



Contents lists available at [Journal IICET](https://journal.iicet.org)
JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)
ISSN: 2502-8103 (Print) ISSN: 2477-8524 (Electronic)
Journal homepage: <https://jurnal.iicet.org/index.php/jppi>



System quality, information quality, system design quality website PT KCI berpengaruh terhadap user satisfaction

Nurlina Bangun^{*}), Kholis Intarti, Sadakita Br. Karo, Sri Dewiningsih, Syafril Tahar

Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta, Jl. Raya Lenteng Agung 32, Jakarta Selatan, 12610, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Nov 29th, 2022

Revised Apr 02nd, 2023

Accepted Jun 06th, 2023

Keyword:

System quality,
Information quality,
System design quality,
User satisfaction

ABSTRACT

Artikel ini disusun berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan *system quality*, *information quality*, dan *system design quality website* PT KCI berpengaruh terhadap *user satisfaction*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei terhadap *user website* PT KCI dengan teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda. Sampel berjumlah 50 orang yang dipilih dengan teknik *purposive* yang kriterianya adalah pengguna jasa layanan transportasi Kereta Commuter Indonesia yang aktif menggunakan *website* dengan cara memberikan rating dan ulasan pada *website* PT KCI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *system quality* berkontribusi sebesar 69,9 % terhadap terbentuknya *user satisfaction*. Demikian juga *information quality* berkontribusi sebesar 55,6 % terhadap terbentuknya *user satisfaction*, dan *system design quality website* PT KCI juga memiliki kointribusi sebesar 54,7 % terhadap munculnya *user satisfaction*. Analisa ini menunjukkan bahwa pengelolaan informasi website oleh suatu perusahaan memegang peran penting dalam pencapaian kepuasan dari pengguna. Pengelola website harus memahami cara yang tepat dalam penyampaian pesan, karena pengguna website memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam memahami isi website yang pada akhirnya berpengaruh pada kepuasan. Selain itu pengguna website juga dihadapkan pada beragam pilihan media informasi yang lain, sehingga penting sekali untuk mengoptimalkan website sehingga memiliki daya tarik dan pengguna menjadikannya sebagai sumber informasi dalam memenuhi kebutuhan



© 2023 The Authors. Published by IICET.

This is an open access article under the CC BY-NC-SA license

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0>)

Corresponding Author:

Nurlina Bangun

Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (IISIP) Jakarta

Email: nurlinabangun22@gmail.com

Pendahuluan

Menurut laporan *We Are Social*, pengguna internet di tanah air per Januari 2022 terus meningkat dari tahun ke tahun. Perkembangan data jumlah pengguna internet pada tahun 2018 berjumlah 130 juta, 2019 berjumlah 150 juta, 2020 berjumlah 175 juta, 2021 berjumlah 200 juta, dan 2022 berjumlah, 204 juta (Databooks Katadata, 2022).

Berdasarkan data Databooks Katadata, jumlah pengguna internet di Indonesia naik tipis 1,03% dibandingkan tahun sebelumnya. Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di Indonesia tercatat sebanyak 202,6 juta. Tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam lima tahun terakhir. Jika dibandingkan dengan tahun 2018, saat ini jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%.

Fakta-fakta ini menunjukkan bahwa internet telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat di Indonesia. Sebab, di era digital ini internet bisa sangat membantu masyarakat dalam mengakses informasi, baik untuk kepentingan edukasi, bisnis, maupun hiburan. Website merupakan sebuah media informasi yang ada di internet, tidak hanya dapat digunakan untuk penyebaran informasi melainkan bisa digunakan yang berkaitan dengan yang lainnya.

Website merupakan sebuah sistem dengan informasi yang disajikan dalam bentuk teks, suara, dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah server yang disajikan dalam bentuk *hiperteks* (Hasan & Abuelrub, 2010). *Website* memiliki peran penting bagi sebuah organisasi karena dapat memberikan keuntungan untuk menyediakan pelayanan *online* bagi penggunanya. (Grigoroudis, 2011) menjelaskan bahwa situs web harus membangun saluran informasi dan komunikasi yang efektif antara organisasi dan klien mereka. Dalam beberapa kasus mereka adalah bagian dari produk atau layanan yang ditawarkan, karena mereka menyediakan layanan yang berguna bagi klien. Keberadaan website, dibuat karena kebutuhan dalam mendukung informasi secara online, misal dalam layanan penjualan (2022).

Menurut hasil penelitian Ramadhan dan Hartomo (2022), bahwa evaluasi kualitas website Sikabi dengan metode *Webqual 4,0* bahwa *information quality* memiliki pengaruh kuat terhadap kepuasan pengguna dengan hasil 4,419. Dengan kata lain kepuasan pengguna web dapat diupayakan dengan meningkatkan kualitas informasinya. Riset Christanty dalam Alyaqoub (2020) juga menemukan, *information quality website* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai hasil uji P-value sebesar 0,000 dan nilai T hitung sebesar 5,154. Hal ini berarti terdapat hubungan searah antara *information quality website* dengan *user satisfaction*.

Heonsik, (2017) membuat karakteristik dari situs web yaitu (1) informasi harus relevan dengan tujuan situs web, mudah dibaca dan dipahami, dan bermanfaat (2) karakteristik navigasi informasi situs web harus mudah diatur desain, tata letak, dan urutannya (3) situs web mudah digunakan (4) karakteristik personalisasi dan kemampuan dapat memenuhi kebutuhan informasi pengguna.

Efektivitas website sebagai sarana penyebaran informasi sangatlah tergantung pada banyak hal seperti kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas desain sistemnya. Kepuasan pengguna website sangat dipengaruhi oleh ke tiga faktor ini. Menurut DeLone, McLean, Livari, Petter, (2008), *system quality* dan *information quality website* secara tunggal dan bersama-sama mempengaruhi *user satisfaction*. Jumlah penggunaan dapat mempengaruhi tingkat *user satisfaction*. Livari dalam DeLone, McLean, Livari, Petter, (2008) mengatakan ada hubungan antara *system quality* dan *user satisfaction*. Gelderman dalam McKinney (2008) menjelaskan *system quality website*, telah ditemukan secara signifikan berhubungan dengan *user satisfaction*. Semakin baik *system quality website* yang dimiliki meningkatkan *user satisfaction* terhadap penggunaan website. DeLone, McLean, Livari, Petter, (2008) menjelaskan, *system quality* dan *information quality* yang baik diwakili oleh kegunaan dari keluaran sistem yang mempengaruhi tingkat tujuan penggunaan dan *user satisfaction*.

Menurut DeLone, McLean, Livari, Petter, (2008), *system quality* adalah karakteristik yang diinginkan dari sistem informasi, seperti kemudahan penggunaan, fleksibilitas sistem, keandalan sistem, kemudahan belajar, intuitif, kecanggihan, waktu respons. DeLone, McLean, Livari, Petter, (2008) mengatakan, *system quality* di lingkungan internet, mengukur karakteristik yang diinginkan dari suatu sistem. Kegunaan, ketersediaan, keandalan, kemampuan beradaptasi, dan waktu respons. Menurut McKinney (2008), *system quality website* adalah kinerja situs web yang dirasakan oleh pengguna melalui penyerapan dan transmisi informasi atau tingkat kepuasan yang dirasakan pengguna terhadap kinerja teknis dan fungsional situs web.

Menurut Edberg dalam Wilson, Keni, Tan (2019), indikator *system quality website* adalah kemudahan penggunaan, fungsionalitas, keandalan, fleksibilitas, kualitas data, kemungkinan, integrasi, dan kepentingan. Aldholay & Dreheeb dalam Kumar & Lata (2021) menjelaskan, *system quality* memiliki atribut seperti ketersediaan peralatan, keandalan peralatan, kemudahan penggunaan, dan waktu respon.

System quality mencerminkan kemampuan website untuk digunakan berdasarkan tujuan pengguna, ketersediaan menu-menu navigasi yang memudahkan pengguna untuk melakukan aktivitas browsing, keandalan, dan kecepatan waktu loading dan waktu download. Dengan demikian, jika kualitas sistem pada website mampu memenuhi harapan pengguna untuk bisa melakukan pembelian tiket secara praktis, nyaman, dan hemat waktu, maka bisa dijelaskan bahwa kualitas sistem tersebut mampu memenuhi kepuasan pengguna. Artinya, semakin bagus system quality maka semakin tinggi tingkat user satisfaction pengguna (Wibowo, 2013)

Menurut Al-Mushasha dan Hassan (2018), *system quality website* mencakup tiga dimensi yaitu (1) *Ease of use*, sistem mudah diakses dan digunakan (2) *Accessibility*, sistem cepat dapat diakses (3) *Interactivity*, situs web memungkinkan aliran komunikasi yang berbeda antara pengguna situs, personel perusahaan, pencarian informasi interaktif.

Indikator untuk mengukur variabel *system quality website* adalah memiliki sistem yang mudah diakses, dapat diandalkan dalam mencari informasi, cepat tanggap dalam merespon, dapat beradaptasi dengan kebutuhan pengguna, dapat beradaptasi dengan kebutuhan pengguna, memberi kenyamanan dalam penggunaannya, dan memungkinkan aliran komunikasi yang berbeda antara pengguna situs, personel perusahaan, dan pencarian informasi

Menurut Kim dalam McKinney (2008), *information quality* situs web, seperti konten dan tata letak, telah menemukan hubungan yang signifikan dengan *user satisfaction*. Menurut DeLone, McLean, Livari, Petter, (2008), semakin tinggi *information quality website* yang dihasilkan oleh suatu sistem informasi akan semakin meningkatkan *user satisfaction*. Menurut Kim & Ong dalam Kumar & Lata (2021), *information quality* tidak hanya menyediakan aksesibilitas tetapi juga memastikan kepuasan dari beragam pelanggan dalam memberikan layanan berkualitas.

Menurut Lillrank dalam Azemi, Zaidi, Hussin, (2017), *information quality website* adalah keberhasilan penerima memahami komunikasi. Menurut Rieh dalam Azemi, Zaidi, Hussin, (2017), *information quality website* terbukti memiliki berbagai efek pada penerima informasi. *Information quality* adalah informasi yang baik, bermanfaat, terkini, dan akurat. Rai dalam Wilson, & Tan (2019) menjelaskan, *information quality website* adalah kualitas keluaran berupa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan.

Menurut Nelson dalam Kumar & Jakhar (2013), ada tujuh atribut *information quality website* yaitu (1) *Completeness*, sistem menyediakan semua informasi yang diperlukan (2) *Accuracy and Reliability*, informasi benar, stabil, dan dapat diulang (3) *Format*, persepsi pengguna tentang seberapa baik informasi disajikan (4) *Timeliness*, informasi tersedia tepat waktu dan terkini (5) *Relevancy*, sesuai informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan (6) *Flexibility*, sistem mudah untuk menavigasi melalui berbagai opsi (7) *Consistency*, data selalu disajikan dalam format yang sama dan kompatibel dengan data sebelumnya. Menurut Sutabri dalam Laumer, Maier, Weitzel (2017), *information quality website* bergantung pada tiga hal, yaitu (1) *Accurate*, informasi harus jelas, bebas dari kesalahan, dan tidak menyesatkan. (2) *Timeliness*, informasi tidak terlambat sampai ke pengguna (3) *Relevance*, informasi memiliki manfaat bagi penggunanya.

Indikator untuk mengukur variabel *information quality website* adalah sistem menyediakan semua informasi yang diperlukan, pengguna menilai informasi benar, stabil, dan dapat diulang, informasi secara jelas mencerminkan maksud dan tujuan, tidak terdapat gangguan dalam mengakses informasi, pengguna menilai informasi disajikan dengan baik, sesuai kebutuhan, dan memiliki manfaat, ketersediaan informasi tepat waktu dan terkini, sistem mudah diakses dan menyediakan berbagai opsi dan penyajian data selalu dengan format yang sama.

Menurut Muylle dalam Dianat, Adeli, Jafarabadi, Karimi (2019), *website design* yang efektif diperlukan untuk memastikan keberhasilan inisiatif pelembeagaan. Desain portal yang menarik dan estetik dapat menjadi indikator *user satisfaction* terhadap *website*. Yoo dan Donthu dalam Dianat, Adeli, Jafarabadi, Karimi (2019) menjelaskan, *system design quality* adalah konstruksi lain yang menjadi perhatian dalam pengembangan model penelitian *user satisfaction* pada *website*. Menurut Doll dan Torkzadeh (2019), model *user satisfaction* situs web dengan atribut konten, format, akurasi, garis waktu, dan kemudahan penggunaan, berpengaruh terhadap *user satisfaction*. Menurut Corbitt dalam Doll dan Torkzadeh (2019), *website design quality* memainkan peran yang sangat penting dalam membangun *user satisfaction*.

Menurut McKnight et al dalam Dianat, Adeli, Jafarabadi, Karimi (2019), *system design quality website* adalah kualitas yang dinilai dalam hal sistem navigasi dan tampilan situs web. Haghighinasab (2008) menjelaskan, *system design quality website* adalah syarat yang diperlukan untuk kelangsungan pengguna tidak meninggalkan situs web. Menurut Tanushree (2022), *system design quality website* dapat didefinisikan sebagai nilai desain bagi penggunanya. Desainnya bisa untuk produk, layanan, sistem, atau pengalaman apa pun. Menurut Zhou dan Wang (2009), *website design quality* adalah aspek teknologi situs web seperti navigasi, tampilan situs web, dan tata letak.

Menurut Muhammed dalam Al-Khalifa & Garcia (2014), *system design quality website* diukur dengan presentasi visual, penggunaan grafik, warna dan foto, variasi font di situs web. Singh dan Sook dalam Al-Mamary, Shamsuddin, & Aziati (2014) menjelaskan, karakteristik visual *system design quality website* yang menarik mendorong pengguna untuk tinggal lebih lama melihat situs web dan masuk kembali. Menurut Yoo dan Jin dalam Vijai, Prince. (2018), indikator *system design quality website* yaitu (1) *Attractive*, desain situs web inovatif dan memiliki efek estetika dengan grafik dan animasi (2) *Appropriateness*, desain situs web memiliki warna, gambar, dan teks seimbang dengan tepat di setiap halaman (3) *Color*, penggunaan warna latar dan teks yang efektif (4) *Image/Sound/Video*, jumlah gambar/suara/video yang digunakan sedikit dan ukuran gambar/suara/video harus kecil (5) *Text*, harus ada konsistensi dalam teks, halaman harus menggunakan satu

ukuran font kecuali untuk judul. Menurut Hsieh dan Hong (2014), atribut *system design quality website* yaitu (1) *Navigation*, alat navigasi berbeda, format menu, tautan, dan ketersediaan mesin pencari (2) *Links*, situs web mudah dinavigasi (3) *Layout*, mudah mengakses informasi dalam model kontekstual dan structural (4) *Multimedia*, suara, animasi, teks bergerak dan video streaming yang akan memperkaya pengalaman pengguna dengan situs web.

Indikator untuk mengukur variabel *system design quality website* adalah situs web inovatif memiliki efek estetika dengan grafik dan animasinya, desain situs web sesuai dengan jenis situs web, gambar yang digunakan dalam halaman memenuhi tujuan fungsionalnya, warna, gambar, dan teks seimbang dengan tepat di setiap halaman, menggunakan warna latar dan teks efektif, jumlah gambar/suara/video sedikit, ukuran gambar/suara/video kecil sehingga tidak memperlambat pengunduhan halaman, karakteristik teks halaman website konsisten, halaman menggunakan satu ukuran font, alat navigasi, format menu, tautan, dan mesin pencari tersedia untuk membantu pengguna mendapatkan informasi yang diinginkan, *links* memudahkan navigasi masuk ke halaman web, *layout*, memungkinkan memudahkan mengakses informasi, dan *multimedia*, suara, animasi, teks bergerak dan video streaming memperkaya pengalaman pengguna

Menurut Zeithaml dalam Sharma, Shakya, & Kharel (2014), *user satisfaction* adalah penilaian terhadap produk atau layanan apakah telah memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna di platform online. Menurut Doll dan Torkzadeh (2013), *user satisfaction* adalah sikap afektif seseorang yang berinteraksi dengan aplikasi atau sistem secara langsung. Menurut Jogiyanto dalam Constantinos dan Wietske (2015), *user satisfaction* adalah tanggapan pengguna terhadap keluaran penggunaan sistem informasi. Menurut Chin dan Todd dalam Krishnamurthy, Subhash, & Asundi (2018:4), peningkatan kepuasan tersebut menyebabkan sistem yang digunakan dapat dimanfaatkan secara optimal dengan adanya interaksi langsung antara website dan pengguna.

Menurut Constantinos dan Wietske (2015), ukuran *user satisfaction* sistem situs web yaitu (1) *Effectiveness*, mengacu pada keakuratan dan kelengkapan pengguna untuk mencapai tujuan. (2) *Efficiency*, sumber daya yang digunakan dalam mencapai tujuan akurat dan lengkap (3) *Playfulness*, perasaan menyenangkan yang dialami pada waktu yang berbeda selama interaksi dengan situs web dan menghasilkan motivasi intrinsik terhadap penggunaan yang berkelanjutan. Menurut McKinney et al (2008), dimensi *user satisfaction* adalah (1) *Easy to comprehend*, informasi yang disajikan dapat dimengerti (2) *Well-presented*, representasi informasi yang dipublikasikan di situs web (3) *Accurate*, informasi akurat dan tepat (4) *Up to dated*, informasi website terkini (5) *Relevant*, informasi lengkap dan relevan (6) *Detailed*, informasi disajikan secara detail (7) *Speed of access*, waktu yang diperlukan untuk mengakses situs web singkat (8) *Availability*, situs web aktif kapan pun pengguna ingin mengaksesnya (9) *Ease of use*, mudah menggunakan fitur-fitur situs web (10) *Well organised*, lingkungan web yang terkontrol dan terstruktur (11) *Hyperlink*, memungkinkan pengguna untuk berpindah-pindah di dalam dan di luar situs web (12) *Two way communication*, dapat terjadi komunikasi dua arah antara pengguna dan situs web (13) *Active control*, pengguna dapat menentukan dan memandu interaksi antara mereka dan situs web (14) *Confidentiality*, informasi pribadi pengguna tetap rahasia (15) *Integrity*, data di situs web tidak rusak atau dimodifikasi (16) *Protection*, data di situs web dilindungi dari virus atau kode berbahaya.

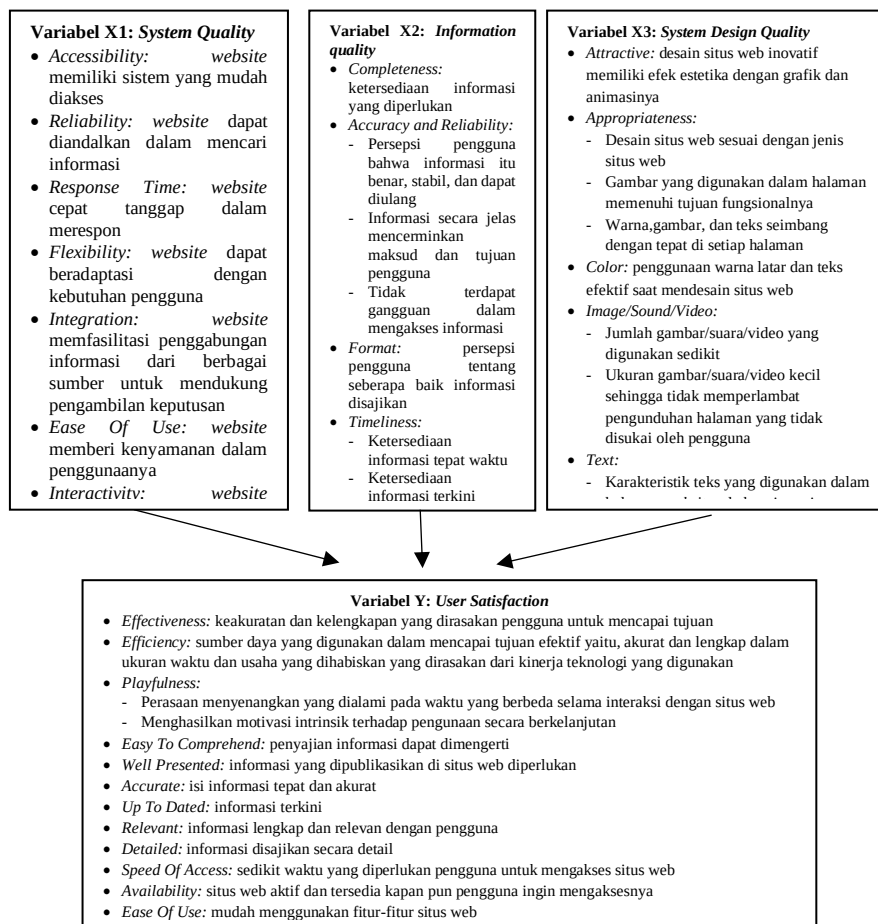
Indikator untuk mengukur variabel *user satisfaction* adalah isi website dinilai penting, akurat, lengkap, tepat waktu, terkini, mudah dimengerti, membangun komunikasi dua arah, dan sumber daya yang digunakan untuk mencapai tujuan akurat, pengguna merasa senang menggunakan web dan menghasilkan motivasi intrinsik, penyajian informasi mudah diakses, aman dalam penggunaannya, terkontrol dan terstruktur, serta menjaga kerahasiaan.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi *system quality website* terhadap *user satisfaction*, kontribusi *information quality website* terhadap *user satisfaction*, dan kontribusi *system design quality website* terhadap *user satisfaction*.

Metode

Penelitian ini menggunakan tipe desain penelitian *survey research* karena bersifat kuantitatif untuk meneliti perilaku suatu individu atau kelompok yaitu user dari *website* PT Kereta Commuter Indonesia dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengambil data dan penelitian mengambil sampel dari satu populasi yaitu seluruh user dari *website* (Siyoto dalam Lapau, 2012). Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, karena analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis pengaruh *system quality*, *information quality*, *system design quality website* PT KCI terhadap *user satisfaction* (Sugiyono, 2013). Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei karena untuk memperoleh data dilakukan dengan mengedarkan kuesioner kepada user dari *website* PT Kereta Commuter Indonesia (Kadji, 2016).

Populasi penelitian adalah seluruh *user website* PT KCI (Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016). Sedangkan sampel penelitian adalah 50 orang *user website* PT KCI (Morissan (2012). Cara menyeleksi *user website* PT KCI adalah pengguna jasa layanan transportasi Kereta Commuter Indonesia yang aktif menggunakan *website* dengan cara memberikan rating dan ulasan dalam *website* PT KCI. Kemudian nama dan kontak yang tertera dihubungi untuk meminta kesediaannya mengisi kuesioner penelitian yang dikirim berupa *google e-formulir*. Kuesioner penelitian menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yaitu setuju/selalu/sangat positif diberi skor 5, setuju/sering/positif diberi skor 4, ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor 3, tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor 2, dan sangat tidak setuju/tidak pernah diberi skor 1. Model analisis yang dibangun berdasarkan bahasan teoritik (Gambar 1).



Gambar 1. Model analisis

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk mengukur keandalan/ketepatan/keabsahan dan kepercayaan instrumen variabel penelitian yaitu variabel *system quality website*, *information quality website*, dan *system design quality website*, dan *user satisfaction* dengan menggunakan uji KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) dan uji Cronbach's Alpha terhadap 30 responden sebagai Pilot Test. Untuk uji validitas apabila nilai KMO lebih tinggi dari 0,5 dan signifikansinya lebih kecil dari 0,05 maka indikator variabel dinyatakan valid (Nursalam, 2017). Sedangkan dalam uji reliabilitas apabila nilai Cronbach's Alpha pada masing-masing indikator memiliki nilai di atas 0,60 maka instrument tersebut dikategorikan sebagai reliabel (Tobari, 2015).

Hasil uji untuk validitas instrumen variabel *system quality website* semua indikator memperoleh skor KMO sebesar 0.858 dan signifikansi 0,000. Demikian juga untuk variabel *information quality website* semua indikator nilai KMO nya sebesar 0.757 dan signifikansi 0,000. Variabel *system design quality website* memperoleh nilai KMO sebesar 0.785 dengan signifikansi 0,000. Variabel *user satisfaction* menunjukkan memiliki nilai KMO untuk semua indikator sebesar 0.786 dan signifikansinya 0,00. Artinya, semua indikator dari variabel *system quality website*, *information quality website*, *system design quality website*, *user satisfaction* dinyatakan valid atau handal untuk digunakan mengukur variabel masing-masing.

Hasil uji reliabilitas instrumen penelitian untuk variabel *system quality website* menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.906, variabel *information quality website* hasil tes menunjukkan sebesar 0.944, variabel *system design*

quality website sebesar 0.943, serta variabel *user satisfaction* sebesar 0.938. Dengan hasil tes tersebut, maka instrument dalam mengukur variabel *system quality website*, *information quality website*, *system design quality website*, *user satisfaction* tersebut dinyatakan reliabel.

Hasil penelitian dianalisis dengan analisis regresi linear berganda, karena akan mengukur lebih dari satu variabel independen yaitu variabel X1: *system quality website*, variabel X2: *information quality website* dan variabel X3: *system design quality website* terhadap satu variabel dependen variabel Y: *user satisfaction* (Hermawan, 2017).

Hipotesis penelitian

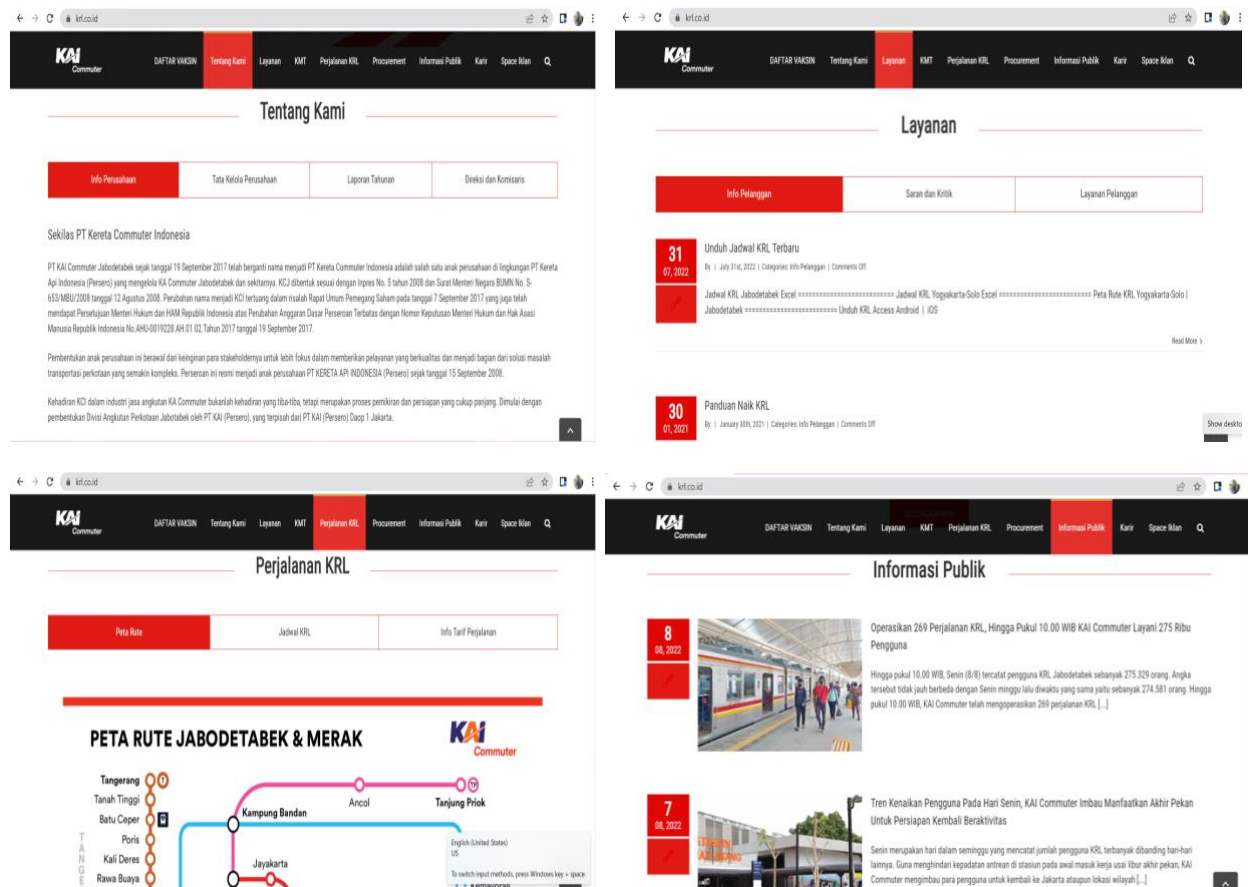
H1 : Ada pengaruh *system quality website* PT KCI terhadap *user satisfaction*

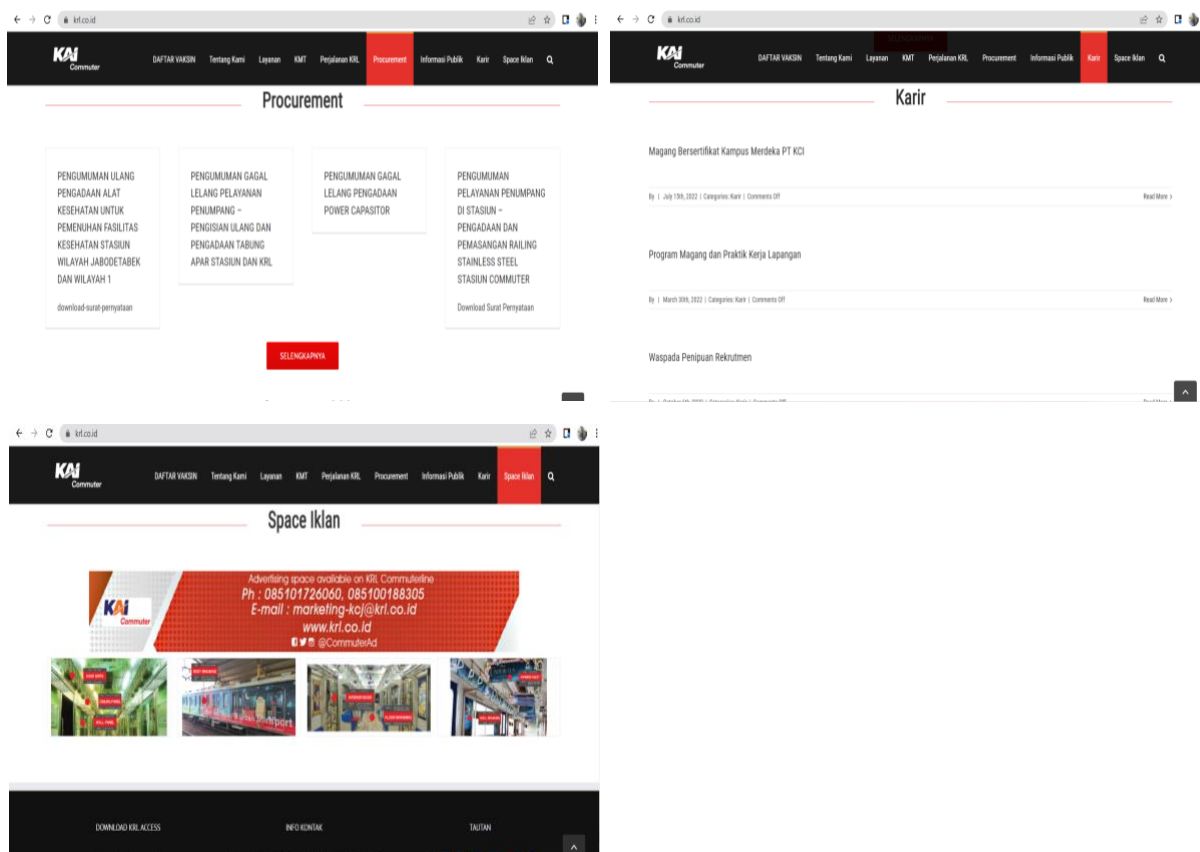
H2 : Ada pengaruh *information quality website* PT KCI terhadap *user satisfaction*

H3 : Ada pengaruh *system design quality website* PT KCI terhadap *user satisfaction*

Hasil dan Pembahasan

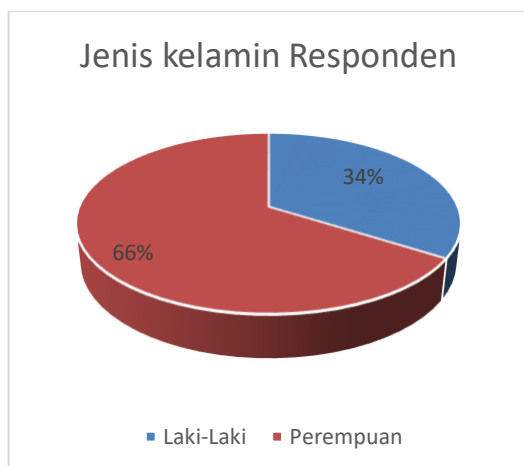
PT KAI Commuter Jabodetabek sejak tanggal 19 September 2017 telah berganti nama menjadi PT Kereta Commuter Indonesia adalah salah satu anak perusahaan di lingkungan PT Kereta Api Indonesia (Persero) yang mengelola KA Commuter Jabodetabek dan sekitarnya. KCI dibentuk sesuai dengan Inpres No. 5 tahun 2008 dan Surat Menteri Negara BUMN No. S-653/MBU/2008 tanggal 12 Agustus 2008. PT KCI memiliki website yaitu <https://www.krl.co.id/>. Melalui website ini, PT KCI menyampaikan informasi tentang sejarah perusahaan, visi dan misi perusahaan, logo dan makna logo perusahaan, serta budaya perusahaan. Informasi lainnya adalah berbagai upaya tata kelola perusahaan untuk menerapkan *Good Corporate Governance* di antaranya mengenai GCG Code, Pedoman Pengendalian Gratifikasi, Pedoman *Whistleblowing System*, *Board Manual*, serta Kode Etik dan Etika Bisnis, Laporan Tahunan dan keuangan perusahaan. Layanan informasi juga menjadi salah satu informasi penting dalam website. Layanan informasi yang ada tentang jadwal perjalanan KRL *terupdate*, saran dan kritik untuk KCI, etika dan tata cara naik KRL, rute yang dilayani KRL, jadwal KRL, tarif perjalanan KRL, informasi lelang, informasi mengenai berita terbaru tentang KCI sehingga para pengguna dapat selalu mengikuti perkembangan terkini aktivitas perseroan melalui website, informasi lowongan pekerjaan, dan informasi untuk pemasangan iklan di KRL. Berikut ini dapat dilihat tampilan Website <https://www.krl.co.id/> PT Kereta Commuter Indonesia:



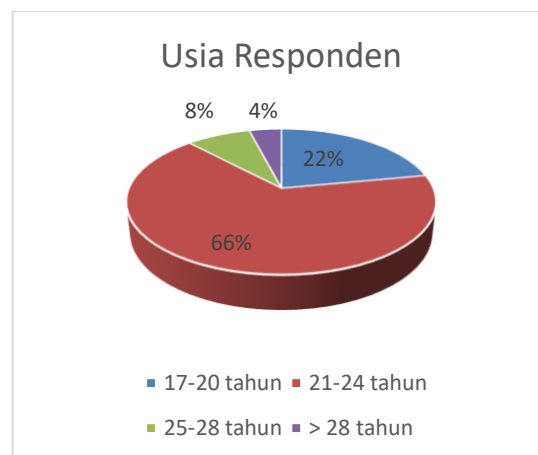


Karakteristik Responden

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa lebih dari separuh responden perempuan sebanyak 66 % dengan range usia terbanyak range 21-24 tahun sebanyak 33 orang (66 %). (Gambar 2 dan 3)

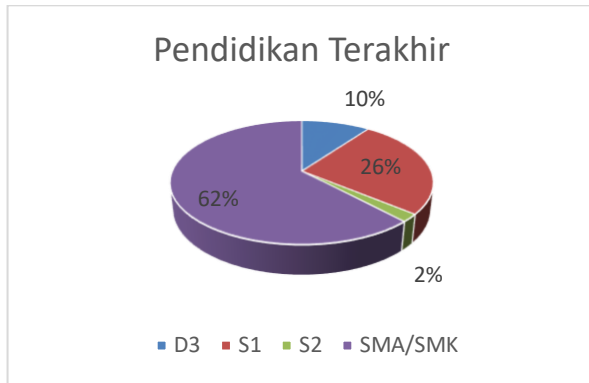


Gambar 2. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin n = 50

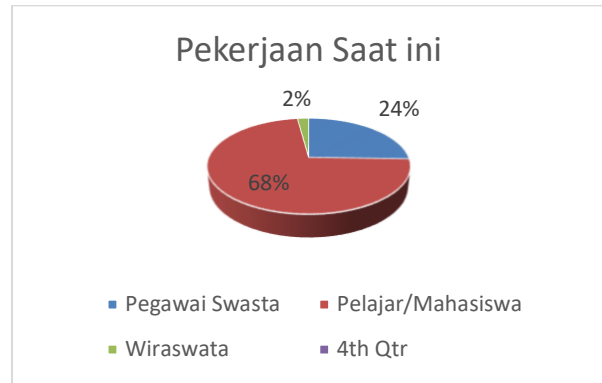


Gambar 3. Karakteristik responden berdasarkan usia n = 50

Pendidikan responden penelitian ini lebih banyak didominasi oleh pelajar dengan tingkat pendidikan SMA/SMK, sebanyak 31 orang (62 %). Hal ini sejalan dengan yang menerangkan jenis pekerjaan responden yang terbanyak sebagai pelajar dan mahasiswa, yaitu 34 orang (68 %). Dalam kaitan penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan pengguna *website* PT KCI adalah pengguna jasa kereta api dari kalangan pelajar SMA/SMK. Hal ini bisa dimaklumi karena para pelajar tersebut memang yang selalu terkoneksi dengan internet. (Gambar 4 dan 5).



Gambar 4. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir n = 50



Gambar 5. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan saat ini n = 50

System Quality Website PT KCI

Semua indikator *System Quality Website* pada Tabel 1 memiliki nilai *anti image correlations* di atas 0,8 (80 %) dalam rentang nilai 0 – 100 %. Artinya responden menilai kualitas sistem *Website* PT KCI sangat baik, karena kualitas sistem *website* dianggap mudah diakses, dapat diandalkan dalam pencarian informasi, informasinya sesuai dengan kebutuhan dan dapat dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan. Selain itu, *website* juga dianggap cepat tanggap dalam merespon, nyaman dalam penggunaannya, dan terjadi aliran komunikasi yang berbeda antara pengguna situs, personel perusahaan, dan pencari informasi.

Tabel 1. *System Quality Website* PT KCI_n = 50

No.	Dimensi	Indikator	<i>Anti image correlations</i>
1	<i>Accessibility</i>	<i>Website</i> memiliki sistem yang mudah diakses	0.884
2	<i>Reliability</i>	<i>Website</i> dapat diandalkan dalam mencari informasi	0.844
3	<i>Response Time</i>	<i>Website</i> cepat tanggap dalam merespon	0.814
4	<i>Flexibility</i>	<i>Website</i> dapat beradaptasi dengan kebutuhan pengguna	0.867
5	<i>Integration</i>	<i>Website</i> memfasilitasi penggabungan informasi dari berbagai sumber untuk mendukung pengambilan keputusan	0.860
6	<i>Ease Of Use</i>	<i>Website</i> memberi kenyamanan dalam penggunaannya	0.829
7	<i>Interactivity</i>	<i>Website</i> memungkinkan aliran komunikasi yang berbeda antara pengguna situs, personel perusahaan, dan pencari informasi	0.811

Information Quality Website PT KCI

Sebagian besar indikator *Information Quality Website* pada Tabel 2 memiliki nilai *anti image correlations* di atas 0,80 (80 %) dan bahkan ada yang sampai 0,94 dalam rentang nilai 0 – 100 %. Artinya responden menilai kualitas informasi *Website* PT KCI sangat baik, karena kualitas informasi *website* dianggap menyediakan informasi yang diperlukan, informasi jelas mencerminkan maksud dan tujuan, informasi benar, bermanfaat, terkini, tepat waktu, stabil, penyajian baik, dan mudah bagi responden menavigasi informasi melalui berbagai opsi. Indikator yang perlu diberi perhatian untuk perbaikan pada kualitas informasi *website* adalah yang memiliki nilai *anti image correlations* di bawah 0,80 yaitu pada indikator penyesuaian informasi dengan kebutuhan responden dalam pembuatan keputusan, opsi yang disediakan sistem lebih diperbanyak, dan penyajian data selalu dalam format yang sama dan kompatibel dengan data sebelumnya.

Tabel 2. *Information Quality Website* PT KCI_n = 50

No.	Dimensi	Indikator	<i>Anti image correlations</i>
1	<i>Completeness</i>	Ketersediaan informasi yang diperlukan	0.948
2	<i>Accuracy and Reliability</i>	Persepsi pengguna bahwa informasi itu benar, stabil, dan dapat diulang	0.876
3		Informasi secara jelas mencerminkan maksud dan tujuan pengguna	0.919

4		Tidak terdapat gangguan dalam mengakses informasi	0.837
5	<i>Format</i>	Persepsi pengguna tentang seberapa baik informasi disajikan	0.879
6	<i>Timeliness</i>	Ketersediaan informasi tepat waktu	0.870
7		Ketersediaan informasi terkini	0.893
8	<i>Relevancy</i>	Tingkat kecocokan informasi yang diberikan dengan informasi yang dibutuhkan untuk membuat keputusan	0.758
9		Informasi memiliki manfaat bagi pengguna nya	0.871
10	<i>Flexibility</i>	Tingkat opsi yang disediakan sistem	0.797
11		Tingkat kemudahan sistem yang memungkinkan pengguna untuk menavigasi melalui berbagai opsi	0.824
12	<i>Consistency</i>	Penyajian data selalu dalam format yang sama dan kompatibel dengan data sebelumnya	0.778

System Design Quality Website PT KCI

Semua indikator *System Design Quality Website* pada Tabel 3 memiliki nilai *anti image correlations* di atas 0,8 (80 %) dalam rentang nilai 0 – 100 %. Artinya responden menilai kualitas desain sistem *Website* PT KCI sangat baik, karena kualitas desain sistem *website* dianggap inovatif, memiliki estetika, warna, gambar, dan teks seimbang di setiap halaman, penggunaan warna latar dan teks efektif, ukuran dan jumlah gambar/suara/video yang digunakan sedikit sehingga tidak memperlambat pengunduhan halaman, suara, animasi, teks dan video streaming memperkaya pengalaman pengguna. Selain itu, kualitas desain sistem *website* juga dianggap memiliki layout, link, dan navigasi yang memudahkan mengakses informasi.

Tabel 3. *System Design Quality Website* PT KCI_n = 50

No.	Dimensi	Indikator	<i>Anti image correlations</i>
1	<i>Attractive</i>	Desain situs web inovatif, memiliki estetika dengan grafik dan animasinya	0.810
2	<i>Appropriateness</i>	Desain situs web sesuai dengan jenis situs web	0.878
3		Gambar yang digunakan dalam halaman memenuhi tujuan fungsionalnya	0.877
4		Warna, gambar, dan teks seimbang dengan tepat di setiap halaman	0.903
5	<i>Color</i>	Penggunaan warna latar dan teks efektif saat mendesain situs web	0.857
6	<i>Image/Sound/Video</i>	Jumlah gambar/suara/video yang digunakan sedikit	0.843
7		Ukuran gambar/suara/video kecil sehingga tidak memperlambat pengunduhan halaman yang tidak disukai oleh pengguna	0.919
8	<i>Text</i>	Karakteristik teks yang digunakan dalam halaman <i>website</i> ada konsistensi	0.870
9		Halaman menggunakan satu ukuran font kecuali untuk judul	0.844
10	<i>Navigation</i>	Alat navigasi yang berbeda, format menu, tautan, dan mesin pencari tersedia untuk membantu pengguna mendapatkan informasi yang diinginkan	0.866
11	<i>Links</i>	Membantu situs web lebih mudah dinavigasi oleh pengguna untuk masuk ke halaman web	0.872
12	<i>Layout</i>	Memungkinkan pengguna dengan mudah mengakses informasi dalam model kontekstual dan struktural	0.885
13	<i>Multimedia</i>	Suara, animasi, teks bergerak dan video streaming memperkaya pengalaman pengguna dengan situs web	0.845

User Satisfaction Website PT KCI

Sebagian besar indikator *user satisfaction website* pada Tabel 4 memiliki nilai *anti image correlations* di atas 0,80 (80 %) dan bahkan ada yang sampai 0,95 dalam rentang nilai 0 – 100 %. Artinya responden menilai *user satisfaction Website* PT KCI sangat memuaskan atau kepuasannya terpenuhi karena informasi website dianggap akurat, lengkap, terkini, relevan dengan kebutuhan pengguna, memotivasi, aman dan nyaman digunakan, mudah mengaksesnya, dan dapat berinteraksi dua arah. Indikator yang perlu diberi perhatian untuk perbaikan pada kepuasan pengguna *website* adalah perlunya perlindungan data di situs web dari virus atau kode berbahaya dan pengguna dapat menentukan dan memandu interaksi dengan situs web.

Tabel 4. *User Satisfaction Website* PT KCI_n = 50

No.	Dimensi	Indikator	<i>Anti image correlations</i>
1	<i>Effectiveness</i>	Keakuratan dan kelengkapan yang dirasakan pengguna untuk mencapai tujuan	0.904
2	<i>Efficiency</i>	Sumber daya yang digunakan dalam mencapai tujuan efektif yaitu, akurat dan lengkap dalam ukuran waktu dan usaha yang dihabiskan yang dirasakan dari kinerja teknologi yang digunakan	0.839
3	<i>Playfulness</i>	Perasaan menyenangkan yang dialami pada waktu yang berbeda selama interaksi dengan situs web	0.824
4		Menghasilkan motivasi intrinsik terhadap penggunaan secara berkelanjutan	0.845
5	<i>Easy To Comprehend</i>	Penyajian informasi dapat dimengerti	0.867
6	<i>Well Presented</i>	Informasi yang dipublikasikan di situs web diperlukan	0.935
7	<i>Accurate</i>	Isi informasi tepat dan akurat	0.857
8	<i>Up To Dated</i>	Informasi terkini	0.804
9	<i>Relevant</i>	Informasi lengkap dan relevan dengan pengguna	0.892
10	<i>Detailed</i>	Informasi disajikan secara detail	0.814
11	<i>Speed Of Access</i>	Sedikit waktu yang diperlukan pengguna untuk mengakses situs web	0.807
12	<i>Availability</i>	Situs web aktif dan tersedia kapan pun pengguna ingin mengaksesnya	0.927
13	<i>Ease Of Use</i>	Mudah menggunakan fitur-fitur situs web	0.927
14	<i>Well Organised</i>	Lingkungan web yang terkontrol dan terstruktur	0.913
15	<i>Hyperlink</i>	Tautan memungkinkan pengguna untuk berpindah-pindah di dalam dan di luar situs web	0.845
16	<i>Two Way Communication</i>	Aliran komunikasi dua arah antara pengguna dengan situs web	0.852
17	<i>Active Control</i>	Pengguna dapat menentukan dan memandu interaksi dengan situs web	0.744
18	<i>Confidentiality</i>	Informasi pribadi pengguna tetap dijaga kerahasiaannya	0.803
19	<i>Integrity</i>	Data di situs web tidak rusak atau dimodifikasi	0.876
20	<i>Protection</i>	Data di situs web dilindungi dari virus atau kode berbahaya	0.793

Analisis Pengaruh

Sesuai dengan hipotesis yang disusun, pengaruh tiga variabel (*system quality website*, *information quality website*, *system design quality website* terhadap *user satisfaction* dapat dilihat dari hasil uji regresi linier berganda. Dari tabel model summary (tabel 5) terlihat pengaruh *system quality*, *information quality*, *system design quality website* PT KCI terhadap *user satisfaction*. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,925 yang artinya 92,5% variasi yang terjadi terhadap tinggi rendahnya perubahan pada *user satisfaction* disebabkan oleh pengaruh variasi *system quality*, *information quality*, *system design quality website*. Dengan kata lain *system quality*, *information quality*, *system design quality website* PT KCI sangat berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction*.

Tabel 5. Analisis Regresi Pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *System Design Quality Website* PT KCI terhadap *User Satisfaction* n = 50

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.964 ^a	.930	.925	.273
a. Predictors: (Constant), System_Design_Quality_X3, System_Quality_X1, Information_Quality_X2				

Hasil Analisis of Variance (ANOVA) pada tabel 6 terlihat nilai F-hitung sebesar 203.464 dan F-tabel 2.81. Oleh karena nilai F-hitung lebih besar dari F-tabel, maka dapat dikatakan model regresi pada penelitian ini sudah cocok. Artinya, ada pengaruh *system quality*, *information quality*, *system design quality website* PT KCI terhadap *user satisfaction* secara simultan.

Tabel 6. Analisis Uji F/ANOVA Pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *System Design Quality* pada *Website* PT KCI terhadap *User Satisfaction* n = 50

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	45.566	3	15.189	203.464	.000 ^b
Residual	3.434	46	.075		
Total	49.000	49			

a. Dependent Variable: User_Satisfaction_Y1

b. Predictors: (Constant), System_Design_Quality_X3, System_Quality_X1, Information_Quality_X2

Pengaruh masing-masing variabel *system quality*, *information quality*, *system design quality website* PT KCI terhadap *user satisfaction* secara simultan dapat dilihat pada tabel 11. *Coefficients Correlations* pada variabel *system quality* diperoleh nilai koefisien sebesar 0.699 dan signifikansi 0.001 dan nilai Thitung sebesar 2.660 sedangkan nilai Ttabel 1.678. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 dan Thitung lebih besar dari Ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif *system quality* terhadap *user satisfaction*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Nuryanti dan Dhaniel dalam Kumar & Lata (2021:61) bahwa, *system quality website* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai hasil uji P-value sebesar 0,000 dan nilai T hitung sebesar 6,373. Mengingat nilai estimasinya positif artinya terdapat hubungan searah antara *system quality website* dengan *user satisfaction*. Demikian juga temuan dari Hsiao et al (2015:7) bahwa, *system quality website* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai hasil uji P-value sebesar 0,000 dan nilai T hitung sebesar 4,952. Mengingat nilai estimasinya positif hal ini berarti terdapat hubungan searah antara *system quality website* dengan *user satisfaction*. Hasil penelitian Camelia et al dalam Dianat, Adeli, Jafarabadi, & Karimi. (2019:6) juga menemukan bahwa, *system quality website* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai hasil uji P-value sebesar 0,368 dan nilai T hitung sebesar 4,048. Mengingat nilai estimasinya positif hal ini berarti terdapat hubungan searah antara *system quality website* dengan *user satisfaction*.

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah *system quality website* PT KCI memiliki pengaruh positif terhadap *user satisfaction*. *Coefficients Correlations* pada variabel *information quality* diperoleh nilai koefisien sebesar 0.556 dan signifikansi 0.000 dan nilai Thitung sebesar 4.707 sedangkan nilai Ttabel 1.678. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 dan Thitung lebih besar dari Ttabel, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif *information quality* terhadap *user satisfaction*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Yulis dan Dhaniel dalam Kumar & Lata (2021:61) bahwa, *information quality website* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai hasil uji P-value sebesar 0,000 dan nilai T hitung sebesar 4,574. Mengingat nilai estimasinya positif hal ini berarti terdapat hubungan searah antara *information quality website* dengan *user satisfaction*. Penelitian Hsiao et (2015:7) juga menemukan, *information quality website* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai hasil uji P-value sebesar 0,000 dan nilai T hitung sebesar 6,728. Mengingat nilai estimasinya positif hal ini berarti terdapat hubungan searah antara *information quality website* dengan *user satisfaction*. Kemudian Christanty dalam Alyaqoub (2020:569) menemukan, *information quality website* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai hasil uji P-value sebesar 0,000 dan nilai T hitung sebesar 5,154. Mengingat nilai estimasinya positif hal ini berarti terdapat hubungan searah antara *information quality website* dengan *user satisfaction*.

Davis dan Golicic dalam Heonsik (2017:433) menemukan masalah yang dapat terjadi berkaitan dengan *information quality* adalah (1) terlalu banyak informasi, sehingga sulit untuk mengakses dengan tepat pada waktu yang tepat (2) keamanan dan privasi yang dapat menimbulkan konflik (3) kurangnya sumber daya komputasi

seperti komputer, jaringan atau penyimpanan database yang tidak mencukupi (4) manajemen informasi yang tidak memadai, membuat kegagalan untuk merespons secara tepat waktu. Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah *information quality website* PT KCI memiliki pengaruh positif terhadap *user satisfaction*.

Coefficients Correlations pada variabel *system design quality* diperoleh nilai koefisien sebesar 0.547 dan signifikansi 0.000 dan nilai *Thitung* sebesar 4.843 sedangkan nilai *Ttabel* 1.678. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 dan *Thitung* lebih besar dari *Ttabel*, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif *system design quality* terhadap *user satisfaction*.

Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan Al-Kasasbeh (2011:1), pengujian terhadap *satisfaction of users* sistem online di Petra Jordan University, dimensi *website system design*, navigasi, dan personalisasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga dimensi tersebut berpengaruh terhadap *user satisfaction* sistem online di Universitas Petra Jordan. Hasil penelitian Al-Kasasbeh hanya salah satu faktor yang mempengaruhi *user satisfaction* yaitu *website system design* yang sama dengan penelitian ini, sementara navigasi dan personalisasi di dalam penelitian ini sudah termasuk dalam indikator *system quality website*.

Hasil penelitian Manasra dalam Kumar & Lata (2021) juga menemukan, penelusuran *user satisfaction* pada sektor telekomunikasi di Yordania dilihat dari dimensi *website quality* yaitu *system design quality*, *information quality*, *interaction and service quality and ease of use*, hasil penelitian menunjukkan bahwa *website quality* yaitu *system design quality*, *information quality*, *interaction and service quality and ease of use* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* telekomunikasi di Yordania. Hasil penelitian Manasra hanya *system design quality*, *information quality* yang memiliki kesamaan dengan faktor yang mempengaruhi *user satisfaction* dengan penelitian ini, sementara *interaction and service quality and ease of use* di dalam penelitian ini sudah termasuk dalam indikator *system quality website*. Sesungguhnya ada faktor lain dari website yang mungkin juga tidak kalah penting dalam mempengaruhi *user satisfaction* yaitu kesesuaian isi website dengan kebutuhan informasi *user*, system keamanan terhadap data pribadi *user*, dan etika dalam penyampaian informasi. Melanjutkan hasil penelitian ini dengan melengkapi hasil penelitian tentang ketiga faktor ini tentunya akan menghasilkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang tata cara pengelolaan website yang baik.

Selanjutnya Gao dalam Kumar & Lata (2021) menemukan, semua aspek yang termasuk dalam *system design quality website* yaitu kualitas informasi, kecepatan respon dan tingkat interaksi berdampak positif terhadap *user satisfaction*. Menurut Zviran et al Wilson, Keni & Tan (2019), *system design quality website* memiliki faktor subjektif dan berbeda yang dapat memengaruhi *user satisfaction* secara keseluruhan dengan situs web. Temuan Hsiao et al (2015) bahwa, *system design quality website* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai hasil uji *P-value* sebesar 0,037 dan nilai *T* hitung sebesar 2,093. Mengingat nilai estimasinya positif hal ini berarti terdapat hubungan searah antara *system design quality* dengan *user satisfaction*. Menurut Chandra dan Martini dalam Kumar & Lata (2021) menemukan, *system design quality website* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai hasil uji *P-value* sebesar 0,000 dan nilai *T* hitung sebesar 4,104. Mengingat nilai estimasinya positif hal ini berarti terdapat hubungan searah antara *system design quality website* dengan *user satisfaction*. Wilson, Keni & Tan (2019) menemukan, *system design quality website* berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dengan nilai hasil uji *P-value* sebesar 0,001 dan nilai *T* hitung sebesar 3,045. Mengingat nilai estimasinya positif hal ini berarti terdapat hubungan searah antara *system design quality website* dengan *user satisfaction*. Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah *system design quality website* PT KCI memiliki pengaruh positif terhadap *user satisfaction*.

Tabel 7. Analisis Uji T/Coefficients Pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *System Design Quality* pada *Website* PT KCI terhadap *User Satisfaction*
n = 50

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-6.016E-17	.039		.000	1.000
System_Quality_X1	.699	.572	.499	2.660	.001
Information_Quality_X2	.556	.597	.456	4.707	.000
System_Design_Quality_X3	.547	.492	.447	4.843	.000
a. Dependent Variable: User_Satisfaction_Y1					

Simpulan

Hasil paparan data dan analisis penelitian yang dapat disimpulkan peneliti adalah *system quality* berkontribusi sebesar 69,9 % terhadap terbentuknya *user satisfaction*. Demikian juga *information quality* berkontribusi sebesar 55,6 % terhadap terbentuknya *user satisfaction*, dan *system design quality website* PT KCI juga memiliki kointribusi sebesar 54,7 % terhadap munculnya *user satisfaction*.

Analisa ini menunjukkan bahwa pengelolaan informasi website oleh suatu perusahaan memegang peran penting dalam pencapaian kepuasan dari pengguna. Pengelola media dalam hal ini website harus memahami bagaimana cara yang tepat dalam penyampaian pesan melalui website yang dapat memberi kepuasan user, karena pengguna website memiliki kemampuan yang berbeda-beda dalam memahami isi media yang pada akhirnya berpengaruh pada kepuasan. Selain itu pengguna media juga dihadapkan pada banyak pilihan media informasi yang berbeda, sehingga penting sekali untuk mengoptimalkan media yang digunakan agar memiliki daya tarik pengguna untuk menjadikannya sebagai sumber informasi dalam memenuhi kebutuhannya.

Hal lain yang perlu dikaji yang mungkin juga berpengaruh pada kepuasan *user* adalah variabel lain secara teoritik dan melakukan penelitian dengan model lain seperti variabel *security of online transaction website* serta variabel yang spesifik dari pengguna seperti motivasi dan kemampuan menggunakan website, serta budaya dalam menggunakan media sosial. Rekomendasi yang dapat disampaikan bagi peneliti selanjutnya adalah mengkaji variabel lain yang mungkin juga berkontribusi besar terhadap adanya *user satisfaction* yaitu kesesuaian isi website dengan kebutuhan informasi dari *user*, kenyamanan dalam menggunakan website, serta etika berkaitan dengan isi website. Rekomendasi untuk praktisi di masa depan adalah dalam pengelolaan website organisasi harus terus memperhatikan kualitas layanan, kualitas informasi, kualitas sistem disain, keamanan dalam menggunakan website, kesesuaian isi dengan kebutuhan *user*, serta selalu menjaga etika dalam proses komunikasi melalui website.

Referensi

- Al-Khalifa, H. S. & Garcia, R. A. (2014). Website Design Based On Cultures: An Investigation of Saudis, Filipinos, And Indians Government Website Attributes. Design, User Experience, and Usability: User Experience Design for Diverse Interaction Platforms and Environments. DUXU 2014. 8518:15-27. https://doi.org/10.1007/978-3-319-07626-3_2
- Al-Mamary, Yaser Hasan, Shamsuddin, Alina, Aziati, Nor (2014). Factors Affecting Successful Adoption of Management Information Systems in Organizations towards Enhancing Organizational Performance. *Science Education Publishing From Scientific Research To Knowledge*, Vol. 2, issue 5, <http://pubs.sciepub.com/ajss/2/5/2/index.html>
- AlYaqoub, Aseel. (2020). The Face Mask. A desperate measure. *Arabian Humanities* 13, 2020. <https://doi.org/10.4000/cy.5937>
- Annur, C. M., (2022). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022*). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Azemi, N. A., Zaidi, H., & Hussin, N. (2017). Information Quality in Organization for Better Decision Making. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(12):429-437. <http://dx.doi.org/10.6007/IJARBS/v7-i12/3624>
- Ching Hsieh, Yao, Da Lin, Tin, Ji Chen, Ruei, Yu Lin, Hong. (2014). Electric circuit modelling for lithium-ion batteries by intermittent discharging. *IET The Institution of Engineering and Technology*, Volume7, Issue10. <https://doi.org/10.1049/iet-pel.2013.0787>
- Diana, et.al. (2019). Buku Ajar Asuhan Kebidanan Persalinan dan Bayi Baru Lahir. Surakarta: CV OASE Group.
- Dianat, Iman, Adeli, Pari Adeli, Asgari Jafarabadi, Mohammad, Ali Karimi, Mohammad. (2019). User-centred web design, usability and user satisfaction: The case of online banking websites in Iran. *Applied Ergonomics*, Volume 81, November 2019, 102892. DOI: 10.1016/j.apergo.2019.102892
- Doll, William J, Xia, W., & Torkzadeh, G. (2011). A confirmatory factor analysis of the EUCS Instrument. *MIS Quarterly*, 18(4), 453-461. <https://misq.umn.edu/a-confirmatory-factor-analysis-of-the-end-user-computing-satisfaction-instrument.html>
- Grigoroudis, Evangelos & Yannis Siskos. (2010). Customer Satisfaction Evaluation. New York: Springer.
- Haghighinasab M and Tabeien A (2008). Assessing the Attractiveness & Usability of Website of Iran Petrochemical Trading Company in Industrial Market from Internal Customers' Point of View. *Commercial Administration Journal* (1) 21-38.
- Hasan, L., & Abuelrub. E. (2010). Assessing The Quality Of Website. *Applied Computing and Informatics*, 9:11-29. <https://doi.org/10.1016/j.aci.2009.03.001>
- Hermawan, A. (2017). *Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif*. PT. Desindo Putra Mandiri.

- Hsiao, M., Mai, Q. T., Loc, T. N., & Lee, Y. (2015). User Satisfaction of the Website for National Center for Health Communication and Education in Vietnam: An Application of IS Success Model. ICEC '15, 6:1-8. <https://doi.org/10.1145/2781562.2781568>
- Joo, H. (2017). A Study on Understanding of UI and UX, and Understanding of Design According to User Interface Change. *International Journal of Applied Engineering Research*, 12(20):9931-9935. https://www.ripublication.com/ijaer17/ijaerv12n20_96.pdf
- Kadji, Y. (2016). *Metode Penelitian Ilmu Administrasi*. Deepublish.
- Kumar, A., & Lata, S. (2021). The System Quality And Customer Satisfaction With Website Quality As Mediator In Online Purchasing. *Journal of Operations and Strategic Planning*, 1-20. <https://doi.org/10.1177/2516600x21991945>
- Kumar, S. & Jakhar, M. (2013). Understanding User Evaluation of Information Quality Dimensions in a Digitized World. <https://www.pomsmeetings.org/ConfProceedings/065/Full%20Papers/Final%20Full%20Papers/065-2035.pdf>
- Kurniawan, & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Lapau, B. (2012). *Metode Penelitian Kesehatan: Metode Ilmiah Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Laumer, S., Maier, C., & Weitzel, T. (2017). Information quality, user satisfaction, and the manifestation of workarounds: a qualitative and quantitative study of enterprise content management system users. *European Journal of Information Systems*, 26:333-360. <https://doi.org/10.1057/s41303-016-0029-7>
- Maditinos, Dimitrios, Mitsinis, Nikolaos, Sotiriadou, Dominiki. (2008). Measuring User Satisfaction with Respect to Websites. *Zagreb International Review of Economics & Business*, Vol. SCI No. 1. <https://hrcak.srce.hr/78670>
- Morissan. (2017). *Metode Penelitian Survei Edisi Pertama*. PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Nursalam. (2017). *Konsep Dan Penerapan Metodologi Penelitian Ilmu Keperawatan: Pedoman Skripsi, Tesis Dan Instrumen Penelitian Keperawatan*. Salemba Medika.
- Petter, S., DeLone, W. & McLean, (2008). Measuring Information Systems Success: Models, Dimensions, Measures, And Interrelationships. *European Journal of Information Systems*, 17:236-263. <https://doi.org/10.1057/ejis.2008.15>
- Ramadhan, M. R., & Hartomo, K. D. (2022). Evaluasi Kualitas Website Menggunakan Webqual 4.0 (Studi Kasus: Sistem Informasi Kebencanaan Kabupaten Boyolali). *Jurnal Transformatika*, 19(2), 138-147. <https://doi.org/10.26623/transformatika.v19i2.4195>
- Reddy, B. S., Krishnamurthy, A., & Asundi, A. Y., (2018). Information use, User, User needs and Seeking Behavior. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 38:82-87. <https://doi.org/10.14429/DJLIT.38.2.12098>
- Rocha, A., (2012). Framework For A Global Quality Evaluation Of A Website. *Online Information Review*, 36(3):374-382. <http://dx.doi.org/10.1108/14684521211241404>
- Runiar, R., Rawski, G., Johnson, B., & Yang, J., (2013). Social Media User Satisfaction- Theory Development and Research Findings. *Journal of Internet Commerce*, 12:195-224. <http://dx.doi.org/10.1080/15332861.2013.817864>
- Santoso, Melisa, Grace, Sitanggang, Indri Anastasia. (2022). Perancangan Website E-Commerce INNED.ID. *Jurnal Teknik Informatika*, Vol. 14, No.1, Januari.
- Siskos, Y., and Grigoroudis E. (2002). Measuring Customer Satisfaction for Various Services Using Multicriteria Analysis. *Essays in Honor of Bernard Roy*. Dordrecht: Kluwer Academic Publisher. P: 82-457.
- Siskos Y., E. Grigoroudis. (2002) Measuring Customer Satisfaction for Various Services Using Multicriteria Analysis. Dordrecht : Kluwer Academic Publishers.
- Salameh, A., Ahmad, H., Zulhumadi, F., & Abubakar, F. M. (2018). Relationship Between System Quality, Service Quality, And Customer Satisfaction: M-Commerce In The Jordanian Context. *Journal of Systems and Information Technology*, 20(1). <https://doi.org/10.1108/JSIT-03-2017-0016>
- Sharma, G., Shakya, S., & Kharel, P. (2014). Technology Acceptance Perspectives on User Satisfaction and Trust of E-Government Adoption. *Journal of Applied Sciences*, 14(9):860-872. <https://doi.org/10.3923/jas.2014.860.872>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tanushree, D., (2022). Architectural Design Quality Indicators For Educational Built Environment In The Indian Context. *International Journal of Applied Engineering Research*, (17(1):66-73. <https://dx.doi.org/10.37622/IJAER/17.1.2022.66-73>
- Tobari. (2015). *Katalog Dalam Terbitan*. Deepublish.

-
- Tsao, W., Hsieh, M., & Lin T. M. Y., (2016). Intensifying online loyalty! The power of website quality and the perceived value of consumer/seller relationship. *Industrial Management & Data Systems*, 116(9):1987-2010. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2015-0293>
- Van Osch, Wietske, Coursaris, Constantinos, A Balogh McKay, Brigitte (2016). Informing brand messaging strategies via social media analytics. *Online Information Review*, Vol. 40 No. 1, pp. 6-24. <https://doi.org/10.1108/OIR-02-2015-0062>
- Vijai, Prince. (2018). Examining the relationship between System Quality, Knowledge Quality and User Satisfaction in the Success of Knowledge Management System: An Empirical Study. *International Journal of Knowledge Management Studies*, 9(3):203-221. <https://doi.org/10.1504/IJKMS.2018.10015435>
- Wilson, N., Keni, K., & Tan, P. H. P. (2019). The Effect Of Website Design Quality And Service Quality On Repurchase Intention In The E-Commerce Industry: A Cross-Continental Analysis. *Gajah Mada Internasional Journal of Business*, 21(2). <https://doi.org/10.22146/gamaijb.33665>
- Wibowo, Wendy Ariesta. (2013). Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Servis Quality Terhadap User Satisfaction Website Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines. *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN*, Vol.1, No.1, hal. 1-22.
- Zhou, T., Lu. Y., & Wang. B. (2009). The Relative Importance of Website Design Quality And Service Quality In Determining Consumers Online Repurchase Behavior. *Information System Management*, 26:327:337. <https://doi.org/10.1080/10580530903245663>