

## Pengaruh Kualitas *Website* BPS Kab. Siak Terhadap Kepuasan Pengguna *Website* Menggunakan Metode Webqual 4.0

Nofirman<sup>1\*</sup>, Nizwardi Jalinus<sup>2</sup>, Dedy Irfan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Aparatur Sipil Negara Kabupaten Siak

<sup>2,3</sup>Program Chief Information Officer, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Padang

\*Corresponding author, e-mail: nofirman1982@gmail.com

**Abstrak**— Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas *website* BPS Kab. Siak terhadap kepuasan pengguna *website*. Pada penelitian ini kualitas *website* diukur dengan menggunakan metode webqual. Variabel webqual merupakan variabel bebas yang terdiri dari kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan. Sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan pengguna. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif korelasional. Sampel dipilih dari populasi pengguna *website* BPS Kab. Siak, yang dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dengan signifikansi 10%. Untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian ini menghasilkan pengaruh yang positif dan signifikan dari ketiga variabel bebas terhadap kepuasan pengguna, baik secara parsial maupun secara simultan.

**Kata Kunci** : Webqual, Kepuasan Pengguna, Regresi Linier Berganda

**Abstract**— This study aims to determine the influence of *website* quality of BPS Kab. Siak to the satisfaction of *website* users. In this study the quality of the *website* is measured by using webqual method. Webqual variables are independent variables consisting of ease of use, quality of information and quality of service interaction. The dependent variable is user satisfaction. The research method used in this research is quantitative correlation method. Sample selected from population of *website* user of BPS Kab. Siak, calculated using Slovin formula with 10% significance. To test the effect of the independent variable on the dependent variable using multiple linear regression analysis. This research resulted in a positive and significant influence of the three independent variables on user satisfaction, either partially or simultaneously.

**Keywords**: Webqual, User Satisfaction, Multiple Linear Regression.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License.

### I. PENDAHULUAN

Perkembangan TI yang demikian pesat memberikan peluang inovasi produk dan layanan berbasis TI bagi suatu organisasi. Kebutuhan informasi menjadi salah satu faktor penggunaan TI, karena dengan TI kita dapat menghasilkan informasi yang cepat, akurat, dan bisa diakses kapanpun dibutuhkan. Perkembangan TI di Indonesia saat ini tidak hanya dimanfaatkan oleh dunia bisnis dan industri saja, tetapi juga sudah dimanfaatkan oleh instansi pemerintah.

Penggunaan TI di instansi pemerintahan mutlak harus dilaksanakan sesuai dengan Inpres No.3 Tahun 2003 tentang kebijakan dan strategi nasional pengembangan e-government.

Pengembangan e-government merupakan upaya untuk mengembangkan penyelenggaraan pemerintahan yang berbasis elektronik dalam rangka meningkatkan kualitas layanan publik secara efektif dan efisien. Pemanfaatan TI mencakup tentang pengolahan data, pengelolaan informasi, sistem manajemen dan proses kerja secara elektronik. Implementasi e-government disetiap organisasi atau instansi tergantung kepada tugas, fungsi, dan wewenang yang diemban oleh setiap lembaga pemerintahan, hal ini juga berlaku pada instansi Badan Pusat Statistik (BPS).

Badan Pusat Statistik (BPS) merupakan Lembaga Pemerintah Non Kementerian yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden.

BPS memiliki tugas sebagai penyedia data dan informasi statistik yang berkualitas, lengkap, akurat, mutakhir, berkelanjutan, dan relevan. Data dan informasi statistik yang disediakan oleh BPS merupakan rujukan bagi pemerintah dalam upaya perumusan kebijakan untuk menyusun perencanaan, melakukan pemantauan dan evaluasi program-program agar sasaran-sasaran yang telah ditetapkan, dicapai dengan tepat, sehingga pembangunan dapat dilaksanakan dengan efektif, efisien dan akuntabel. Selain itu data dan informasi statistik dari BPS juga dibutuhkan oleh sektor swasta, pelajar, mahasiswa dan masyarakat umum untuk perencanaan bisnis, penelitian, tugas kuliah, publikasi dan lain-lain.

*Website* BPS merupakan aplikasi e-government yang memiliki peranan yang sangat penting dalam menyampaikan data dan informasi statistik bagi pengguna data. BPS memiliki *website* mulai dari BPS Pusat, BPS Provinsi dan sampai ke tingkat BPS Kabupaten/Kota. Tiap-tiap *website* BPS menyajikan data dan informasi statistik sesuai dengan tingkat wilayahnya masing-masing.

Salah satu Rencana Strategis BPS tahun 2015-2019 adalah peningkatan kualitas hubungan dengan pengguna data, dengan indikator meningkatnya jumlah pengunjung eksternal *website* BPS dan meningkatnya kepuasan konsumen akan layanan *website* BPS[1]. Strategi yang digunakan BPS untuk meningkatkan kualitas hubungan dengan pengguna data adalah dengan cara meningkatkan kualitas dari *website* BPS.

Analisis mengenai kualitas *website* BPS khususnya *website* BPS Kab. Siak dan bagaimana pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak selama ini belum pernah dilakukan. Sehingga saat ini belum diketahui bukti empiris yang menyatakan kualitas *website* BPS Kab Siak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna *website*. Berdasarkan hal tersebut maka sangat perlu dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas *Website* BPS Kab. Siak Terhadap Kepuasan Pengguna *Website* dengan Metode Webqual 4.0 “.

## II. STUDI PUSTAKA

### 2.1 Kualitas

Menurut Juran [2] kualitas didefinisikan dengan cara sederhana yaitu sebagai kesesuaian untuk digunakan. Lovelock dan

Wright [3] mendefinisikan mengenai kualitas dengan pernyataan berikut: Kualitas meliputi setiap aspek dari suatu perusahaan dan sesungguhnya merupakan suatu pengalaman emosional bagi pelanggan. Pelanggan ingin merasa senang dengan pembelian mereka, merasa bahwa mereka telah mendapatkan nilai terbaik dan ingin memastikan bahwa uang mereka telah dibelanjakan dengan baik, dan mereka merasa bangga akan hubungan mereka dengan sebuah perusahaan yang bercitra mutu tinggi.

Berdasarkan beberapa definisi yang telah diungkapkan oleh para ahli, dapat dinyatakan definisi kualitas ditentukan pada konsumen. Kualitas adalah suatu hal yang diputuskan oleh konsumen, bukan diputuskan oleh penyedia seperti perusahaan atau instansi. Sesuatu yang dibutuhkan atau diharapkan oleh konsumen akan memiliki kualitas jika sesuatu tersebut bisa memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen. Kualitas meliputi jasa, produk, manusia, lingkungan dan proses. Kondisi kualitas yang dinamik, sehingga kualitas akan suatu hal untuk saat ini akan bisa berbeda dengan kondisi kualitasnya dimasa mendatang.

### 2.2 Kualitas Website

Menurut Suyanto [4] kriteria-kriteria *website* yang baik dapat dilihat dari beberapa faktor yaitu: *usability, sistem navigasi, desain visual, konten, compatibility, loading time, functionality, accesibility dan interactivity*.

Menurut Hyejeong dan Niehm [5] mengungkapkan bahwa para peneliti terdahulu membagi dimensi kualitas *website* menjadi lima yaitu:

1. Informasi yang meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat, dan relevan.
2. Keamanan yang meliputi kepercayaan, privasi, dan jaminan keamanan.
3. Kemudahan yang meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah dimengerti, dan kecepatan.
4. Kenyamanan yang meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif.
5. Kualitas pelayanan yang meliputi kelengkapan secara online dan *customer service*.

### 2.3 Webqual

Webqual adalah suatu metode pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi

pengguna akhir. Webqual telah dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan butir-butir pertanyaannya. Pengembangan webqual telah mencapai versi 4.0. Pada webqual 4.0 disusun berdasarkan pada penelitian tiga area yaitu: kualitas informasi, kualitas interaksi layanan dan kemudahan penggunaan/ *usability*.

Menurut Barnes dan Vidgen [6] *usability* merupakan kualitas yang berhubungan dengan desain *website* dan kemudahan. Jadi terdapat dua subkategori pada kemudahan pengguna yaitu: kemudahan dan desain *website*. Menurut Barnes dan Vidgen [6] kemudahan dalam webqual 4.0 terdiri dari: kemudahan untuk mempelajari pengoperasian *website*, interaksi pengguna dengan *website* jelas dan mudah dipahami, kemudahan dalam bernavigasi, dan kemudahan *website* untuk digunakan. Menurut Barnes dan Vidgen [6] desain *website* yang berkualitas adalah memiliki tampilan yang menarik dan menyenangkan, memiliki kompetensi, tampilan sesuai dengan jenis *website* dan memberikan pengalaman yang positif bagi pengguna *website*.

Menurut Barnes dan Vidgen [6] kualitas informasi memiliki kategori sebagai berikut:

1. Akurat.
2. Dipercaya.
3. Tepat waktu.
4. Relevan.
5. Mudah dipahami.
6. Lengkap dan detail.
7. Memiliki format yang tepat.

Kualitas interaksi layanan merupakan mutu interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki kedalaman *website* secara lebih dalam sehingga terwujud kepercayaan dan empati terhadap *website*. Jadi terdapat dua subkategori pada kualitas interaksi layanan yaitu: kepercayaan dan empati.

Menurut Barnes dan Vidgen [6] interaksi layanan yang menimbulkan kepercayaan bagi pengguna layanan dengan cara:

1. *Website* memiliki reputasi yang baik.
2. Rasa aman untuk menyelesaikan transaksi.
3. Rasa aman akan informasi yang bersifat pribadi.
4. Percaya bahwa barang/jasa akan diterima sesuai janji.

Menurut Barnes dan Vidgen [6] interaksi layanan yang berkualitas sehingga

terwujudnya empati adalah dengan cara menciptakan rasa personalisasi bagi pengguna, memberikan ruang berkomunikasi antar sesama pengguna *website*, memberi kemudahan untuk berkomunikasi dengan penyedia layanan.

## 2.4 Kepuasan Pengguna

Saat ini kepuasan konsumen merupakan hal penting, baik bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang barang/jasa maupun bagi instansi pemerintahan dalam memberikan pelayanan terhadap masyarakat. Makanya sering kita dengar slogan yang menyatakan bahwa konsumen adalah raja, ini tentunya tidak lepas dari upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Konsumen dari *website* BPS Kab.Siak tentunya merupakan pengguna *website* tersebut.

Menurut Kotler [7] kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya.

Westbrook & Reilly dalam Tjiptono [8] mengemukakan bahwa kepuasan konsumen merupakan respon emosional terhadap pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa yang didapatkan.

Berdasarkan beberapa definisi kepuasan dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna *website* BPS Kab.Siak adalah perasaan yang dirasakan oleh pengguna *website* setelah membandingkan layanan yang didapatkannya dari *website* dengan harapan atau keinginannya terhadap layanan *website*.

Menurut Irawan [9] faktor – faktor yang pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

1. Kualitas produk.  
Pelanggan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga.  
Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality*.  
Kepuasan terhadap kualitas pelayanan merupakan sesuatu yang biasanya sulit ditiru.
4. *Emotional Factor*.

Pelanggan akan merasa puas dan bangga karena adanya emosional value yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut.

5. Biaya dan kemudahan.

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Kotler [10] menyatakan ciri-ciri konsumen yang merasa puas sebagai berikut:

1. Loyal terhadap produk

Konsumen yang puas cenderung loyal dimana mereka akan membeli ulang dari produsen yang sama.

2. Adanya komunikasi dari mulut ke mulut yang bersifat positif.

Komunikasi dari mulut ke mulut (word of mouth communication) yang bersifat positif yaitu rekomendasi kepada calon konsumen lain dan mengatakan hal-hal yang baik mengenai produk dan perusahaan.

3. Perusahaan menjadi pertimbangan utama ketika membeli produk lain.

Ketika konsumen ingin membeli produk yang lain, maka perusahaan yang telah memberikan kepuasan kepadanya akan menjadi pertimbangan yang utama.

### III. METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna *website* BPS Kab. Siak selama bulan Januari 2018 s/d Februari 2018. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode non-probability sampling. Dengan menggunakan rumus Slovin didapatkan sampel minimal sebanyak 91 responden.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibedakan menjadi dua kategori yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Adapun yang termasuk dalam variabel bebas (X) pada penelitian ini adalah: Kemudahan Penggunaan (X1), Kualitas Informasi (X2) dan Kualitas Interaksi Layanan (X3). Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah Kepuasan Pengguna (Y).

Untuk menghasilkan gambaran umum tentang variabel-variabel yang diteliti maka dilakukan analisis deskriptif. Pada penelitian

ini analisis deskriptif menggunakan rumus derajat pencapaian.

Sebelum dilakukan uji hipotesis dengan analisis regresi berganda, maka perlu dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu, agar data sampel yang diolah benar-benar dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Uji asumsi klasik terdiri dari uji linieritas, uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Setelah persyaratan uji asumsi klasik terpenuhi, maka selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Untuk hipotesis pertama, kedua dan ketiga di uji dengan menggunakan uji t, sedangkan hipotesis keempat di uji dengan uji F.

Untuk melihat pengaruh secara keseluruhan dari variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat dari koefisien determinasi. Sedangkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan menghitung sumbangan efektif untuk tiap-tiap variabel bebas.

### IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Analisis Deskriptif

Berdasarkan hasil penghitungan derajat pencapaian diperoleh derajat pencapaian untuk tiap variabel dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Rangkuman Derajat Pencapaian Variabel Penelitian

Variabel	Derajat Pencapaian (%)	Kategori
Kemudahan Penggunaan	65,01	Cukup
Kualitas Informasi	66,85	Cukup
Kualitas Interaksi Layanan	65,15	Cukup
Kepuasan Pengguna	68,10	Cukup

Dari data diketahui bahwa semua variabel dalam penelitian ini mempunyai nilai derajat pencapaian yang termasuk dalam kategori cukup.

#### 4.2 Uji Persyaratan Analisis

Sudjana [11] menyatakan bahwa persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi untuk penggunaan teknik analisis korelasi dan

regresi adalah (a) garis hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat membentuk garis linier (b) data berasal dari populasi yang berdistribusi normal, (c) kelompok populasi mempunyai varians yang homogen, (d) antar variabel bebas tidak berkorelasi secara signifikan (*independen*).

#### a. Uji Linieritas

Pada Tabel 2, diketahui nilai signifikansi linearity untuk tiap variabel bebas adalah  $0,00 < 0,05$  dan nilai signifikansi deviation from linearity untuk tiap variabel bebas  $> 0,05$ , dengan demikian antara variabel kepuasan pengguna (Y) mempunyai hubungan yang linear dengan masing-masing variabel bebas.

Tabel 2. Rangkuman Hasil Uji Linieritas

Variabel	Linearity	Deviation From Linearity	Ket
X1 dengan Y	0,00	0,234	Linier
X2 dengan Y	0,00	0,062	Linier
X3 dengan Y	0,00	0,074	Linier

#### b. Uji Normalitas

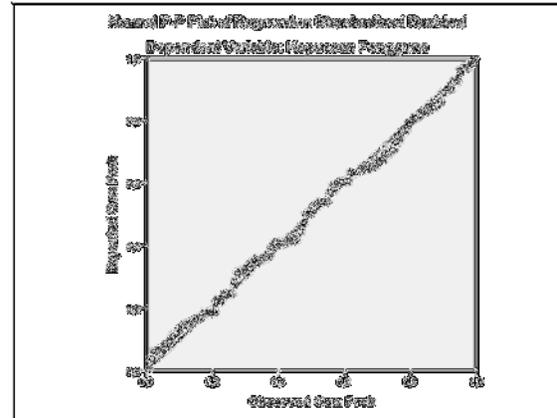
Pada Tabel 3 diketahui nilai bahwa nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* sebesar  $0,200 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang kita uji berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas Data Dengan Kolmogorov Smirnov

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2,40356652
Most Extreme Differences	Absolute	0,045
	Positive	0,045
	Negative	-0,040
Test Statistic		0,045
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>0,200</b>

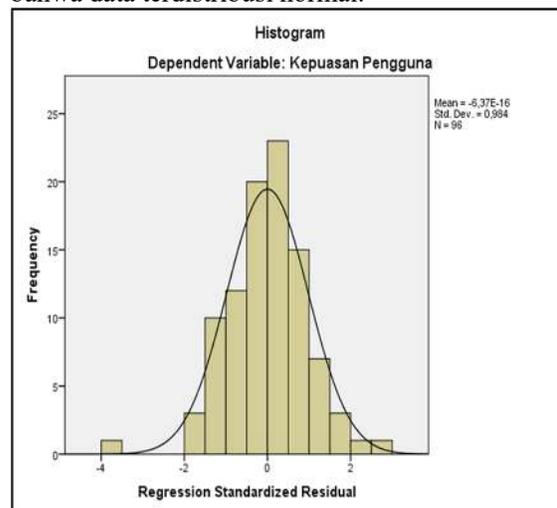
Selain dengan melihat nilai signifikan, uji normalitas juga dapat dilakukan dengan melihat histogram dan grafik *P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Berdasarkan Gambar 1 terlihat jumlah titik/ spot yang ditampilkan berjumlah 96 titik yang mendekati

garis diagonal dan menyebar mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.



Gambar 1. Grafik P-P Plots Uji Normalitas

Pada Gambar 2 menunjukkan bahwa pada grafik histogram terdapat adanya pola distribusi normal, dimana grafik mengikuti arah kurna normal. Hal ini menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.



Gambar 2. Histogram Uji Normalitas

#### c. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 4 diketahui tidak terdapat multikolinearitas yang berarti antara masing-masing variabel independen dalam model regresi, karena nilai toleransi lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10,00.

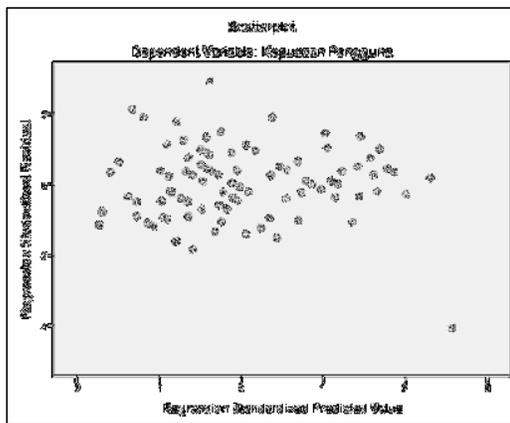
Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		

Kemudahan Penggunaan	0,782	1,279
Kualitas Informasi	0,716	1,396
Kualitas Interaksi Layanan	0,740	1,352

#### d. Uji Heterokedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas pada Gambar 3 menunjukkan bahwa titik-titik tersebar diatas dan dibawa angka nol. Titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang teratur sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Scatterplot Heterokedastisitas Variabel Penelitian

### 4.3 Hasil Uji Hipotesis

#### a. Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis pertama, hipotesis kedua dan hipotesis ketiga. Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai t hitung untuk tiap variabel bebas lebih besar dari t tabel (1,986) sedangkan nilai Sig. untuk tiap variabel bebas nilainya lebih kecil dari 0,05. Artinya hipotesis 1,2 dan 3 diterima, dengan demikian variabel kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 54,126 yang nilainya lebih besar dari F tabel (2,7) sedangkan nilai signifikan untuk pengaruh variabel independen secara bersama-

sama terhadap variabel dependen adalah 0,000 yang nilainya lebih kecil dari 0,05. Hasil ini menunjukkan  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_4$  yaitu terdapat pengaruh signifikan antara Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pengguna *website* BPS Kab. Siak.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Regresi

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0,214	2,190		0,098	0,923
Kemudahan Penggunaan	0,218	0,031	0,495	<b>6,984</b>	<b>0,000</b>
Kualitas Informasi	0,257	0,059	0,325	<b>4,390</b>	<b>0,000</b>
Kualitas Interaksi Layanan	0,168	0,069	0,178	<b>2,446</b>	<b>0,016</b>

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

#### b. Uji F

Uji F dilakukan untuk menguji hipotesis keempat

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien F

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	968,662	3	322,887	54,126	0,000
Residual	548,828	92	5,966		
Total	1517,490	95			

#### c. Koefisien Determinasi

Pada tabel 7 diperoleh nilai korelasi (r) variabel bebas secara bersama-sama sebesar 0,799. Nilai koefisien determinasi atau R square adalah sebesar 0,638 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel Kemudahan Penggunaan (X1), Kualitas Informasi (X2) dan Kualitas Interaksi Layanan (X3) secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pengguna (Y) sebesar 63,8% sedangkan sisanya 36,2 % dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi.

#### d. Sumbangan Efektif

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap

variabel kepuasan pengguna, dihitung dengan mencari sumbangan efektif untuk tiap variabel bebas. Hasil perhitungan sumbangan efektif dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 7. Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) variabel X1,X2,X3 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,799	0,638	0,627	2,44244
a. Predictors: (Constant), Kualitas Interaksi Layanan, Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi				

Tabel 8. Sumbangan Efektif Variabel Independen

Variabel Bebas	Beta	Pearson Correlation	SE (%)
Kemudahan Penggunaan	0,495	0,699	34,6
Kualitas Informasi	0,325	0,614	20
Kualitas Interaksi Layanan	0,178	0,519	9,2
TOTAL			63,8

#### 4.4 Pembahasan

##### a) Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pengguna Website BPS Kab. Siak

Hasil Uji t untuk variabel kemudahan penggunaan diperoleh nilai t hitung sebesar 6,984 yang nilainya lebih besar dari t tabel (1,986) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  artinya variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Nilai koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan bernilai positif yaitu sebesar 0,218, artinya terjadi hubungan yang positif antara kemudahan penggunaan dan kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak. Sehingga dapat diperoleh hasil variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak. Berdasarkan perhitungan sumbangan efektif, variabel kemudahan penggunaan berkontribusi sebesar 34,60% terhadap kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak. Nilai sumbangan efektif untuk variabel kemudahan penggunaan ini

merupakan nilai yang terbesar diantara variabel bebas lainnya dalam penelitian ini.

Variabel kemudahan penggunaan terdiri dari dua indikator yaitu kemudahan dan desain. Untuk indikator kemudahan diperoleh nilai derajat pencapaian sebesar 65,12%. Nilai ini berada pada kategori cukup. Untuk indikator desain, diperoleh derajat pencapaian sebesar 64,72 %. Nilai ini berada pada kategori kurang. Meningkatkan kemudahan dan desain *website* BPS Kab. Siak maka akan meningkatkan kepuasan pengguna *website*.

##### b) Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil Uji t untuk variabel kualitas informasi diperoleh nilai t hitung sebesar 4,390 yang nilainya lebih besar dari t tabel (1,986) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  artinya variabel kualitas informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Nilai koefisien regresi variabel kualitas informasi bernilai positif yaitu sebesar 0,257, artinya terjadi hubungan yang positif antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak. Sehingga dapat diperoleh hasil bahwa variabel kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak. Dengan diterimanya hipotesis kedua, maka untuk meningkatkan kepuasan pengguna dari *website* BPS Kab. Siak maka dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas informasi. Berdasarkan perhitungan sumbangan efektif, variabel kualitas informasi berkontribusi sebesar 20% terhadap kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak.

Variabel kualitas informasi terdiri dari tiga indikator yaitu waktu, isi dan bentuk. Untuk indikator waktu diperoleh nilai derajat pencapaian sebesar 64,17% dengan kategori kurang. Indikator isi memiliki nilai derajat pencapaiannya sebesar 67,03% dengan kategori cukup. bahwa derajat pencapaian untuk indikator bentuk dari informasi sebesar 69,17% dan berada pada kategori cukup.

Meningkatkan kualitas isi, waktu dan bentuk dari informasi yang disajikan pada *website* BPS Kab. Siak, maka kepuasan pengguna *website* juga akan mengalami peningkatan.

### c) Pengaruh Kualitas Interaksi Layanan terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil Uji t untuk variabel kualitas interaksi layanan diperoleh nilai t hitung sebesar 2,446 yang nilainya lebih besar dari t tabel (1,986) dan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$  artinya variabel kualitas interaksi layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Nilai koefisien regresi variabel kualitas interaksi layanan bernilai positif yaitu sebesar 0,168, artinya terjadi hubungan yang positif antara kualitas interaksi layanan dan kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak. Sehingga dapat diperoleh hasil bahwa variabel kualitas interaksi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak. Dengan diterimanya hipotesis ketiga, maka untuk meningkatkan kepuasan pengguna dari *website* BPS Kab. Siak maka dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas interaksi layanan. Berdasarkan perhitungan sumbangan efektif, variabel kualitas interaksi layanan berkontribusi sebesar 9,2% terhadap kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak. Nilai sumbangan efektif untuk variabel kualitas interaksi layanan ini merupakan yang terendah dibandingkan variabel bebas lainnya. Tentunya kualitas interaksi layanan ini sangat perlu diperbaiki demi peningkatan kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak.

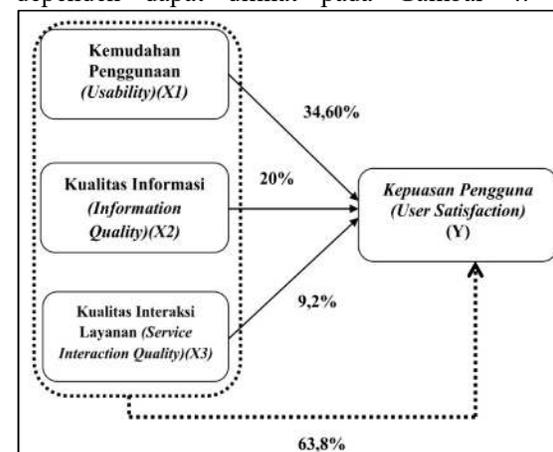
Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa derajat pencapaian untuk variabel kualitas interaksi layanan sebesar 65,15%. Nilai derajat pencapaian ini berada kategori cukup, bahkan mendekati kurang. Variabel kualitas interaksi layanan terdiri dari dua indikator yaitu kepercayaan dan empati. Untuk indikator kepercayaan memiliki derajat pencapaian 64,5% dan berada pada kategori kurang. Pengguna *website* BPS kab. Siak merasa kurang baik akan reputasi *website*, kemanan data pribadi, kepercayaan akan kesesuaian file yang didownload. Untuk indikator empati memiliki derajat pencapaian sebesar 66,77% dan termasuk kategori cukup. Pengguna *website* BPS Kab. Siak merasa cukup baik akan kemudahan yang diberikan untuk berkomunikasi dengan admin *website*.

### d) Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan terhadap Kepuasan Pengguna.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak, dapat diketahui dengan menggunakan Uji F. Hasil pengujian yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi antara variabel independen secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna adalah sebesar 63,80%, sedangkan sisanya 36,2% merupakan sumbangan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Hasil uji F analisis regresi berganda menunjukkan bahwa secara simultan variabel kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* BPS Kab. Siak. Meningkatkan secara bersama-sama kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan dari *website* BPS Kab. Siak berarti dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Berapa besar pengaruh dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Model Hasil Penelitian

## V. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan, memberi pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, baik secara parsial maupun simultan. Ketiga variabel bebas tersebut memberikan kontribusi sebesar 63,80% terhadap kepuasan pengguna. Variabel

kemudahan penggunaan memiliki kontribusi terbesar terhadap kepuasan pengguna, yaitu sebesar 34,6%. Diantara variabel bebas lainnya, variabel kualitas interaksi layanan memiliki kontribusi paling kecil terhadap kepuasan pengguna yaitu sebesar 9,2%. Hasil penelitian ini dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kualitas *website* BPS Kab. Siak sehingga kepuasan pengguna juga meningkat.

Padang. Lahir di Bukittinggi 2 November 1982. Menyelesaikan pendidikan sarjana pada Jurusan Matematika FMIPA dari Universitas Andalas Padang pada tahun 2006.

#### DAFTAR PUSTAKA

1. BPS. Rencana Strategis Badan Pusat Statistik 2015-2019. Jakarta: BPS; 2015.
2. Juran JM. Juran on Leadership for Quality, The Free Press, MacMillan, Inc. E. Nugroho (penerjemah) Kepemimpinan Mutu. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo; 1989.
3. Christoper LdLKW. Manajemen Pemasaran Jasa. Indonesia: PT. Indeks; 2007.
4. Suyanto AH. Web Design Theory and Practices. Yogyakarta: Andi; 2007.
5. Hyejeong K, Linda S.N. The Impact of Website Quality On Information Quality, Value, and Loyalty Intentions In Apparel Retailing. Journal Of Interactive Marketing. 2009.
6. Stuart J. Barnes RTV. An Integrative Approach to the Assesment of E-Commerce Quality. Journal of Electronic Commerce Research. 2002;3:114-27.
7. Kotler P. Marketing Management, Internasional Edition. New Jersey: Prentice Hall.; 2003.
8. Tjiptono F. Pemasaran Jasa Edisi 1. Malang: Bayu Media Publishing; 2005.
9. Irawan H. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo; 2004.
10. Kotler P. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control Millenium Edition. New Jersey: Prentice Hall Int, Inc.; 2000.
11. Sudjana. Teknik Analisis Regresi Dan Korelasi. Bandung: Tarsito; 1996.

#### *Biodata Penulis*

**Nofirman**, Mahasiswa Pascasarjana Fakultas Teknik Universitas Negeri