

5. Seharusnya sesuai dengan RKTL dari Faskab (dan seharusnya dikawal secara konsisten oleh masing-masing FK di tingkat kecamatan) Penataan Kelembagaan BKAD yang diselaraskan dengan UU no 6 tahun 2014 harus selesai pada akhir tahun 2014. Karenanya di tahun 2015 turun 2 pedoman bagi penataan dan pengakhiran program dari kementrian karena banyak yang belum melaksanakan. Faktor psikologis dan politis dari status dan keberlangsungan kontrak fasilitator PNPM MPd juga turut andil pada keterlambatan tersebut. Imbasnya adalah pada kinerja BKAD dan Unit kerjanya termasuk UPK yang menyebabkan timbulnya lima model yang semuanya bertujuan meningkatkan kinerja BKAD dan unit kerjanya termasuk UPK.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim, 2007, Pedoman umum PNPM Mandiri, PNPM Mandiri.
_____, 2010, Kabupaten Banyumas Dalam Angka, BPS Kabupaten Banyumas
_____, 2011, Kabupaten Banyumas Dalam angka, BPS Kabupaten Banyumas
_____, 2013, Laporan pelaksanaan bulan Februari 2013, PNPM-Mandiri
Perdesaan Kabupaten Banyumas-Propinsi Jawa Tengah
- Moleong, Lexy J, 2001, Metodologi Penelitian kualitatif. Penerbit PT Remaja Rosda karya Bandung.
- Undang-undang No. 1 Tahun 2013, Tentang Lembaga Keuangan Mikro, Sekretariat Negara, Jakarta dan www.hukumonline.com

PENGUKURAN KUALITAS WEBSITE PADA LAYANAN DRIVE TROUGH DENGAN METODE WEBQUAL

Oleh:

Tenggara Ananta Satriavi¹⁾, Jaryono¹⁾, Retno Widuri¹⁾

¹⁾Economics and Business Faculty, Universitas jendral soedirman
E-mail: tanantas23@yahoo.com

ABSTRACT

In the development of increasingly sophisticated technology is used the internet as a fulfillment customer need about product or service that is produced by a

company or organization. Known in terms of service quality websites in which artifacts are several dimensions that can be used as a benchmark to measure the quality contained in a website. In this study measured user satisfaction using variables or dimensions contained in the WebQual that are information quality, usability, and quality of service interaction. Respondents in this study is user or operator of drive through service provider. Multiple linear regression analysis was used to test the effect of independent variables on dependent variables. The results of this study concluded that only the quality of information that have an impact on user satisfaction. In other words, the drive through service provider should be able to improve the usability and quality of service interaction to be able to give satisfaction to the user or operator.

Keywords: webqual, information quality, usability, service interaction

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia teknologi informasi dewasa ini berkembang sangat pesat dalam kaitannya dengan dunia pelayanan jasa. Perkembangan dan kemajuan teknologi informasi ini telah memacu organisasi untuk menggunakan teknologi tersebut sebagai salah satu sarana penciptaan keunggulan bersaing yang paling penting, terutama di sektor jasa. Teknologi informasi secara umum, dan internet khususnya, memiliki dampak besar pada operasi bisnis (Delone, Mclean 2003). Menurut Mulyadi (1999), kesuksesan sistem informasi atau sistem informasi yang efektif memiliki makna sebagai sistem informasi yang mampu memberikan kepuasan kepada para pengguna jasanya (Nurniah 2005).

Dewasa ini banyak perusahaan jasa yang mulai menggunakan layanan internet sebagai media untuk memasarkan jasanya. Mulai dan jasa perbankan, rumah sakit, hingga drive through semua menggunakan bantuan teknologi informasi internet. Namun pada kenyataannya, perusahaan jasa ini kurang memperhatikan kualitas layanan yang mereka berikan, sehingga menimbulkan keluhan atau ketidakpuasan terhadap pengguna layanan jasa ini. Maka dan itu perlu dipahami dengan jelas apa pengertian dan layanan itu sendiri dan bagaimana cara mempertahankan pelayanan yang sudah berjalan dengan baik agar tetap bisa memberikan kepuasan bagi para penggunanya.

Dalam model servqual, Parasuraman et.al.,(1985) mendefinisikan kualitas layanan sebagai penilaian atau sikap global yang berkenaan dengan superioritas suatu layanan. Kualitas layanan hams dimulai dan kebutuhan dan berakhir pada persepsi. Kualitas layanan merupakan fungsi gap antara harapan konsumen terhadap layanan dan persepsi mereka terhadap layanan aktual yang dihasilkan perusahaan. Untuk menghindari adanya gap ini, maka penyedia layanan hams

mampu untuk mewujudkan harapan konsumen. Apabila harapan ini tidak tercapai, maka akan adanya ketidakpuasan bagi konsumen atau pengguna.

Dalam masalah kali ini peneliti akan membahas tentang kualitas layanan yang diberikan oleh pengguna jasa layanan internet drive through. Dalam usaha untuk memperbaiki kualitas layanan ini hal yang perlu diperhatikan antara lain kualitas informasi, kegunaan, serta kualitas interaksi layanan dan berujung pada kepuasan pengguna. Kualitas informasi yang baik perlu memperhatikan aspek keakuratan serta kekinian dalam penyampaiannya. Apabila tidak terdapat aspek tersebut maka kualitas dan suatu informasi tidak dapat dikatakan baik.

Variabel kualitas informasi, kegunaan dan kualitas interaksi layanan ini dikemukakan oleh Hermana (2010) dalam penelitiannya yang berjudul Pengukuran Kualitas Layanan Internet Banking. Namun dalam penelitiannya terdapat variabel secara keseluruhan (overall). Hasil dan penelitiannya menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan persepsi layanan e-banking antara nasabah bank swasta dan bank pemerintah.

Namun perilaku penggunaan internet mempengaruhi persepsi kualitas layanan pada variabel kegunaan, kualitas informasi, dan keseluruhan. Variabel interaksi layanan menunjukkan tingkat layanan yang tergolong rendah dibandingkan dengan 3 variabel webqual lainnya.

Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya (2012) yang berjudul Pengukuran Kualitas Layanan Webqual Kementrian KOMINFO dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0 menjelaskan bahwa dan 3 dimensi WebQual 4.0 yaitu kualitas informasi, kegunaan dan kualitas interaksi layanan, hanya dimensi kegunaan dan kualitas interaksi yang dinilai berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, sedangkan dimensi kualitas informasi dinilai tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website.

Kualitas informasi yang diberikan layanan drive through secara umum kurang memberikan dampak bagi para penggunanya. Namun apabila pengguna tersebut merasa mudah dalam menggunakan layanan yang ada pada website tersebut berarti fungsi dan kegunaan telah memberikan manfaat bagi para penggunanya. Namun dalam hal interaksi layanan para pengguna diharapkan dapat secara maksimal memanfaatkannya, karena dalam interaksi layanan ini terdapat aspek keamanan dan informasi yang diberikan. Aspek kegunaan serta interaksi layanan dirasa sudah dapat memberikan kontribusi yang signifikan, namun peneliti mengharapkan dan semua dimensi webqual yang ada dapat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna serta dapat meningkatkan layanan yang sudah ada.

Berdasarkan fenomena mengenai teori dimensi webqual yaitu kualitas informasi, kegunaan, kualitas interaksi layanan dan kepuasan pengguna, perlu diteliti tentang pengukuran kualitas layanan internet drive through dengan metode webqual.

Perumusan Masalah Penelitian

1. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through?
2. Apakah terdapat pengaruh positif kegunaan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through?
3. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through?
4. Apakah terdapat pengaruh positif kualitas informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through?

Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through.
2. Untuk menganalisis pengaruh kegunaan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through.

Hipotesis

- H1: Kualitas Informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through.
- H2 : Kegunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through.
- H3 : Kualitas Interaksi Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through.
- H4 : Kualitas Informasi, Kegunaan, dan Kualitas Interaksi Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi penelitian ini dilakukan di Samsat dan PDAM yang berada di Purwokerto, Purbalingga, Cilacap dan Banjarnegara yang menggunakan layanan internet drive through.

Subjek Penelitian

Karyawan atau operator pengguna layanan internet pada drive through Samsat dan PDAM di Purwokerto, Purbalingga, Cilacap dan Banjarnegara.

Objek Penelitian

Objek penelitiannya adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna yaitu kualitas informasi, kegunaan dan kualitas interaksi layanan.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan atau operator pengguna layanan internet drive through Samsat dan PDAM di Purwokerto, Purbalingga, Cilacap dan Banjarnegara.

2. Sampel

Dalam penentuan jumlah sample, penelitian ini menggunakan metode sampling jenuh (sensus), yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel (Sugiyono, 2012). Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah seluruh karyawan atau operator pengguna layana internet drive through Samsat dan PDAM di Purwokerto, Purbalingga, Cilacap dan Banjarnegara.

Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

1. Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna adalah fungsi dan kinerja yang dirasakan (perceived performance) dan harapan (expectations). Jika kinerja produk atau jasa lebih rendah dan harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan merasa puas, jika kinerja sampai melebihi harapan, maka konsumen akan merasa sangat puas (delighted) (Kotler, 2001). Seorang pengguna mampu menggunakan dan mengoperasikan layanan internet dan mau untuk mengulanginya lagi dalam jangka waktu lama dan tidak merasa kesulitan dalam mengoperasikannya, malah menganggap mudah.

Indikator:

- a. Tidak ada keluhan atau keluhan yang teratasi.
- b. Perasaan puas pengguna pada keseluruhan produk.
- c. Ke se suaian ekspektasi atau harapan pengguna.

2. Kualitas Informasi

Kualitas informasi adalah kualitas dan isi, kesesuaian informasi untuk keperluan pengguna seperti akurasi, format, dan relevansi (Barnes dan Vidgen, 2001). Informasi yang terse dia dan diberikan oleh internet mempunyai manfaat yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Indikator:

- a. Menyediakan informasi yang cukup jelas.
- b. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya.
- c. Menyediakan informasi yang up to date.
- d. Menyediakan informasi yang relevan.
- e. Menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami.
- f. Menyediakan informasi yang cukup detail
- g. Menyajikan informasi dalam format yang sesuai.

3. Kegunaan

Kegunaan adalah kualitas yang berkaitan dengan desain, misalnya penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan tampilan yang disampaikan kepada pengguna (Barnes dan Vidgen, 2001). Fungsi dan suatu layanan yang mampu memberikan manfaat.

Indikator:

- a. Kemudahan untuk dioperasikan.
- b. Interaksi dengan website jelas dan dapat dimengerti.
- c. Kemudahan untuk navigasi.
- d. Kemudahan menemukan alamat website.
- e. Tampilan yang atraktif.
- f. Tepat dalam penyusunan tata letak informasi.
- g. Tampilan sesuai dengan jenis website pemerintahan.
- h. Adanya penambahan pengetahuan dan informasi website.

4. Kualitas Interaksi

Layanan Kualitas interaksi layanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka mempelajari lebih dalam suatu website, diwujudkan oleh kepercayaan dan empati, misalnya masalah transaksi dan keamanan informasi, pengiriman produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik website (Barnes dan Vidgen, 2001). Kemampuan dalam mempertahankan hubungan dalam memberikan layanan.

Indikator:

- a. Mempunyai reputasi yang baik.
- b. Mendapatkan keamanan untuk melengkapi transaksi.
- c. Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi.
- d. Kemudahan untuk menarik minat dan perhatian.

- e. Kemudahan untuk memberi masukan (feedback).
- f. Tingkat kepercayaan yang tinggi atas informasi yang disampaikan.

Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan menggunakan Skala Likert berdasarkan 5 kategori "Tidak Setuju" sampai "Sangat Setuju".

HASIL ANALISIS

Gambaran Umum Responden

1. Dalam penelitian ini diketahui responden laki-laki lebih banyak daripada responden perempuan dikarenakan responden laki-laki lebih tahan uji bekerja dilapangan daripada responden perempuan. Selain itu responden laki-laki juga dianggap lebih tegas dalam pengambilan keputusan dan memecahkan masalah apabila terjadi masalah atau gangguan yang harus segera diselesaikan. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

| Jenis Kelamin | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|---------------|----------------|----------------|
| Laki-laki | 25 | 71.4 |
| Perempuan | 10 | 28.6 |
| Jumlah | 35 | 100.0 |

2. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berumur 21-30 tahun. Hal ini disebabkan karena pada usia tersebut sebagian besar orang berada pada tingkat produktivitas dan kestabilan dalam bekerja. Karyawan pada usia tersebut cenderung bekerja dengan lebih baik, memiliki etos kerja tinggi serta loyal terhadap perusahaan tempat dia bekerja. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Jumlah responden berdasarkan usia

| Usia | Jumlah (Orang) | Persen (%) |
|-------|----------------|------------|
| 21-30 | 15 | 42,9 |
| 31-40 | 6 | 17,1 |
| 41-50 | 8 | 22,9 |

| | | |
|--------|----|-------|
| 51-60 | 6 | 17,1 |
| Jumlah | 35 | 100,0 |

3. Responden yang memiliki latar belakang pendidikan Si mendominasi dalam penelitian ini. Banyaknya responden penelitian yang berlatar belakang pendidikan Si disebabkan karena pekerjaan ini membutuhkan orang-orang yang memiliki wawasan atau pengetahuan yang luas dan mudah untuk mempelajari sistem barn, selain itu juga lulusan Si dianggap lebih mampu dan cepat menguasai materi pekerjaan, serta dianggap mampu mengambil inisiatif untuk menyelesaikan masalah. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir

| Usia | Jumlah (Orang) | Persen (%) |
|---------|-------------------|---------------|
| SMA | 14 | 40.0 |
| Diploma | 2 | 5.7 |
| S1 | 17 | 48.6 |
| S2 | 2 | 5.7 |
| Jumlah | 35 | 100,0 |

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui bahwa seluruh nilai r hitung $> r$ tabel (0,344) dan bernilai positif atau tingkat signifikansi (1 ujung) $< 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh indikator variabel kepuasan pengguna, kualitas informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan dinyatakan valid dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji Reliabilitas

Kuesioner dinyatakan reliabel jika Cronbach Alpha $> r$ tabel sebesar 0,344 yang diperoleh dan $df = 35 - 2 = 33$ dengan uji satu sisi dengan tingkat kepercayaan

sebesar 95 persen. Uji reliabilitas meliputi variabel kepuasan pengguna, kualitas informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan.

Berdasarkan pengujian reliabilitas kuesioner diketahui bahwa Cronbach Alpha variabel kepuasan pengguna, kualitas informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan $> r$ tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap indikator atau pertanyaan dan pernyataan pada seluruh variabel yang digunakan dinyatakan reliabel dan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi $0,380 > \alpha$ sebesar $0,05$. Hal tersebut menunjukkan kurva nilai residual terstandarisasi dinyatakan menyebar dengan normal sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel terstandarisasi dengan normal.

2. Uji Multikolinearitas

Ada atau tidaknya gejala multikolinearitas dapat diketahui dan besarnya nilai variance inflation factor (VIF) yang dianalisis dengan bantuan SPSS 16.0

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel kualitas informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan kurang dari 10 , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam variabel ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan metode Glejer. Hasil analisis menggunakan SPSS 16.0 menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel kualitas informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan lebih dari $\alpha = 0,05$ yang berarti dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model penelitian yang digunakan.

Analisis Regresi Berganda

1. Persamaan Regresi

Berikutini adalah perhitungan statistik regresi berganda dengan bantuan SPSS 16.0 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Berganda

| No | Variabel | Koefisien |
|----|----------------------------|-----------|
| 1 | Konstan | 1.596 |
| 2 | Kualitas Informasi | 0.280 |
| 3 | Kegunaan | 0.100 |
| 4 | Kualitas Interaksi Layanan | -0.031 |

Berdasarkan tabel dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 1,596 + 0,280 X_1 + 0,100 X_2 - 0,031 X_3 + e$$

2. Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi untuk penelitian yang menggunakan variabel bebas lebih dan dua menggunakan adjusted R square diperoleh Adjusted R-Square sebesar 0.258. Artinya bahwa 25,8 persen naik turunnya variabel kepuasan pengguna layanan internet drive through dipengaruhi oleh faktor kualitas informasi, kegunaan dan kualitas interaksi layanan sedangkan sisanya 74,2 persen dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

3. Uji F

Berdasarkan uji F dapat diperoleh nilai F hitung sebesar 4,948 dengan probabilitas 0,006 sedangkan hasil perhitungan pada tingkat keyakinan 95 persen atau $\alpha = 0,05$, diperoleh F tabel sebesar 3,295. Hal ini menunjukkan bahwa F hitung ($4,948 > F \text{ tabel } (3,295)$), atau $\text{sig. } (0,006) < \alpha (0,05)$, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through.

4. Uji t

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa nilai t-hitung dari kualitas informasi lebih besar dari t-tabel, sedangkan kegunaan dan kualitas interaksi layanan kurang dari t tabel.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tabel 9. uji t diatas dapat dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen terhadap dependen dalam pengujian hipotesis sebagai berikut:

1. Kualitas Informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.
Berdasarkan hasil uji t diperoleh t hitung kualitas informasi (X_1) sebesar 2,933

dengan tingkat signifikansi sebesar 0, sedangkan t tabel sebesar 1,694 yang diperoleh dan t tabel dengan menggunakan batas signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} (2,933) > t_{tabel} (1,694)$ dengan $sig. (0,006) < \alpha (0,05)$ yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima maka dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through. Hal ini berarti hipotesis pertama yang menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna **diterima**.

2. Kegunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil uji t diperoleh t hitung kegunaan (X_2) sebesar 1,349 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,187 sedangkan t tabel sebesar 1,694 yang diperoleh dan t tabel dengan menggunakan batas signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} (1,349) < t_{tabel} (1,694)$ dengan $sig. (0,187) > \alpha (0,05)$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak maka dapat disimpulkan bahwa kegunaan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini berarti hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kegunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna **ditolak**.

2. Kualitas Interaksi Layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil uji t diperoleh t hitung kualitas interaksi layanan (X_3) sebesar -0,303 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,764 sedangkan t tabel sebesar 1,694 yang diperoleh dan t tabel dengan menggunakan batas signifikan 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa $t_{hitung} (0,303) < t_{tabel} (1,694)$ dengan $sig. (0,764) > \alpha (0,05)$ yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak maka dapat disimpulkan bahwa kualitas interaksi layanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini berarti hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa kualitas interaksi layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna **ditolak**.

3. Kualitas Informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan nilai F hitung pada model penelitian diketahui sebesar 4,948 sedangkan F tabel sebesar 3,295. Sehingga diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $4,948 > 3,295$ dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 nilai signifikansi dibawah 0,05 yang menunjukkan bahwa kualitas informasi, kegunaan dan kualitas interaksi layanan memiliki pengaruh signifikan secara keseluruhan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through, sehingga hipotesis keempat **diterima**.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengujian hipotesis telah dilakukan, terdapat dua hipotesis diterima dan dua hipotesis ditolak, berikut adalah pembahasan dan hasil penelitian:

1. Kualitas Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through. Berdasarkan pengujian hipotesis, telah dibuktikan terdapat pengaruh positif dan variabel kualitas informasi terhadap

kepuasan pengguna, artinya bahwa semakin tinggi perusahaan dalam memberikan informasi yang jelas, akurat, tepat waktu dan relevan pada website layanan internet drive through maka pengguna website layanan ini akan merasa puas dalam mengoperasikannya dan merasa percaya diri dalam mengoperasikannya, serta memberikan manfaat menambah pengetahuan tentang informasi yang pasti tentang isi website layanan tersebut.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermana (2010) yang berjudul "Pengukuran Kualitas Layanan Internet Banking". Yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas informasi dengan kepuasan pengguna. Hal tersebut karena objek yang digunakan dalam penelitian ini relatif sama dengan penelitian sebelumnya yaitu meneliti tentang kualitas layanan internet. Sehingga kualitas informasi berpengaruh positif dengan kepuasan pengguna.

2. Kegunaan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through. Berdasarkan pengujian hipotesis telah dibuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel kegunaan dengan kepuasan pengguna. Berdasarkan pertanyaan terbuka, responden menyatakan bahwa kegunaan tidak terlalu berpengaruh karena responden dalam mengoperasikan website berdasarkan kemampuan yang dia peroleh selama pelatihan, kemudahan yang diperoleh pun dialami setelah beberapa waktu mengoperasikan website layanan internet drive thru. Dalam penelitian ini, kegunaan bukan merupakan tolok ukur dalam kepuasan pengguna karena responden tidak membutuhkan desain website yang super bagus namun dalam penggunaannya tidak membuat mudah dimengerti, selain itu kemudahan dalam mengoperasikan memang sangat dibutuhkan oleh pengguna layanan internet drive through namun tidak memberikan kegunaan atau manfaat secara khusus atau secara pribadi untuk pengguna layanan internet drive through ini.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hermana (2010) yang meneliti tentang pengukuran kualitas layanan internet banking. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kegunaan memiliki pengaruh positif signifikan secara parsial terhadap kepuasan pengguna internet banking. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu dikarenakan sampel yang digunakan berbeda bukan dari kalangan masyarakat yang menggunakan internet banking tetapi dari pengguna atau operator layanan internet.

3. Kualitas Interaksi Layanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through. Berdasarkan pengujian hipotesis telah dibuktikan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel kualitas interaksi layanan dengan kepuasan pengguna. Berdasarkan pertanyaan terbuka, responden menyatakan bahwa dalam mengoperasikan komputer sebagai media dalam memberikan layanan, mereka tidak lebih mudah dalam mempelajari lebih

dalam materi terbaru, perlu beberapa waktu untuk mengerti tentang kegunaan atau fungsi dari materi yang diberikan.

Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sanjaya (2012) yang meneliti tentang pengukuran kualitas layanan website kementerian Kominfo dengan menggunakan metode webqual 4.0 yang menyatakan bahwa kualitas interaksi layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna website Kominfo. Hal ini disebabkan karena desain tampilan yang tersedia pada website memberi pengaruh kemudahan dalam pencarian informasi sehingga pengguna merasa nyaman dan mudah dalam menggunakan website.

4. Kualitas informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through. Berdasarkan pengujian hipotesis, telah dibuktikan secara simultan terdapat pengaruh dari kualitas informasi, kegunaan dan kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through. Survey yang dilakukan dengan menggunakan tiga indikator yaitu tidak adanya keluhan atau keluhan yang teratasi, perasaan puns pengguna pada keseluruhan produk, dan kesesuaian ekspektasi atau harapan pengguna yang dijabarkan dalam tiga pernyataan meyakini bahwa layanan internet drive through sesuai dengan tujuan pengguna dan memberikan manfaat bagi penggunanya seperti kemampuan lebih dalam mengoperasikan komputer.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas, diperoleh kesimpulan yaitu:

1. Berdasarkan pengujian hipotesis, telah dibuktikan secara simultan terdapat pengaruh dan kualitas informasi, kegunaan dan kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through. Survey yang dilakukan dengan menggunakan tiga indikator yaitu tidak adanya keluhan atau keluhan yang teratasi, perasaan puns pengguna pada keseluruhan produk, dan kesesuaian ekspektasi atau harapan pengguna yang dijabarkan dalam tiga pernyataan meyakini bahwa layanan internet drive through sesuai dengan tujuan pengguna dan memberikan manfaat bagi penggunanya seperti kemampuan lebih dalam mengoperasikan komputer.
2. Kegunaan yang berkaitan dengan desain website, kemudahan penggunaan dan navigasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through. Artinya semakin tinggi atau meningkat kegunaan terhadap layanan jasa tidak akan menaikkan atau menurunkan kepuasan dalam melakukan pelayanan jasa dalam penelitian ini.

3. Kualitas interaksi layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan internet drive through. Artinya dalam memutuskan untuk mengoperasikan layanan jasa drive through, responden tidak terlalu memperhatikan seberapa penting kualitas dan interaksi yang terjalin antara pengguna dengan tampilan website. Karena dalam hal ini pengguna hanya mengikuti instruksi atau perintah yang telah diajarkan selama pelatihan dan tidak ada keinginan untuk belajar lebih untuk mengetahui isi website lebih jauh.
4. Kualitas informasi, kegunaan dan kualitas interaksi layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Artinya apabila kualitas informasi, kegunaan dan kualitas interaksi layanan meningkat, maka kepuasan pengguna layanan internet drive through akan meningkat karena pengaruh dan tiga variabel yaitu kualitas informasi, kegunaan, dan kualitas interaksi layanan.

Implikasi

Sebagai penelitian empiris, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh penyedia layanan jasa internet drive through sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas layanan yang dijabarkan sebagai berikut :

- a. Perlunya meningkatkan kualitas informasi yang telah ada pada drive through seperti meningkatkan kualitas isi, kesesuaian informasi untuk keperluan pengguna seperti akurasi, relevansi dan ideal. Karena apabila informasi yang disampaikan tidak akurat atau relevan maka informasi itu menjadi percuma dan tidak berguna bagi siapapun. Penyedia layanan jasa drive through juga dapat memperbaiki informasi-informasi lain yang kurang baik atau kurang memberikan manfaat, dan juga bisa menambah informasi-informasi lain yang dirasa bisa meningkatkan kualitas layanan.
- b. Meskipun tidak berpengaruh, namun penyedia layanan jasa drive through juga perlu untuk menambah kegunaan dari penggunaan layanan jasa drive through ini. Seperti misalnya mendesain tampilan layar komputer dalam suatu aplikasi sistem informasi yang lebih nyaman digunakan oleh pengguna, memudahkan untuk bernavigasi, kemudahan untuk mengingat dalam pengoperasiannya.
- c. Tampilan drive through hams memberikan kemudahan agar pada saat mempelajari lebih dalam website drive through ini si pengguna merasa puas dalam penggunaannya dan bisa merasakan kualitas dari interaksi yang terjalin ini.

REFERENSI

- Barnes S, Vidgen, R. 2001. Assessing the Quality of Auction Websites. 34th Hawaii International Conference on System Sciences.
- Barnes. Vidgen, 2002. .Measuring Website Quality Improvement: A Case study of the Forum on Strategic management knowledge exchange, New York: Industrial management & Data System.

- Hermana, Budi. 2010. "Pengukuran Kualitas Layanan Internet Banking". Jurnal Ekonomi Bisnis. Vol.15, No.1, April 2010.
- Irawan, Candra. 2012. Evaluasi Kualitas Website Pemerintah Daerah Dengan Menggunakan Webqual (Studi Kasus Pada Kabupaten Ogan Ilir). Jurnal Sistem Informasi (JSI). Vol. 4, No. 2, Oktober 2012.
- Juwandi, Hendy Irawan. 2004. Kepuasan Pelayanan Jasa. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2001. Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. 2001. Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta. Purnama, Nursya'bani. 2005. Manajemen Kualitas Perspektif Global. Ekonisia. Yogyakarta.
- Rahadi, Dedi Rianto. 2014. "Pengukuran Usability Sistem Menggunakan Use Questionnaire Pada Aplikasi Android". Jurnal Sistem Informasi (JSI). Vol.6, No.1, April 2014.
- Sanjaya, Iman. 2012. "Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian KOMINFO Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0". Jurnal Penelitian IPTEK-KOM. Vol.14, No.1, Juni 2012.
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Administrasi. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono, 2012. Statistika untuk Penelitian. Alfabeta: Bandung.
- Swastha, Basu. 2000. Azas-azas Marketing. Liberty. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. Prinsip & Dinamika Pemasaran. Edisi Pertama. J & J Learning. Yogyakarta.
- Widyaningtyas, Richa. 2010. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Kereta Api Harina (Studi Pada PT. Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang). Skripsi Tidak Dipublikasikan.
- Yamit, Zulian. 2001. Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ekonisia. Yogyakarta.
- www.sli.de.share.net/imamnursyihab/kualitas-informasi#. Diakses pada tanggal 14 Juli 2014. Pukul 15.20 WIB.
- www.ensiklopedia.com/tentangdrivethru. Diakses pada tanggal 29 Oktober 2014. Pukul 14.27 WIB.