

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Website

World Wide Web (WWW) atau biasa disebut dengan *website*, merupakan salah satu sumber daya internet yang berkembang pesat. Informasi *Website* disebarluaskan melalui *hypertext* (suatu cara untuk menghubungkan berbagai dokumen di internet), yang dapat memungkinkan suatu teks pendek menjadi acuan untuk membuka dokumen yang lainnya. Dengan pendekatan *hypertext* ini seseorang mendapatkan informasi dengan meloncat dari satu dokumen ke dokumen yang lain [4]. *Website* adalah gabungan antara publikasi cetak dan pengembangan *website*, antara marketing dan perhitungan, antara seni dan teknologi, dan antara komunikasi internal dan hubungan dengan pelanggan. *Website* juga dikenal sebagai sistem yang menghubungkan antar dokumen *Hypertext* yang ada di internet. Melalui *website*, orang-orang dapat mengakses informasi bukan hanya berupa teks, tetapi juga gambar, suara dan film. Untuk menghasilkan *website* dibutuhkan *software* yang disebut *browser* [6]. Penggunaan *website* sangat meningkat sehingga pentingnya perhatian tentang pengembangan *website* seperti metode evaluasi untuk memperoleh informasi yang dipercaya tentang kualitas produk dan penggunaan sistematis model, metode, dan alat teknisnya. Telah banyak penelitian yang dilakukan, untuk mendapatkan kualitas *website* yang baik, walaupun ini bukan pekerjaan mudah, namun pengelola *website* harus selalu melakukannya supaya *user* selalu puas pada *website* yang dikunjungi. Fokus pada kualitas *website* sudah diperkenalkan pada bidang *website engineering* [9].

2.1.1 Sejarah Website

Sejarah *website* pada tahun 1989 Tim Berners-Lee, seorang *programmer* komputer berkebangsaan Inggris yang bekerja pada *European Physics Laboratory* (CERN) di Genewa, Swiss, melakukan sesuatu yang berbeda dari sebelumnya. Dia menggabungkan *hypermedia* dengan sumber-sumber informasi Internet yang sangat luas. Sebelum ada *Website*, banyak hal yang dilakukan dalam internet, tetapi

tidak ada yang dapat dilakukan dengan mudah. Solusi Berners-Lee adalah teknologi *hypertext* untuk membentuk sebuah dokumen *Website*. Tidak seperti buku atau kebanyakan *database*, *Website* memiliki banyak kemungkinan informasi ini disembunyikan dengan suatu antar muka *hypertext* berbasis karakter. Dokumen *Website* harus ditulis dalam suatu format khusus yang memungkinkan *hypertext* saling terjalin untuk dapat bekerja. Format ini adalah *Hypertext Markup Language* (HTML). HTML adalah bagian dari *Standard Generalized Markup Language* (SGML). SGML merupakan standar dari *Internasional Standards Organization* (ISO), untuk mendefinisikan format pada dokumen sebuah teks. Meskipun SGI ditunjukkan untuk *desktop publishing*, Berners-Lee dan rekan-rekannya mengambil kemampuan *hyperlink* untuk membentuk dasar dokumen *Website* yang pertama [10].

2.1.2 Perkembangan Website

Perkembangan *Website* yang pertama adalah Standar *Web 1.0*. *Web 1.0* merupakan bentuk *website* yang paling awal. Hal yang disajikan dalam *website* ini masih bersifat statis dan cenderung hanya bersifat informatif. Layanan yang internet kala itu masih berkisar diantara *static website* yang saling dihubungkan dengan *hyperlink*. Umumnya *website* berformat “*brosur online*” (*website* yang menyampaikan informasi satu arah) umumnya berbentuk *profile*, portal berita, toko online, layanan email, dll. *Website* kala itu dihuni oleh *website-website* yang di desain menggunakan *table* dan *flash*. Contohnya adalah DotCom Bubble Burst, atau DotCom Crash, atau DotCom Doom.

Kemudian Era pengembangan *website* kedua (*Web 2.0*) di mana pengunjung mulai dapat melakukan interaksi dengan diatur oleh sistem yang ada pada *website*. *Web 2.0* sendiri merupakan sebuah istilah yang pertama kali dicetuskan pada tahun 2003 oleh *O'Reilly Media*, dan dipopulerkan pada konferensi *web 2.0* pertama di tahun 2004. Dapat di simpulkan Dalam standar *web 2.0*, *website* sudah merupakan ajang interaksi antar sesama pengguna. Bentuk yang menjadi khas pada generasi ini adalah *website* bukannya hanya merupakan sumber bacaan dan mencari informasi namun juga sebagai bagian dari interaksi sosial.

Konsep *Web 3.0* pertama kali diperkenalkan pada tahun 2001, saat Tim Berners-Lee, penemu *World Wide Web*, menulis sebuah artikel ilmiah yang menggambarkan *Web 3.0* sebagai sebuah sarana bagi mesin untuk membaca halaman-halaman *Website*. Hal ini berarti bahwa mesin akan memiliki kemampuan membaca *Website* sama seperti yang manusia dapat lakukan sekarang ini. *Web 3.0* berhubungan dengan konsep *Website Semantik*, yang memungkinkan isi *website* dinikmati tidak hanya dalam bahasa asli pengguna, tapi juga dalam bentuk format yang bisa diakses oleh agen-agen *software*. Beberapa ahli bahkan menamai *Website 3.0* sebagai *Website Semantik* itu sendiri. Keunikan dari *Web 3.0* adalah konsep dimana manusia dapat berkomunikasi dengan mesin pencari. Kita bisa meminta *Website* untuk mencari suatu data spesifik tanpa bersusah-susah mencari satu per satu dalam situs-situs *Website*. *Web 3.0* juga mampu menyediakan keterangan-keterangan yang relevan [11].

2.1.3 Fungsi *Website*

Website memiliki 5 Fungsi, berikut 5 fungsi *Website* tersebut :

1. Informasi : pada umumnya lebih menekankan pada kualitas bagian kontennya karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isinya, Jika orang ingin mengetahui informasi atau pesan dari Anda, maka orang itu cukup membuka alamat *website* Anda.
2. Komunikasi : pada umumnya adalah situs *web* dinamis yang dilengkapi fasilitas yang memberikan fungsi-fungsi komunikasi, seperti *web mail*, *form contact*, *chatting*, forum, dan yang lainnya untuk memudahkan untuk berkomunikasi.
3. Entertainment : Beberapa fasilitas yang memberikan fungsi hiburan adalah game *online*, film *online*, musik *online*, dan sebagainya.
4. Transaksi : Situs *website* ini menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik. Pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, transfer, ataupun dengan membayar secara langsung.

5. Promosi : Sebagai sarana untuk promosi dari suatu perusahaan atau perorangan yang menjalankan bisnis online, karena dengan mempunyai *website* di internet dapat memperluas jaringan promosi sebuah perusahaan atau bisnis.

2.1.4 Cara Kerja Website

User/pengguna yang akan mengakses suatu *website* berupa URL melalui *website browser* (yaitu media untuk menuju URL yang diakses), kemudian *website browser* tersebut mengirimkan permintaan/*request* berupa *http request* kepada *website server* melalui layer-layer TCP/IP, kemudian *website server* memberikan *website files* yang di-*request* jika ada. *website files* yang telah diberikan tadi tidak langsung ditampilkan di-*display* begitu saja, namun *website Server* memberikan respon kembali ke *website browser* melalui *http response* yang juga melalui layer-layer TCP/IP, yang kemudian baru di terima oleh *website browser*, dan kemudian dikirimkan kepada *user* berupa display.

2.1.5 Unsur-unsur Website

Berikut adalah unsur-unsur dari *website* :

1. Nama Domain

Nama domain adalah alamat unik di dunia maya (internet) yang berguna untuk menemukan sebuah *website*. Umumnya URL ini di perjualbelikan dengan sistem sewa tahunan. Dan biasanya di belakang URL ini mempunyai akhiran sesuai dengan lokasi dan kepentingan atas di buatnya *website* tersebut. Contoh dari nama domain adalah .org (untuk organisasi), .co.id (untuk pendidikan) dan .com (untuk perusahaan)

2. *Website Hosting* (Rumah Tempat Website)

Website Hosting merupakan ruangan yang terdapat dalam *harddisk* sebagai tempat penyimpanan data, *file*, *video*, *email*, *database*, dan lain-lain yang nantinya akan ditampilkan di dalam *website* tersebut.

3. Bahasa Program (Scripts Program)

Bahasa Program merupakan bahasa yang digunakan untuk menterjemahkan setiap perintah pada saat *website* tersebut sedang dijalankan. Contoh dari bahasa program, yakni Java Script, XML, JSP, HTML, PHP, dan lain-lain

4. Desain *Website*

Desain *website* merupakan hal yang penting. Faktor kenyamanan pengunjung harus diterapkan jika membuat *website*. Buatlah *website* yang menarik agar pengunjung mudah dalam penggunaannya sehingga akan terus mengunjungi *website* tersebut.

5. Program Transfer Data ke Pusat Data

FTP (*File Transfer Protocol*) merupakan akses yang diberikan pada saat kita memesan *website hosting*, FTP berguna untuk memindahkan *file-file website* yang ada pada komputer ke pusat *website hosting* agar dapat terakses ke seluruh dunia.

2.1.6 Jenis-jenis *Website*

Jenis-jenis *website* ada 2, yaitu :

1. *Website dinamis*, merupakan *website* yang halamannya selalu *update*, biasanya terdapat halaman *backend* (halaman administrator) yang digunakan untuk menambah atau mengubah konten. *Website* dinamis membutuhkan *database* untuk menyimpan. *Website* dinamis mempunyai arus informasi dua arah, yakni berasal dari pengguna dan pemilik, sehingga *update* dapat dilakukan oleh pengguna dan juga pemilik *website*. Contoh dari pengertian *website* dinamis ini, yaitu *Friendster*, *Multiply*, *Facebook*.
2. *Website statis*, merupakan *website* yang halamannya tidak berubah, biasanya untuk melakukan perubahan dilakukan secara manual dengan

mengubah kode. *Website* Statis informasinya merupakan informasi satu arah, yakni hanya berasal dari pemilik *software*nya saja, hanya bisa *diupdate* oleh pemiliknya saja. Contoh dari pengertian *website* statis ini, yaitu profil perusahaan.

2.2 Kualitas Pengukuran Website

Kualitas pengukuran *website* terdiri dari 2 yaitu *ServQual* dan *WebQual*:

ServQual adalah salah satu metode untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Metode *ServQual* memperhatikan harapan pelanggan mengenai layanan yang akan diterimanya (*expectation*) dan layanan yang telah diterimanya (*perception*). Menurut Tjiptono (2005) *service quality* adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dimana pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan [12]. Berikut ini adalah dimensi-dimensi dari *ServQual*:

1. *Reliability*: kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan.
2. *Responsiveness*: kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.
3. *Assurance*: kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
4. *Emphaty*: kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.
5. *Tangibles*: fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

WebQual merupakan salah satu metode pengukuran kualitas *website* yang dikembangkan oleh Stuart Barnes dan Richard Vidgen (1998) berdasarkan persepsi pengguna akhir (*end-user*)., *WebQual* adalah “...*structured and disciplined process that provide a means to identify and carry the voice of the customer through each stage of product and or service development and implementation*” yang artinya *WebQual* adalah proses terstruktur dan disiplin yang menyediakan sarana untuk mengidentifikasi dan membawa suara pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk dan atau jasa dan pelaksanaannya [11].

Berikut ini adalah dimensi-dimensi dari *WebQual*;

1. *Usability Quality* : Persepsi pengguna terhadap kemudahan dibaca dan dipahami, serta kemudahan beroperasi dan bernavigasi.
2. *Information Quality* : Persepsi pengguna terhadap informasi yang disediakan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan, selalu *up-to-date* dan akurat, serta informasi yang dapat dipercaya, relevan, mudah dibaca, dan dipahami.
3. *Service Interaction Quality* : Persepsi pengguna terhadap semua proses layanan dapat diselesaikan secara *online*, proyeksi gambar sesuai dengan situs pemerintah, serta penggunaan situs sebagai sarana interaksi alternatif yang keamanannya lebih baik.

2.3 Metode *WebQual*

WebQual merupakan metode pengukuran kualitas *Website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. *WebQual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya dengan metodologi *Quality Function Deployment* (QFD) yang merupakan sebuah sarana untuk mengidentifikasi dan membawa suara pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk dan juga jasa.

Kualitas penggunaan meliputi, kemudahan untuk dipelajari, kemudahan untuk dimengerti situs dalam pemberian informasi yang diharapkan pengguna, kemudahan untuk ditelusuri dalam pencarian informasi, kemudahan dalam pengoperasian situs bagi pengguna, kemudahan dalam sistem navigasi memberikan pengalaman baru tentang informasi yang dibutuhkan pengguna, *WebQual* menggunakan tiga parameter, yaitu :

1. Kualitas informasi dari penelitian sistem informasi
2. Interaksi dan kualitas layanan dari penelitian kualitas sistem informasi, *e-commerce*, dan pemasaran
3. *Usability* dari *human-computer interaction*

2.3.1 Perkembangan *WebQual*

Dalam kualitas *Website*, *WebQual* mengalami perkembangan yang cukup pesat. Berikut ini merupakan perkembangan dari *WebQual* :

WebQual 1.0 merupakan versi pertama dari instrumen *WebQual* yang dikembangkan dalam *domain website* sekolah bisnis di UK (*United Kingdom*) dengan diselenggarakannya sebuah lokakarya dengan melibatkan enam siswa *Master* sebagai delegasinya. Hal yang dibahas pada diskusi tersebut adalah: “*Apa saja kualitas website dari sekolah bisnis yang sangat baik?*”. Setelah melalui proses analisis tersisa 23 pertanyaan yang lalu kemudian dikelompokkan kedalam empat dimensi utama yaitu kemudahan penggunaan (*ease of use*), pengalaman (*experience*), informasi (*information*), komunikasi (*communication*) dan integrasi (*integration*).

WebQual 2.0 diterapkan pada *website B2C (Business to Consumer)* yang menunjukkan dengan jelas bahwa perspektif interaksi kualitas dari suatu *website* tidak terwakili dengan baik pada *WebQual 1.0*. Pada *WebQual 2.0* ini ditambahkan aspek kualitas interaksi dengan mengadaptasi hasil kerja dari *ServQual* dan diaplikasikan pada *domain toko buku online*.

WebQual 3.0 ini indikator-indikator kualitas dikategorikan kedalam tiga kategori utama, yaitu: kualitas *website*, kualitas informasi dan kualitas interaksi. Ketika *WebQual 1.0* begitu kuat pada kualitas informasinya namun kurang kuat pada interaksi layanannya. Begitu juga dengan *WebQual 2.0* yang menekankan kualitas interaksi namun menghilangkan beberapa kualitas informasi dari *WebQual 1.0*. Versi baru dari *WebQual 3.0* ini diujicobakan pada *domain lelang online*

WebQual 4.0 merupakan hasil analisis pada *WebQual 3.0* yang membawa pada identifikasi tiga dimensi dari kualitas *website e-commerce*, yaitu: kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*). Dalam *WebQual 4.0* ini, kegunaan berkaitan dengan desain *website* misalnya penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan juga tampilan yang disampaikan dalam *website* tersebut. Kegunaan fokus pada pandangan bagaimana pengguna melihat dan berinteraksi dengan *website*: apakah mudah bernavigasi? Apakah desain sesuai dengan jenis *website*? Lalu kualitas

informasi merupakan kualitas dari isi *website*, yaitu kesesuaian informasi untuk penggunaannya seperti format, tingkat akurasi dan juga relevansi. Terakhir ada kualitas layanan interaksi yang merupakan hal yang dialami oleh pengguna *website*, diwujudkan dalam bentuk kepercayaan dan empati misalnya mengenai transaksi dan keamanan informasi, pengiriman produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik atau pengelola *website*.

2.3.2 Usability Quality

Usability adalah mutu yang berhubungan dengan rancangan *site*, sebagai contoh penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna. Menurut Barnes, kualitas informasi meliputi hal-hal seperti informasi yang akurat, informasi yang bisa di percaya, informasi yang *uptodate* atau terbaru, informasi yang sesuai dengan topik bahasan, informasi yang mudah dimengerti, informasi yang sangat detail dan mendalam, dan informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai [12].

Berikut ini tiga komponen umum *usability* :

1. Adanya keterlibatan seorang pengguna,
2. Pengguna melakukan suatu pekerjaan, dan
3. Pengguna melakukan sesuatu dengan adanya produk, sistem atau hal

2.3.3 Information Quality

Kualitas informasi dari penelitian sistem informasi (*Information Quality*). *Information Quality* adalah mutu dari isi yang terdapat pada *site*, pantas tidaknya informasi untuk tujuan pengguna seperti akurasi, format dan keterkaitannya [12].

2.3.4 Service Interaction Quality

Service Interaction Quality adalah mutu dari interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki kedalam *site* lebih dalam, yang terwujud dengan kepercayaan dan empati, sebagai contoh isu dari keamanan

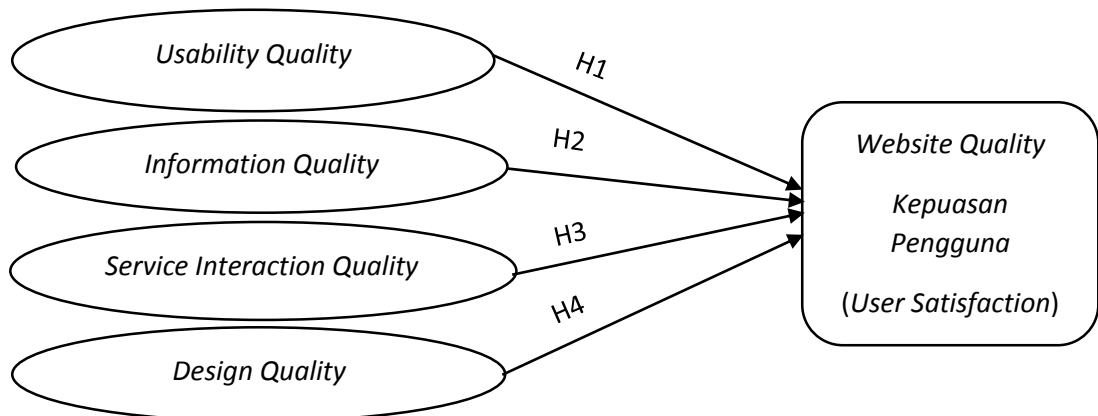
transaksi dan informasi, pengantaran produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik *site* [12].

2.3.5 *Design Quality*

Design Quality adalah persepsi pengguna terhadap rancangan situs yang menyenangkan, keinovatifan rancangan situs, serta aliran emosional pengguna ketika menggunakan situs. Kualitas desain *website* meliputi kemampuan *website* dalam memberikan tampilan atau *interface* yang dengan estetika dan fungsi yang maksimal. Mulai dari segi penataan informasi, tampilan menu-menu, kejelasan informasi, pemilihan warna *website* serta kejelasan tentang *font* pada *website* itu sendiri.

2.4 Model Metode *WebQual*

Berikut ini adalah model dari metode yang digunakan yaitu metode *WebQual* :



Gambar 2.1 Model Metode *WebQual*

2.5 Hipotesis

Hipotesis adalah suatu dugaan logis adanya hubungan atau pengaruh antara dua atau lebih variabel-variabel yang dinyatakan dalam suatu pernyataan yang dapat diuji kebenarannya [13]. Dalam hipotesis terdapat hipotesis nihil dan hipotesis alternatif yaitu sebagai berikut :

1. Hipotesis nihil atau hipotesis nol (H_0) adalah hipotesis yang menyatakan tidak adanya hubungan antar variabel.
2. Hipotesis alternatif atau hipotesis kerja (H_a) adalah hipotesis yang menyatakan adanya hubungan antar variabel [26]

Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya dan teori yang digunakan sebelumnya, hipotesis dalam penelitian ini dibuat berdasarkan hubungan antara kualitas kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan dan kualitas desain yang dengan kepuasan pengguna *website* Polsri. Hipotesis yang akan diusulkan pada penelitian ini sebagai berikut :

2.5.1 Hubungan *Usability Quality* terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

Kualitas sistem menggambarkan kinerja sistem website secara keseluruhan dan kesesuaian antara karakteristik dari *website* dengan karakteristik yang diinginkan pengguna. Desain yang menarik, kenyamanan akses, kemudahan penggunaan, dan keandalan merupakan sebagian contoh karakteristik yang diinginkan pengguna dari sebuah sistem informasi [14]. Semakin baik kinerja *website*, semakin tinggi juga kesesuaian antara karakteristik *website* dengan keinginan pengguna, dan semakin interaktif *website* maka semakin tinggi pula keinginan pengguna untuk menggunakan *website* tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Candra, 2012) juga menunjukkan bahwa kualitas kegunaan yang dihasilkan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna *website* [7]. Berdasarkan teori dan penelitian yang sudah ada tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₁ : Kualitas kegunaan (*Usability Quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

2.5.2 Hubungan *Information Quality* terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

Keamanan dalam pertukaran informasi antara penyedia layanan dan pengguna juga merupakan ukuran kepuasan pengguna itu sendiri, dalam layanan online [15]. Semakin baik nilai informasi yang dihasilkan oleh *website*, semakin tinggi tingkat keamanannya maka semakin tinggi pula keinginan pengguna untuk menggunakan *website* tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Syaifullah dan Dicky, 2016) juga menunjukkan bahwa kualitas informasi yang dihasilkan berpengaruh positif terhadap keinginan pengguna *website* [8]. Berdasarkan teori dan penelitian yang sudah ada tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₂ : Kualitas informasi (*Information Quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

2.5.3 Hubungan *Service Interaction Quality* terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai penilaian pengguna secara keseluruhan terhadap kualitas proses penyediaan layanan secara online [15]. Semakin baik kualitas layanan *website* yang merepresentasikan kualitas dukungan dari penyediaan layanan maka semakin tinggi pula keinginan pengguna untuk menggunakan *website* tersebut.

Penelitian yang telah dilakukan oleh (Wahidin, 2013) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan berpengaruh positif terhadap keinginan mereka menggunakan *website* [16]. Berdasarkan teori dan penelitian yang sudah ada tersebut, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₃ : Kualitas layanan (*Service Interaction Quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

2.5.4 Hubungan *Design Quality* berpengaruh kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

Karakteristik *website* online terhadap kepuasan pengguna dimana kualitas desain *website* yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dalam melakukan pencarian informasi. kualitas desain menjadi elemen penting dalam memasarkan produk yang akan ditampilkan dalam *website*. Semakin menarik desain sebuah *website*, maka semakin pengunjung *website* tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh (Bayu dkk, 2012) juga menunjukkan bahwa kualitas desain yang diberikan berpengaruh positif terhadap keinginan pengguna menggunakan *website* [17]. Berdasarkan teori dan penelitian yang sudah ada tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₄ : Kualitas desain (*Design Quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

2.5.5 Hubungan *Usability Quality*, *Information Quality*, *Service Interaction Quality* dan *Design Quality* secara bersama-sama terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

Website yang baik dipengaruhi oleh kualitas yang baik pula, kualitas kegunaan, informasi, layanan dan desain menjadi atribut yang mendukung *website* dikategorikan baik. Maka penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

H₅ : *Usability Quality*, *Information Quality*, *Service Interaction Quality* dan *Design Quality* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*User Satisfaction*)

2.6 Perbandingan Metode

Tabel 2.1 Perbandingan antara Metode *WebQual* dan Metode *ServQual*

Metode	<i>WebQual</i>	<i>ServQual</i>
Pengenalan	<i>WebQual</i> digunakan untuk mengukur kualitas suatu <i>website</i> yang dilihat dari persepsi pengguna	<i>ServQual</i> digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang dilihat dari harapan dan persepsi

Dimensi	Memiliki 3 dimensi yaitu; <i>Usability Quality, Information Quality dan Service Interaction Quality</i>	Memiliki 5 dimensi yaitu; <i>Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty dan Tangibles</i>
Penerapan	Pengukuran kualitas <i>Website</i>	Pengukuran kualitas layanan dan kualitas jasa

2.7 Karakteristik *Website* Yang Baik

Website dikatakan berkualitas baik jika memiliki parameter sebagai berikut :

1. *Usability*

Menurut Jacob Nielsen, *usability* adalah dapatkah seorang *user* menemukan cara untuk menggunakan *website* tersebut dengan efektif (doing things right).

Masih menurut Jacob, *usability* memiliki 5 karakteristik :

- 1) Mudah untuk dipelajari
- 2) Efisien untuk digunakan
- 3) Mudah untuk diingat
- 4) Tingkat frekuensi kesalahan
- 5) Tingkat kepuasan pemakai

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

- 1) Mudah dipelajari penggunaannya oleh pengunjung
- 2) Mudah diingat dan digunakan navigasinya oleh pengunjung
- 3) Dapat digunakan secara efisien
- 4) Memperkecil tingkat kesalahan pemakaian oleh pengunjung dalam mengoperasikan *website*
- 5) Memuaskan pengunjung hingga akhirnya tertarik untuk kembali lagi

2. Sistem Navigasi

Navigasi yang mudah dipahami oleh pengunjung secara keseluruhan.

3. *Graphic Design*

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

4. *Content*

Isi/konten yang bermanfaat (*Content is king, but without good design, Content is a bad king*), kecuali *website* tersebut adalah *website* eksperimental atau *show off*.

5. Kompatibilitas

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

6. *Loading Time*

Waktu panggil (*loading time*), walaupun ada banyak faktor yang akan mempengaruhi waktu panggil (*loading time*) *website* yang akan kita buka, diantaranya: besar *bandwidth*/koneksi pengakses, kondisi *webservice* pada saat diakses, aplikasi yang digunakan dalam membangun *website*, dsb. Anda memiliki waktu 8 detik pertama untuk meyakinkan pengunjung untuk meneruskan menjelajahi *website* anda atau menutup *browser* dan beralih ke *website* lain. Oleh karena itu, letakkan 'sesuatu' di 8 detik pertama tersebut yang bisa menarik perhatian pengunjung. Hint: ukuran sebuah halaman *web html* dengan *image* di dalamnya (tanpa *flash*) adalah kurang lebih 50-60 kb.

7. *Functionality*

Ini akan melibatkan *programmer* dengan *script-scriptnya*, misal PHP, ASP, Java, CGI dsb, untuk menciptakan sebuah *website* yang dinamis, interaktif dan 'hidup' yang bisa mengajak pengunjung berkomunikasi secara langsung. Seberapa baik sebuah *website* bekerja dari aspek teknologikalnya.

8. *Accesibility*

Memaksimalkan penggunaan sebuah *content* ketika satu/lebih indera kita dimatikan/dikurangi (khususnya mata), ingat bahwa mungkin saja pengunjung *website* adalah orang yang memiliki kekurangan secara fisik (*Accesibility Checklist Recommendationnya W3C*).