta untuk menilai masing-masing kualitas, yang dapat membantu pemahaman tentang kualitas apa yang dianggap oleh pengguna paling penting dalam situasi tertentu.

“*WebQual* merupakan instrumen untuk menilai kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dari situs internet, terutama yang menawarkan fasilitas *e-commerce* dan pemasaran” (sumber : <http://www.WebQual.co.uk>).

#### **F. Dimensi Kualitas *WebQual* 4.0**

Dimensi kualitas *WebQual* 4.0 disusun berdasarkan 22 instrumen dalam tiga dimensi. Dimana setiap dimensi dapat membantu untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna *website* (Elangovan, 2013).

Menurut Nada dan Wibowo (2015), *WebQual* 4.0 merupakan suatu pengukuran untuk mengukur kualitas *website* berdasarkan instrumen-instrumen penelitian yang dapat dikategorikan ke dalam empat variabel, yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi (*interaction quality*), dan *overall impression*, seperti dapat dilihat pada bagan Gambar 2.1.

Quality	Description
Usability	
1	I find the site easy to learn to operate
2	My interaction with the site is clear and understandable
3	I find the site easy to navigate
4	I find the site easy to use
5	The site has an attractive appearance
6	The design is appropriate to the type of site
7	The site conveys a sense of competency
8	The site creates a positive experience for me
Information Quality	
9	Provides accurate information
10	Provides believable information
11	Provides timely information
12	Provides relevant information
13	Provides easy to understand information
14	Provides information at the right level of detail
15	Presents the information in an appropriate format
Interaction Quality	
16	Has a good reputation
17	It feels safe to complete transactions
18	My personal information feels secure
19	Creates a sense of personalization
20	Conveys a sense of community
21	Makes it easy to communicate with the organization
22	I feel confident that goods/services will be delivered as promised
Overall Impression	
23	My overall view of this Web-site

(Sumber : <http://www.WebQual.co.uk>)

### Gambar II.1. Dimensi Kualitas *WebQual 4.0*

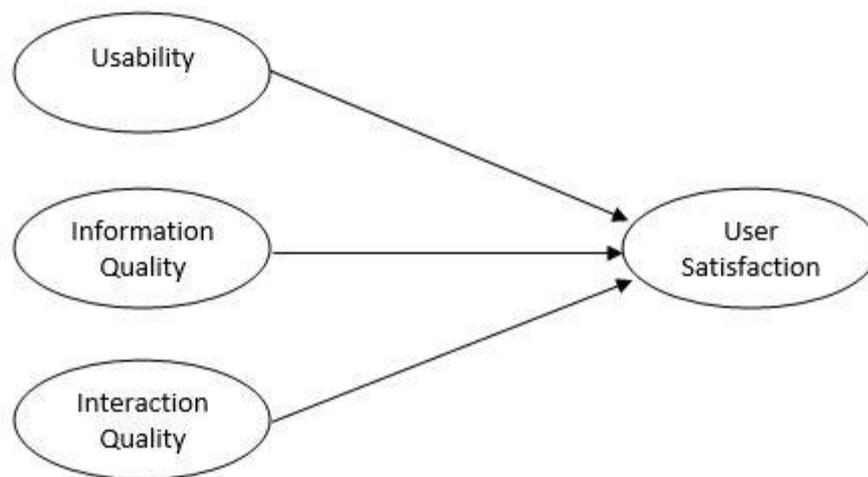
*WebQual 4.0* disusun berdasarkan penelitian pada empat dimensi yaitu :

1. Kualitas kegunaan (*Usability* dari *human computer interaction*)  
*Usability* merupakan mutu yang berhubungan dengan rancangan *website*, seperti penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi, dan gambaran yang akan disampaikan ke pengguna. Kualitas penggunaan meliputi, kemudahan untuk dipelajari dan dioperasikan, kemudahan untuk dimengerti, kemudahan untuk ditelusuri, kemudahan untuk digunakan dalam menjelajahi *website*, menampilkan bentuk visual

yang sesuai, dan memiliki kompetensi yang baik dalam memberikan pengalaman baru yang menyenangkan.

2. Kualitas informasi dari penelitian sistem informasi (*information quality*) *Information quality* adalah mutu dari isi yang terdapat pada *website*, sesuai atau tidaknya informasi untuk tujuan pengguna seperti akurasi, format dan keterkaitannya. Kualitas informasi meliputi hal-hal seperti informasi yang akurat, informasi yang bisa dipercaya, informasi yang *up to date* atau terbaru, informasi yang sesuai dengan topik bahasan, informasi yang mudah dimengerti, informasi yang sangat lengkap, dan informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai.
3. Kualitas interaksi dan kualitas layanan dari penelitian kualitas sistem informasi (*service interaction quality*) *Service interaction quality* adalah mutu dari interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki kedalam *website* lebih dalam. Kualitas interaksi meliputi kemampuan memberi rasa aman saat transaksi, memiliki reputasi yang bagus, memudahkan komunikasi, menciptakan perasaan emosional yang lebih personal, memiliki kepercayaan dalam menyimpan informasi pribadi pengguna, dan mampu memberikan keyakinan bahwa janji yang disampaikan akan ditepati.
4. Kualitas keseluruhan (*Overall impression*) Penelitian kualitas dari keseluruhan ketiga kualitas di atas.

Penelitian ini menggunakan metode *WebQual* 4.0, dengan variabel *Usability*, *Information Quality*, *Interaction Quality* berperan sebagai variabel independen, sedangkan variabel *Overall* disini lebih diartikan sebagai *overall* terhadap *User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna) dan berperan sebagai variabel dependen.



**Gambar II.2. Model *WebQual* 4.0**

### **G. Penentuan Jumlah Sampel**

Untuk analisis faktor, ukuran sampel yang direkomendasikan adalah tidak kurang dari 50 observasi, dan disarankan ukuran sampel 100 atau lebih. Sebagai aturan umum, beberapa peneliti merekomendasikan rasio 10:1 atau 20:1 kasus untuk setiap variabel (Hair, dkk, 2006:98-99). Hal ini dimaksud adalah jika item kuesioner dirancang sebanyak 20 item, maka ukuran sampel minimal adalah  $20 \times 10 = 200$ .

Untuk analisis regresi, disarankan adalah 15 – 20 observasi per independen variabel (Hair, dkk, 2006:166), selanjutnya dijelaskan bahwa ukuran sampel dapat mengurangi batas penerimaan loading faktor pada item. Contohnya, untuk 100 responden, maka loading faktor sebesar 0.55 atau lebih dapat dianggap signifikan. Sedangkan untuk loading faktor 0.30 dapat dianggap signifikan untuk ukuran sampel 350 atau lebih.

Fraenkel dan Wallen (1993:92) menyarankan besar sampel minimum untuk :

1. Penelitian deskriptif sebanyak 100
2. Penelitian korelasional sebanyak 50
3. Penelitian kausal-perbandingan sebanyak 30/group
4. Penelitian eksperimental sebanyak 30/15 per group

## **H. Regresi Linear Berganda**

Regresi linear berganda adalah analisis yang menjelaskan bagaimana eratnya hubungan antara beberapa variabel independen dengan sebuah variabel dependen (Nazir, 2003).

Menurut Supranto (2001, p265) persamaan umumnya adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \dots + b_n X_n$$

Dengan Y adalah variabel dependen dan X adalah variabel-variabel independen, a adalah konstanta dan  $b_1, b_2, b_n$  adalah koefisien regresi pada masing-masing variabel independen.

Apabila persamaan garis regresi linear berganda sudah diestimasi, maka persamaan tersebut dapat digunakan untuk membuat pendugaan (ramalan) nilai  $Y$ , apabila nilai beberapa variabel bebas  $X_1, X_2, \dots, X_n$  sudah diketahui.

Kelebihan persamaan regresi linear berganda untuk meramalkan adalah bahwa kita dapat mengetahui besarnya pengaruh secara kuantitatif dari setiap variabel bebas, kalau pengaruh variabel lainnya dianggap konstan.

Supranto (2001, p265) menambahkan, agar suatu persamaan regresi dapat digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen  $Y$ , sebaiknya dilakukan pengujian terlebih dahulu terhadap seluruh koefisien regresi, dengan tujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen yang dimasukkan dalam persamaan regresi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap  $Y$  atau tidak. Persamaan regresi linear yang akan digunakan untuk meramalkan biasanya disertai dengan nilai  $R^2$  yang merupakan koefisien determinasi berganda, sebagai ukuran tepat tidaknya garis tersebut sebagai pendekatan.

## **I. Skala Likert**

Skala Likert adalah teknik pengukuran sikap (*attitude*) yang banyak digunakan dalam penelitian sosial karena kesederhanaannya. Skala Likert sangat bermanfaat untuk membandingkan skor sikap seseorang dengan distribusi skala dari sekelompok orang lainnya, serta untuk melihat perkembangan atau perubahan sikap sebelum dan sesudah eksperimen atau kegiatan.

Menurut Nazir (2003 p339), skala Likert dapat memperlihatkan suatu pernyataan yang dinyatakan dalam beberapa respons alternatif (seperti sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju) tentang senang atau tidak senang terhadap suatu pernyataan. Skala Likert dapat memberikan keterangan yang

lebih nyata dan jelas tentang pendapat atau sikap responden tentang isu yang dipertanyakan.

#### **J. Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan melihat *corrected item-total correlation* dalam analisis faktor. Angka *corrected item-total correlation* berasal dari korelasi Momen Produk Pearson antara butir pertanyaan yang akan diuji dengan total skor butir pertanyaan (Nada dan Wibowo, 2015).

#### **K. Metodologi Penelitian**

Dalam melaksanakan penelitian deskriptif, maka tahapan atau metodologi penelitian yang dijalani adalah sebagai berikut (Nazir, 2003).

1. Merumuskan kerangka teori atau konseptual yang kemudian diturunkan dalam bentuk hipotesis-hipotesis untuk diverifikasikan.
2. Merumuskan hipotesis-hipotesis yang ingin diuji.
3. Melakukan pengumpulan data dengan menentukan objek penelitian, jenis dan sumber data, serta melakukan studi pustaka dan studi lapangan menggunakan kuesioner.
4. Setelah data terkumpul, peneliti membuat tabulasi serta analisis statistik terhadap data yang telah dikumpulkan, melakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap alat ukur lalu melakukan analisis regresi linear berganda. Membuat kesimpulan dan saran dari semua hasil analisis yang sudah dilakukan

Suharsimi Arikunto dalam Ramanda (2010: 63) menyebutkan beberapa teknik pengumpulan data dengan menggunakan angket, antara lain :

1. Tidak memerlukan hadirnya peneliti
2. Dapat dibagikan secara serentak kepada banyak responden
3. Dapat dijawab oleh responden menurut kecepatannya masing-masing dan menurut waktu senggang responden
4. Dapat dibuat anonim sehingga responden bebas, jujur, dan tidak malu-malu menjawab
5. Dapat dibuat standar sehingga bagi semua responden dapat diberi pertanyaan yang benar-benar sama
6. Waktu yang diperlukan relatif singkat dalam menghimpun data
7. Pengumpulan data akan lebih efisien ditinjau dari segi biaya, tenaga, dan memudahkan dalam pengelolaannya.

Skala yang digunakan dalam angket ini adalah skala *likert*. Sugiyono (2008: 134) menyatakan “skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Fenomena sosial disini telah ditetapkan sebagai variabel penelitian. Lebih lanjut Sugiyono (2008: 134) menjelaskan “dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.”

## 2.2. Penelitian Terkait

**Tabel II.1. Ringkasan Kajian Pustaka terkait  
Pengukuran Tingkat Kualitas Website**

Tahun	Peneliti	Metode	Kelebihan	Kekurangan
2013	N. Elangovan	Webqual 4.0	1. Nilai R-Square adalah 0,444, yang berarti 44,4% dari varians dalam variabel dependen menunjukkan bahwa jumlah kepuasan pengguna dapat dipengaruhi oleh pengelolaan kegunaan, interaksi layanan dan informasi yang berkualitas. 2. Penelitian tersebut membantu <i>B-School</i> dalam merancang sebuah website dengan fitur yang akan memberikan pengguna berbagai informasi dan utilitas, sehingga membuat website gateway untuk semua pemangku kepentingan dan menciptakan kepuasan didalamnya.	Ada satu butir pertanyaan yang tertinggal, yang menyangkut dimensi <i>Interaction Quality</i> yakni <i>Good Reputation</i> . Dimana sebuah <i>website</i> sekolah itu penting memiliki reputasi yang baik tetapi tidak dipertanyakan oleh sang peneliti kepada respondennya.
2013	Azleen Ilias, Rahida Abdul Rahman, dan Mohd Zulkeflee Abd Razak	EUCS model (End-User Computing Satisfaction)	1. Nilai R-Square 0.778 yang berarti 77.8% dari kelima faktor EUCS mempengaruhi kepuasan pengguna. 2. Menemukan bahwa kepuasan hanya dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan (koefisien <i>Beta</i> sebesar 0.859) yang berhubungan dengan keseluruhan presentasi website.	Ada satu dari enam hipotesis penelitian yang ditolak, yakni hipotesis yang mengatakan ada pengaruh signifikan dari lima faktor EUCS terhadap kepuasan pengguna, karena terbukti secara parsial faktor kemudahan penggunaan ( <i>ease of use</i> ) merupakan satu-satunya
2014	Zahreza Fajar Setiara Putra, Mohammad Sholeh, dan Naniek Widyastuti	Webqual 4.0	Pengukuran kualitas layanan tiap item-item pertanyaan menggunakan Pengukuran skala Likert yang hasilnya lebih mudah dipahami.	Tidak ada perhitungan nilai korelasi antara kualitas website dengan kepuasan pengguna baik secara parsial maupun simultan.
2015	Jasur Hasanov dan Haliyana Khalid	Webqual 4.0	Hasil analisis membuktikan bahwa kualitas website memiliki dampak positif pada kepuasan pelanggan (hipotesis dapat diterima karena $r=0.339$ , $p<0.05$ ).	Tidak ada hubungan yang signifikan (R-Square 0.070) antara kualitas website dan niat belanja online makanan organik di Malaysia.
2015	Noora Qotrun Nada dan Setyoningsih Wibowo	Webqual 4.0	Peneliti mensiasati analisis regresi dengan metode <i>stepwise</i> yang memberikan rekomendasi agar variabel InfoQual dan <i>Usability</i> dikeluarkan dari model karena tidak signifikan memberikan pengaruh kepada kepuasan pengguna. Begitu juga dengan nilai konstanta regresi. Sehingga koefisien <i>Beta</i> untuk variabel InteractionQual 0.620 dengan signifikansi $p=0.000$ .	1. Mendapati hasil bahwa variabel InfoQual dan <i>Usability</i> tidak signifikan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna. 2. Penelitian ini mempunyai keterbatasan dimana responden hanya dari kalangan mahasiswa saja, bisa dibandingkan jika responden lebih beragam atau mengambil dari kalangan dosen dan tenaga kependidikan.
2016	Didik Kurniawan	Webqual 4.0	1. Pengukuran kualitas layanan tiap item-item pertanyaan menggunakan Pengukuran skala Likert yang hasilnya lebih mudah dipahami. 2. Semua hipotesis penelitian tidak ada yang ditolak (H1, H2, H3, dan H4 diterima). 3. Nilai R-Square 0.715 yang berarti 71.5% dari ketiga dimensi <i>WebQual</i> 4.0 ( <i>Usability</i> , <i>Information Quality</i> , <i>Interaction Quality</i> ) mempengaruhi kepuasan pengguna.	-

### 2.3. Objek Penelitian

Objek penelitian ini dilaksanakan pada instansi pemerintahan yang berfokus pada kejadian bencana di Indonesia yaitu Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB). Penelitian dilakukan pada *website* instansi yang beralamatkan <http://bnpb.go.id> . Penelitian yang dilakukan adalah mengukur tingkat kualitas *website* BNPB dari pendapat pengguna internet secara umum dengan metode *WebQual 4.0*.