



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Unand.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Unand.

**ANALISIS PENGARUH FAKTOR KUALITAS PORTAL TERHADAP KEPUASAN
PENGGUNA PORTAL UNIVERSITAS ANDALAS PADANG**
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang)

SKRIPSI



**LIDYA PERMATA SARI
07952032**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG 2011**

Thank's to.. ^_^\n

1. Dosen-dosen IAIN terfavorit yang luar biasa, Pak Romi, Pak Alfi, Pak Welhendra, Pak Toni, Pak Ahmad Wira, Pak Hari, Pak Lukman, Pak Marizem, Pak Ridho, Pak Syafruddin, Bu Khalidah, Bunda Duhriah, Bunda Hulwati, Bu Elfi Khaira, Bu Neng Kamarni, Bu Maidawati, Kak Reren, Kak Nelvia dan Kak Putri.
2. Seluruh staff administrasi di lingkungan IAIN Imam Bonjol Padang.
3. Guru-guru SMA, yang begitu luar biasa dalam memberikan doa penuh cinta, kasih sayang, nasehat, ilmu, dan motivasi kepada penulis.
4. Sepupu idola dan kesayangan iya Ocy, makasih banget ya cy untuk semua kebaikannya, semangat, motivasi, doa, nasehat, dan kasih sayang yang luar biasa, mudah-mudahan iya bisa nyusul ocy ke Jakarta, amin..
5. Sepupu terfavorit iya Feli, selalu bersyukur dan berterima kasih kepada Allah untuk keluarga kita, menjadi sahabat yang selalu setia dan keluarga yang baik untuk iya.
6. Ponakan ummi yang lucu, cantik, n ganteng M.Daffa, Sarah, AlFarisi, n calon ponakan yang mau lahir bentar lagi,,amin..
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2007 : *Special to Ukhfi Nia, UU Claudya, Mamah Ona, sang Dewi Dunia* dan yang lainnya yang tidak dapat penulis tulis satu persatu yang secara tidak langsung telah membantu penulis dalam skripsi ini dan dalam cinta, doa dan persahabatan di dalam dan di luar kampus atas saran dan kritikan yang konstruktif kepada penulis. Serta senior terkhusus kepada Kak Qadriyah Wina Putri dan Kak Anindita yang begitu sabar dan sangat baik kepada penulis dalam berbagi ilmu, pengalaman, nasehat, dan doa. Serta junior yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih.
8. Teman-teman seperjuangan angkatan 2007 (IAIN) : *Special to Maiza, Nela, Irus, Ipit, Resi, Merlin, Rindia, Fika, Tina, Eel, Susan, Thya, Amala, Dian, Ayi, Rizky* dan yang lainnya yang

tidak dapat penulis tulis satu persatu yang secara tidak langsung telah membantu penulis dalam skripsi ini dan dalam cinta, doa dan persahabatan di dalam dan di luar kampus atas saran dan kritikan yang konstruktif kepada penulis. Serta senior iya yang luar biasa khususnya *Ukhti Windi* dan *Kak Princess*, yang udah menjadi figur yang baik buat iya dan junior iya terkhusus untuk *Ziy-Ziy* yang dengan kebaikannya, doa, semangat, serta motivasi telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih.

9. Teman-teman KKN KTBA Payakumbuh, special to *Barbie Puput*, *Barbie Wulan*, *Yogi*, *Zikri*, *Bang Rojab*, *Henny*, *Welly*, dan yang lainnya yang tidak dapat penulis tulis satu persatu yang secara tidak langsung telah membantu penulis dalam skripsi ini dan dalam cinta, doa dan persahabatan di dalam dan di luar kampus atas saran dan kritikan yang konstruktif kepada penulis. Penulis ucapkan terima kasih.
10. Teman-teman TK, SD, SMP, SMA special to *Teh Shafie*, *Teh Hamidah*, *Teh Nita*, *Teh Ichal*, *Teh Ega*, *Teh Omi*, *Yulita*, *Hatifah*, *Ratna*, *Nabillah*, *Linda*, *Uni Dinda*, *Khalifah*, *Sari*, *Nenden*, *Ikke*, *Pipih*, *Lu'Lu*, *Nda Khadijah*, *Suci*, *Tiara*, *Tia* dan yang lainnya yang tidak dapat penulis tulis satu persatu yang secara tidak langsung telah membantu penulis dalam skripsi ini dan dalam cinta, doa dan persahabatan yang telah banyak memberikan saran dan kritikan yang konstruktif kepada penulis. Penulis ucapkan terima kasih.
11. *The special one*, Mega Silvia, SH. Sahabat penulis yang terjalin sewaktu masih duduk di bangku SMP dan insyaAllah selama-lamanya. Begitu bangga bisa menjadi sahabat sekaligus saudara ega selama-lamanya, makasih banyak banget y ga untuk semua yang udah kita jalanin dalam suka dan duka, berbagi ilmu, pengalaman, nasehat, kasih sayang, dan untaian doa.
12. Ayah, amak dan keluarga besar di Seberang Parit Payakumbuh, makasih banyak amak dan ayah yang tulus memberikan cinta dan kasih sayang selama KKN dan selama-lamanya.

13. Kak Enife Rental, "Kak Een" semua proses perkuliahan yang penulis lalui selama ini, tidak pernah lepas dari kebaikan dan kesabaran kak Een dalam membantu penulis menyelesaikan pengeditan tugas kuliah sampai pengeditan skripsi. Penulis ucapkan terima kasih banyak.
14. Kak Ima, makasih banyak kak untuk nasehat, doa, kebaikan dan ilmunya, yang telah banyak membantu penulis dalam proses menyelesaikan skripsi.
15. Teman-teman senasib dan seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi di rumah kak Ima. Semoga kita bersama-sama menjadi orang yang sukses dunia dan akhirat, Amin.
16. "Syeh" yang gak pernah bosen dengerin keluhan iya yang cengeng. Makasih banyak banget syeh untuk semua kebaikannya, support, nasehat, motivasi dan doa sebanyak bintang di langit.
17. Kak Sari dan keluarga, makasih banyak kak untuk doa dan nasehat cinta, penuh kasih sayang.
18. "Kak Manohara" yang unik, cantik dan luar biasa baiknya, makasih banyak doa dan perhatiannya sama iya.

PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan penulis juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis menjadi acuan dalam skripsi ini dan disebutkan dalam daftar referensi.

Padang, September 2011

Lidya Permata Sari
07 952 032

	No. Alumni Universitas	LIDYA PERMATA SARI	No Alumni Fakultas
Biodata			
a). Tempat/Tgl Lahir: Padang/ 07 Maret 1988, b). Nama Orang Tua: H.Muswar c). Fakultas: Ekonomi, d). Jurusan: Manajemen, e.) No.Bp: 07 952 032, f). Tanggal Lulus: 11 Agustus 2011, g). Prediket Iulus: Memuaskan, h). IPK: 3.11 i)Lama Studi: 4 tahun, j). Alamat Orang Tua: Jl. Padang Pasir IV/3			

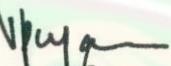
**Analisis Pengaruh Faktor Kualitas Portal Terhadap Kepuasan
Pengguna Portal Universitas Andalas Padang**
(Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang)
Skripsi S1 Oleh Lidya Permata Sari. Pembimbing: Dr. Vera Pujani, SE, M.Tech

Abstrak

Universitas Andalas Padang merupakan lembaga pendidikan yang memiliki. Portal akademik UNAND dapat diakses dengan menggunakan link <https://portal.unand.ac.id>. Di dalam portal UNAND ini akan dibahas tentang kualitas yang dimiliki oleh portal UNAND yang terdiri dari navigasi, presentasi, informasi, pengalaman, dan interaksi yang akan mempengaruhi kepuasan pengguna portal. Hipotesis dalam penelitian ini adalah diduga adanya pengaruh signifikan antara kualitas portal terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas. Pemilihan responden yang digunakan adalah convenience sampling, dengan menggunakan metode analisis data yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, dan analisis regresi berganda. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis koefisien determinasi, uji signifikan parameter individual, dan uji signifikan simultan. Dari hasil regresi yang telah dilakukan, diketahui bahwa dari lima indikator yang digunakan hanya dua yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal, yaitu navigasi dan pengalaman.

Kata kunci : Kualitas dan Kepuasan

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal 11 Agustus 2011, dengan penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 	
Nama Terang	Dr. Vera Pujani, SE. M.Tech	Dr. Harif Amali Rivai, SE. M.Si	Dra. Toti Srimulyati, MT

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen: **Dr.Harif Amali Rivai, SE, M.Si**
NIP. 19711022 199701 1001


Tanda tangan

Alumnus telah mendaftar ke fakultas dan telah mendapat nomor alumnus :

		Petugas Fakultas/ Universitas
No Alumni Fakultas	Nama:	Tanda tangan:
No Alumni Universitas	Nama:	Tanda tangan:

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala petunjuk, kekuatan dan kemampuan yang telah diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengaruh Faktor Kualitas Portal Terhadap Kepuasan Pengguna Portal Universitas Andalas Padang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang).”**. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Andalas Padang.

Dalam penyelesaian skripsi ini penulis telah mendapat pengarahan, bimbingan dan perhatian dari banyak pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-NYA, serta keajaiban yang luar biasa indah dan nikmatnya khususnya di bulan suci Ramadhan yang penuh dengan berkah keagungan dan cintaNya sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Bapak Dr. H. Syafruddin Karimi, SE. MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
3. Ibu Yanti, SE. MM, selaku Kepala Program Jurusan Manajemen Program Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.

4. Ibu Dr. Vera Pujani, SE. M.Tech yang sangat luar biasa hebatnya, selaku pembimbing skripsi yang telah menyediakan waktu untuk memberi bimbingan, doa penuh cinta, senyuman, semangat, motivasi, kesabaran, ketulusan, pengarahan, nasehat, dan saran sehingga tugas akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. Harif Amali Rivai, SE. M.Si dan ibu Dra. Toti Srimulyati, MT selaku penguji, yang telah banyak memberikan ilmu, nasehat, motivasi, inspirasi, dan doa kepada penulis.
6. Ibu Dra. Eni May, M.Si selaku dosen pembina KKN, yang begitu sangat pengertian, sabar, dan penuh kasih sayang kepada penulis.
7. Seluruh staff administrasi di lingkungan Program Ekstensi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.
8. Papa H.Muswar (alm) dengan segenap cinta, pengorbanan penuh keikhlasan dan doa kasih sayang kepada anak-anaknya. Papa rindu itu mendekatkan iya padaNya. Sejuta doa, cinta, dan rindu untuk papa.
9. Mama Hj.Martaliza, motivator jiwa yang begitu sangat luar biasa hebatnya dengan doa air mata cinta yang luar biasa mustajabnya dan nasehat kasih sayang tanpa batas. Pelukan, belaian dan senyuman hangat, sehangat mentari yang menyelimuti bumi dengan penuh keikhlasan. Mama adalah inspirasi iya. Mama..syurga itu tidak akan indah tanpa mama..karena syurga ada di bawah telapak kaki mama..

10. Mbak Mia, Nene, Bang Eja, Dedek, Kak Fio, Uda Sadri, Bang Son makasih banyak untuk segenap cinta dan kasih sayang, support, nasehat, dan doa yang luar biasa untuk iya.
11. Seluruh keluarga besar Papa dan Mama yang banyak memberikan kasih sayang, motivasi, doa, dan nasehat pada penulis.
12. Terakhir, kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu yang telah banyak membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari adanya ketidaksempurnaan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran untuk kebaikan di masa yang akan datang.

Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Padang, September 2011

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSEMPAHAN	
LEMBAR PERNYATAAN	
ABSTRAK	
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Batasan Masalah	6
1.6 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.7 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN LITERATUR	
2.1 Sejarah Perkembangan Portal Web Dunia	8
2.2 Pengenalan Web site Portal	11
2.2.1 Macam-macam situs web	14
2.2.2 Perkembangan Portal Web	16
2.3 Kualitas	19
2.3.1 Kualitas Kepuasan	20
2.4 Kualitas website portal	21
2.5 Kepuasan	22
2.5.1 Kepuasan Pengguna.....	24
2.5.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	24

2.6 Penelitian Terdahulu	26
2.7 Model Penelitian dan Hipotesis	28
2.7.1 Model Penelitian.....	28
2.7.2 Hipotesis	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Latar Belakang Pemilihan Lokasi dan Objek Penelitian	31
3.1.1 Alasan Pemilihan Objek Penelitian.....	31
3.1.2 Objek Penelitian	31
3.2 Populasi dan Sampel.....	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2. Sampel	32
3.3 Teknik Pengumpulan Data	33
3.3.1 Kuesioner	33
3.4 Variabel Penelitian.....	33
3.4.1 Variabel Independent (Variabel Bebas).....	33
3.4.2 Variabel Dependent (Variabel Terikat)	34
3.4.3 Variabel Operasional	34
3.4.4 Pengukuran Variabel Penelitian	35
3.5 Metode Analisa Data	35
3.5.1 Uji Validitas Instrumen	35
3.5.2 Uji Reliabilitas Instrumen	36
3.5.3 Analisis Regresi Berganda	37
3.5.4 Teknik Analisis Data	38
3.5.4.1 Analisis Koefisien Determinasi	38
3.5.4.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)	39
3.5.4.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden	41
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	47

4.2.1 Uji Validitas	47
4.2.2 Uji Reliabilitas	49
4.3 Deskriptif Statistik.....	50
4.4 Deskripsi Hasil Penelitian.....	51
4.5 Pengujian Hipotesis	54
4.5.1 Uji t	58
4.5.2 Uji F	58
4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	59
4.6 Pembahasan Hasil Regresi Pengaruh Faktor Kualitas Terhadap Kepuasan Pengguna Portal Universitas Andalas	59
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	61
5.3 Keterbatasan Penelitian	62
5.4 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	ix
LAMPIRAN	64

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1	Variabel Operasional	34
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Umur	42
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Dari Kota	42
Tabel 4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Jurusan Mahasiswa	43
Tabel 4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Rata-rata Lama Membuka Portal	44
Tabel 4.6	Jumlah Responden Berdasarkan Tempat Mengakses Portal	44
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Portal	45
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Manfaat Portal	45
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Kekurangan Portal	46
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.12	Deskripsi Statistik	50
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Mengenai Navigasi, Presentasi, Informasi, Pengalaman, Interaksi	52
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan	54
Tabel 4.15	Regresi Pengaruh Faktor Kualitas Portal Terhadap Kepuasan Pengguna Portal Universitas Andalas	55
Tabel 4.16	Hasil Pengujian Uji F	58
Tabel 4.17	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	59
Tabel 4.18	Pembahasan Hasil Regresi Pengaruh Faktor Kualitas Portal Terhadap Kepuasan Pengguna Portal Universitas Andalas	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambaran Umum Portal	3
Gambar 2.1 Model Penelitian	30



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Teknologi Informatika (TI) yang sangat pesat dewasa ini memberikan banyak kemudahan pada berbagai aspek kegiatan baik terhadap pelaku bisnis, pemerintah maupun masyarakat sebagai pengguna. Peranan TI dalam berbagai aspek kegiatan bisnis dapat dipahami sebagai sebuah teknologi yang menitik beratkan pada pengaturan sistem informasi dunia bisnis dengan sangat cepat, tepat waktu, relevan, dan akurat (Wilkinson dan Cerullo, 1997). Penggunaan teknologi informatika yang paling fenomenal dan berkembang saat ini adalah penggunaan teknologi internet. Keberadaan teknologi internet pada abad ke-21 secara drastis telah merubah penggunaan sistem informasi di perusahaan menjadi berbasis jejaring (networks) yaitu teknologi berbasis internet dengan aplikasi Elektronik Commerce (O'Brien 2002, Seyal & Rahman, 2003).

Sebuah portal adalah pintu gerbang untuk memasuki sebuah institusi. Situs Web yang memungkinkan komunikasi, kolaborasi, dan akses ke informasi perusahaan. (Elias, 2004) lebih formal mendefinisikan portal sebagai titik, orang tunggal melalui browser web untuk mengakses informasi bisnis penting di dalam dan di luar organisasi. Berbeda dengan portal komersial seperti Yahoo dan MSN, pintu masuk untuk informasi publik di internet, portal perusahaan menyediakan satu titik akses ke informasi dan aplikasi yang tersedia pada intranet dan extranet sebuah organisasi tertentu. Perusahaan mungkin memiliki portal terpisah untuk

luar dan orang dalam. Salah satu alasan yang paling menarik untuk adopsi teknologi web modern untuk menciptakan kerangka kerja untuk mengakomodasi berbagai aplikasi web, yang masing-masing dapat melayani khalayak yang berbeda-berbeda dan mendukung kebutuhan yang berbeda dan preferensi (Elias, 2004).

Portal perusahaan menawarkan karyawan, mitra bisnis, dan pelanggan terorganisir untuk interaksi mereka dengan perusahaan. Melalui portal, mereka dapat terstruktur dan dipersonalisasi akses ke informasi di sistem informasi perusahaan besar, ganda, dan berbeda. Tampilan skematis dari portal disediakan dalam pameran. Organisasi besar banyak yang sudah menerapkan portal perusahaan.

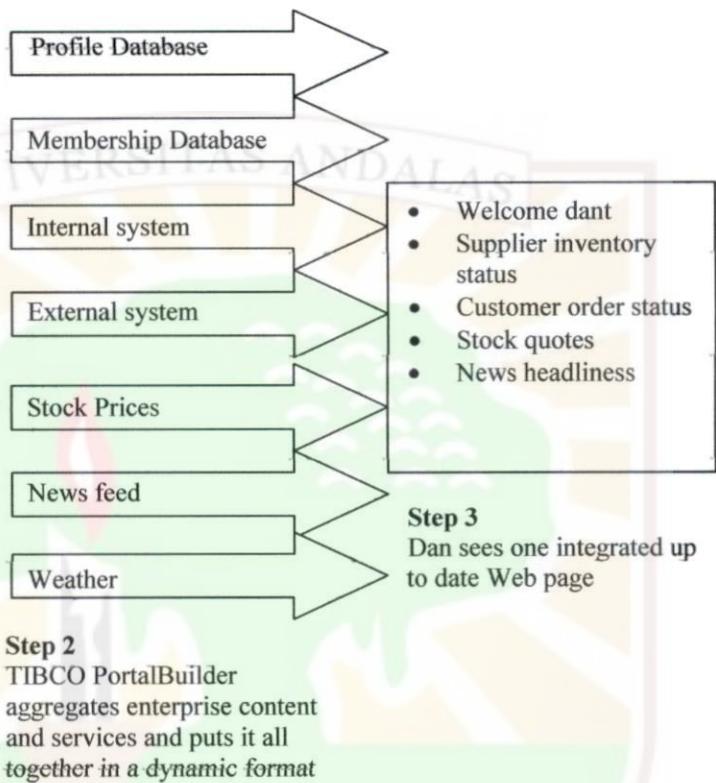
Keberhasilan Website akhir-akhir ini telah menjadi fokus dari banyak minat dan perhatian. mengembangkan dan memvalidasi WebQual™, sebuah situs web berkualitas dengan 12 dimensi ukuran inti. Kedua belas komponen tersebut secara empiris dibuktikan berbeda, baik diukur untuk mencerminkan efektivitas keseluruhan website dan dampak dari niat konsumen untuk membeli atau diperiksa.

Portal terdiri dari dua macam, yaitu portal generik dan fungsional. Portal generik didefinisikan sebagai karyawan pemasok, sedangkan portal fungsional didefinisikan oleh fungsi yang mereka tawarkan. Portal juga popular di sektor swasta dan sektor publik, (Thomas, 2002) untuk berbagai aplikasi web portal generik dan fungsional yang menarik untuk sektor swasta dan sektor publik.

Perusahaan portal sebagai pintu masuk untuk informasi

**Gambar 1.1
Gambaran Umum Portal**

Step 1
TIBCO Active Enterprise integrates the enterprise and process data that Dan wants



Source : Courtesy of TIBCO software, Inc., www.tibco.com

Gambar di atas menggambarkan bagaimana cara kita untuk dapat mengakses sebuah portal yang akan kita masuki nantinya. Dengan cara memberikan kemudahan cara mengaksesnya dan dari pilihan fitur-fitur yang menarik.

Universitas Andalas Padang adalah lembaga pendidikan yang memiliki portal akademik. Portal akademik UNAND dapat diakses dengan menggunakan link <https://portal.unand.ac.id>. Portal akademik tersebut digunakan mahasiswa untuk mengakses info mata kuliah yang ditawarkan, KHS, KRS, transkip nilai, perpustakaan, info akademik, workshop, dan ganti password. Dimana sebelum

memasuki menu dari portal akademik, mahasiswa terlebih dahulu harus mengisi user name dengan menggunakan No.BP serta mengisikan password yang telah diberikan oleh pihak akademik UNAND.

Berdasarkan hasil penelitian bahwasanya ditemukan mahasiswa-mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Andalas sering mengeluhkan portal akademik, dimana didapatkan keterangan dari beberapa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas sulit untuk mengoperasikan portal dan sulit untuk menjelajah ke halaman-halaman portal. Tidak semua link portal akademik bisa diakses langsung, perlu dibutuhkan waktu untuk mengakses link dengan baik dan benar. Sementara untuk presentasi sendiri, penampilan dan desain portal sangat formal sekali. Sehingga mahasiswa hanya mengakses portal hanya untuk memperoleh informasi-informasi yang mereka inginkan, dan setelah selesai mereka akan segera meninggalkan portal akademik tersebut.

Sedangkan untuk informasi yang diberikan, hanya terbatas pada item-item tertentu seperti pemberitahuan nilai dan pengisian KRS, namun tidak ditemukan informasi terbaru atau up to-date informasi seputar hal-hal yang terjadi di Universitas Andalas setiap harinya. Misalnya adanya pengangkatan dosen yang tidak diberitahukan secara umum pada mahasiswa, adanya event yang digelar fakultas Universitas Andalas yang tidak diketahui oleh fakultas lainnya ataupun tidak didapatkan informasi mengenai siapa saja mahasiswa berprestasi di setiap fakultas. Atau dengan kata lain jika terjadi sesuatu yang menarik di fakultas maka berita itu hanya akan diketahui fakultas tersebut, dengan informasi terbuka maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwasanya setiap fakultas tertutup akan prestasi

fakultasnya sehingga informasi yang didapatkan ketika membuka portal akademik itu hanya sebatas pada kebutuhan mahasiswa tapi tidak mengenai perkembangan Universitas Andalas Padang, dimana tempat mereka menjalankan aktifitasnya. Alasan kenapa informasi itu harus ditampilkan, karena portal akademik merupakan portal yang selalu diakses oleh mahasiswa untuk memperoleh informasi yang mereka inginkan. Disisi lain ditemukan bahwa portal akademik ini susah untuk diakses, memiliki loading lama dan sering mengalami error, sering ditemukan bagian-bagian yang tidak bisa dibuka, dan sering terjadi gangguan jaringan.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana benar portal akademik yang diberlakukan lembaga akademik Universitas Andalas Padang dengan mengangkatnya ke dalam penelitian yang berjudul **Analisis Pengaruh Faktor Kualitas Portal Terhadap Kepuasan Pengguna Portal Universitas Andalas Padang (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang)**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang, maka penulis menyimpulkan perumusan masalah ini yang akan dibahas yaitu : Bagaimana pengaruh kualitas portal terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas portal Universitas Andalas terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas dalam menggunakan portal akademik Universitas Andalas.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan manfaat terhadap berbagai pihak antara lain :

1. Bagi mahasiswa Universitas Andalas yang memerlukan informasi yang terbaru tentang seputar perkuliahan, mendaftar ulang untuk tahun ajaran baru, dan informasi-informasi lainnya yang bisa dinikmati dengan cara mengakses portal UNAND dimana saja berada.
2. Bagi kalangan akademisi yang melakukan penelitian dengan topik sejenis, diharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan informasi dan referensi tambahan.
3. Bagi peneliti dapat menambah kontribusi positif untuk mengembangkan wawasan mengenai portal UNAND.

1.5 Batasan Masalah

Agar penelitian ini dapat lebih terarah, maka perlu adanya batasan masalah yang akan dibahas yang meliputi :

1. Penulis membatasi pembahasan variabel kualitas portal terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas.

2. Penelitian ini menggunakan data primer yaitu dengan mengolah data dari kuesioner yang telah disebar dengan target sampel penelitian adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

1.6 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk lebih mengarahkan penulis dalam penelitian ini, maka batasan pembahasan penelitian ini hanya sebatas melihat pengaruh yang ditimbulkan oleh kualitas portal yang diberikan terhadap kepuasan penggunanya.

1.7 Sistematika Penulisan

Pembahasan penelitian akan dibagi menjadi 5 bab dengan sistematika berikut ini :

- BAB I Merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.
- BAB II Merupakan landasan teori yang membahas teori yang relevan dengan penelitian yang akan diadakan.
- BAB III Merupakan metode penelitian yang berisi tentang pembahasan desain penelitian, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, jenis data yang digunakan, teknik pengumpulan data serta teknik analisis data.
- BAB IV Merupakan pembahasan yang meliputi karakteristik responden, hasil analisis data serta pembahasan dan implikasinya.
- BAB V Merupakan penutup yang meliputi kesimpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN LITERATUR

2.1 Sejarah Perkembangan Portal Web Dunia

Portal web adalah situs web yang menyediakan kemampuan tertentu yang dibuat sedemikian rupa mencoba menuruti selera para pengunjungnya (Ganesha, 2008). Kemampuan portal yang lebih spesifik adalah penyediaan kandungan informasi yang dapat diakses menggunakan beragam perangkat, misalnya komputer pribadi, komputer jinjing (notebook), PDA (Personal Digital Assistant), atau telepon genggam. Portal Web mulai populer di akhir 1990.

Setelah perkembangan perambah web (web browser) pada pertengahan 1990, banyak perusahaan mencoba membangun portal untuk mendapatkan perolehan pasar mereka melalui Internet. Portal web mendapat perhatian khusus karena bagi banyak pengguna, portal web merupakan halaman awal yang dibuka oleh perambah web mereka.

Netscape Netcenter telah menjadi bagian dari America Online, Walt Disney meluncurkan Go.com, dan Excite telah menjadi bagian dari AT&T di akhir 1990-an. Banyak portal yang mengawali keberadaan mereka baik sebagai penyedia direktori Internet maupun fasilitas mesin pencari (Excite, Lycos, AltaVista, infoseek, dan Hotbot adalah beberapa layanan tertua). Ekspansi cakupan layanan dilakukan sebagai strategi untuk mengamankan basis pengguna dan memperpanjang masa kunjungan pengguna pada suatu portal.

Layanan yang membutuhkan pendaftaran seperti email gratis, fitur tertentu, dan chatroom dianggap mampu mendorong kunjungan yang berulang pada suatu portal. Game, chat, email, berita, dan layanan lain juga bertujuan agar pengunjung tinggal lebih lama, di mana hal tersebut akan menambah penghasilan iklan. Sejalan dengan perkembangan dan kesuksesan Portal Web internasional seperti Yahoo!, portal daerah juga bermunculan. Beberapa portal daerah memiliki kandungan lokal seperti ramalan cuaca, peta jalan dan informasi bisnis lokal.

Ekspansi menyolok lainnya pada beberapa tahun terakhir adalah perpindahan ke pasar yang tadinya tak terpikirkan seperti RRC. Portal Web dengan "kandungan lokal-jangkauan global" bermunculan di negara-negara seperti India (Rediff) dan RRC (Cina). Portal-portal semacam ini mampu menjangkau komunitasnya yang tersebar di seluruh dunia.

Pada akhir meledaknya bisnis dot-com ditahun 1990an, banyak pemerintah yang berkomitmen membuat situs portal sebagai layanan informasi bagi warganegara mereka. Di Amerika Serikat, portal utamanya adalah FirstGov.gov, di Inggris portal utama layanan informasi bagi warganegara adalah directgov.gov dan busineslink.gov.uk untuk layanan informasi bisnis. Beberapa penelitian yang bersifat internasional dilakukan untuk mengukur kemampuan transaksional portal-portal ini, yang paling menyolok adalah penelitian yang diselenggarakan oleh Accenture.

Banyak negara bagian di Amerika memiliki portal mereka masing-masing yang menyediakan akses langsung ke aplikasi eCommerce (contohnya Hawaii Business Express dan myIndianaLicense), situs web kantor perwakilan dan

departemen, dan informasi lebih spesifik tentang tempat tinggal, kegiatan bisnis serta tempat-tempat kunjungan yang menarik. Kebanyakan negara bagian tersebut di atas menugaskan suatu perusahaan untuk mengelola portal mereka.

Salah satu perusahaan yang paling sukses saat ini adalah NICUSA yang mengelola 18 portal negara bagian. NICUSA memfokuskan pada model pendanaan mandiri dan tidak memungut biaya kepada negara atas pengelolaan, melainkan lebih ditopang dari pembayaran aplikasi yang dijual oleh perusahaan tersebut. Di awal tahun 2000an, terjadi pergeseran fokus yang tadinya mengarah pada industri portal web menjadi mengarah pada portal intranet korporasi atau "web perusahaan". Ketika mengharapkan jutaan pengguna yang tidak berafiliasi untuk kembali pada suatu portal web publik telah memberikan kesuksesan finansial yang bernilai sedang, penggunaan portal web privat untuk menyatukan komunikasi web dan pemikiran dalam suatu perusahaan besar mulai dilihat oleh kebanyakan orang sebagai teknologi yang mampu menghemat biaya dan tenaga kerja. Banyak badan analisis telah memprediksi bahwa pembelanjaan perusahaan untuk portal web intranet akan menjadi salah satu dari 5 bidang yang memiliki prospek pertumbuhan paling pesat pada sektor teknologi internet dalam dekade pertama abad ke-21.

Ketika disebut sebagai Portal Komunitas, sebuah situs-web biasanya sengaja didesain dan dibangun berdasarkan pertimbangan pada selera (kolektif) suatu komunitas. Oleh sebab itu fasilitas-fasilitas yang disediakan pada Portal Komunitas cenderung berupaya memenuhi kebutuhan komunitas tersebut. (Ganesha, 2008).

2.2 Pengenalan Web site Portal

Sebuah situs (*website*) adalah alat dalam melakukan kegiatan *e-commerce* di dunia bisnis maya (*cyber*). Istilah situs sering diartikan sebagai *homepage*, *hyperlink*, *image map*, *web browser*, *webpage*, atau *www* (D'Angelo & Little 1998). Penemu *website* adalah Sir Timothy John "Tim" Berners-Lee, sedangkan *website* yang tersambung dengan jaringan, pertama kali muncul pada tahun 1991.

World Wide Web atau *Web* adalah salah satu pelayanan yang paling populer yang disediakan oleh *internet* yang menyediakan akses ke lebih dari 6 miliar halaman *Web* yang diciptakan oleh bahasa pemograman yang disebut *HTML* dan dapat mengandung teks, grafik, audio, video dan objek-objek lainnya seperti *hyperlinks* yang memungkinkan pengguna berpindah dari satu halaman ke halaman lainnya (Laudon dan Traver, 2004). *WWW* terdiri dari seluruh *website* yang tersedia kepada publik. Halaman-halaman sebuah *website* diakses dari sebuah URL yang menjadi "akar" (*root*), yang disebut *homepage* (halaman induk; sering diterjemahkan menjadi "beranda", "halaman muka"), dan biasanya disimpan dalam *server* yang sama. Tidak semua *website* dapat diakses dengan gratis. Beberapa *website* memerlukan pembayaran agar dapat menjadi pelanggan, misalnya situs-situs yang menampilkan pornografi, situs-situs berita, layanan surat elektronik (*e-mail*), dan lain-lain.

Terminologi *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam *World Wide Web* (*WWW*) di Internet. Sedangkan sebuah *web*

page adalah dokumen yang ditulis dalam format HTML (*Hyper Text Markup Language*), yang hampir selalu bisa diakses melalui HTTP, yaitu protokol yang menyampaikan informasi dari *server website* untuk ditampilkan kepada para pemakai melalui *web browser*. Semua publikasi dari *website-website* tersebut dapat membentuk sebuah jaringan informasi yang sangat besar. Halaman-halaman dari *website* akan bisa diakses melalui sebuah URL yang biasa disebut *Homepage*. URL ini mengatur halaman-halaman situs untuk menjadi sebuah hirarki, meskipun, *hyperlink-hyperlink* yang ada di halaman tersebut mengatur para pembaca dan memberitahu mereka susunan keseluruhan dan bagaimana arus informasi ini berjalan.

Sebuah *website* bisa berupa hasil kerja dari perorangan atau individu, atau menunjukkan kepemilikan dari sebuah organisasi, perusahaan, dan biasanya *website* itu menujukkan beberapa topik khusus, atau kepentingan tertentu. Sebuah website bisa berisi *hyperlink* yang menghubungkan ke *website* lain, jadi, kadangkala perbedaan antara *website* yang dibuat oleh individu perseorangan dengan *website* yang dibuat oleh organisasi bisnis bisa saja tidak ketara.

Pengertian dari **portal web** adalah sebuah situs yang berfungsi untuk meletakkan informasi di WWW. Sebuah **portal web** pastinya akan menampilkan informasi yang terkolaborasi dengan desain dan beragam tampilan (Nanggroe, 2009)

Oleh karena itu, tampilan sebuah **web portal** akan lebih konsisten di halaman-halamannya, dan juga memiliki struktur kontrol dan prosedur untuk berbagai aplikasi web. Lalu, mengapa **web portal** itu dapat dikatakan penting?

Hal ini karena sebuah perusahaan atau individu, biasanya memiliki berbagai macam informasi yang ingin ditampilkan dalam sebuah tempat yang terintegrasi.

Berikut ini merupakan keuntungan penggunaan **web portal** dibandingkan halaman website biasa yang terpisah-pisah :

- Adanya integrasi aplikasi dan pengaksesan ke isi **portal** maupun aplikasi sesuai dengan kewenangan pengunjung.
- Komunikasi dan kolaborasi yang lebih baik.
- Data yang diakses akan menjadi satu kesatuan dan aksesnya real time.
- Lebih mudah memodifikasi isi dan melakukan *maintenance* portal.

Sebuah portal memiliki ciri-ciri khusus sebagai berikut :

- Memiliki tampilan *look and feel* yang seragam.
- Adanya *header* dan *footer*, dan tampilan header dan footer tersebut umumnya seragam di seluruh halaman yang ada di portal. Ada juga skema warna, ikon, logo, dan sebagainya yang memberikan kesan dan tampilan yang seragam dan sama.
- Adanya blok-blok yang menampilkan informasi dalam bagian-bagian tertentu di halaman, atau dengan kata lain menggunakan layout yang baik.
- Kotak-kotak blok tersebut diletakkan dalam tampilan yang saling berkaitan antara waktu dan eksistensinya.

Saat ini sudah sangat banyak website-website yang berbasiskan **web portal**, seperti kompas.com, okezone.com, vivanews.com, cnn.com, dan lain sebagainya (Nanggroe, 2009).

2.2.1 Macam-macam situs web

Sebuah *website dynamic* adalah website yang secara berkala, informasi di dalamnya berubah, atau website ini bisa berhubungan dengan user dengan berbagai macam cara atau metode (HTTP cookies atau Variabel Database, sejarah kunjungan, variabel sesi dan lain-lain) bisa juga dengan cara interaksi langsung menggunakan form dan pergerakan mouse (fadly, 2011). Ketika web server menerima permintaan dari user untuk memberikan halaman tertentu, maka halaman tersebut akan secara otomatis di ambil dari media penyimpanan sebagai respon dari permintaan yang diminta oleh user. Sebuah situs dapat menampilkan dialog yang sedang berlangsung diantara dua user, memantau perubahan situasi, atau menyediakan informasi yang berkaitan dengan sang user.

Ada banyak jenis sistem software yang dapat dipakai untuk meng-generate Dynamic Web System dan Situs Dynamic, beberapa diantaranya adalah ColdFusion (CFM), Active Server Pages (ASP), Java Server Pages (JSP) dan PHP, bahasa program yang mampu untuk meng-generate Dynamic Web System dan Situs Dinamis. Situs juga bisa termasuk di dalamnya berisi informasi yang diambil dari satu atau lebih database atau bisa juga menggunakan teknologi berbasis XML, contohnya adalah RSS. Isi situs yang statis juga secara periodik di generate, atau apabila ada keadaan dimana dia butuh untuk dikembalikan kepada keadaan semula, maka dia akan di generate. Hal ini untuk menghindari kinerjanya supaya tetap terjaga.

Plugin tersedia untuk menambah banyaknya feature dan kemampuan dari web browser, dimana, plugin ini dipakai untuk membuka content yang biasanya

berupa cuplikan dari gambar bergerak (active content) contohnya adalah Flash, Shockwave atau applets yang ditulis dalam bahasa JAVA. Dynamic HTML juga menyediakan untuk user supaya dia bisa secara interaktif dan realtime, meng-update di web page tersebut (catatan; halaman yang diubah, tak perlu di load atau di reloaded agar perubahannya dapat dilihat), biasanya perubahan yang dilakukan mereka memakai DOM dan Javascript yang sudah tersedia pada semua Web Browser sekarang ini.

Seperti yang tertulis di atas, di luar sana ada beberapa perbedaan dalam penulisan dari terminologi website. Walaupun "Website" sudah secara umum dipakai, namun untuk Associated Press Stylebook, Reuters, Microsoft, Academia, dan kamus-kamus yang ada, penulisan yang mereka pakai adalah dengan menggunakan 2 kata, yaitu Web site. Hal ini karena "Web" bukanlah terminologi umum, namun kependekan dari *World Wide Web*.

Unsur-unsur yang harus ada dalam penyediaan Website atau situs di antaranya sebagai berikut.

1. Nama Domain (Domain name / URL –Uniform Resource Locator)

Alamat unik di dalam dunia maya (internet) yang berguna untuk menemukan sebuah website. Umumnya URL ini di perjual belikan dengan sistem sewa tahunan. Dan biasanya di belakang URL ini mempunyai akhiran sesuai dengan lokasi dan kepentingan atas dibuatnya website tersebut.

Contohnya: .co.id

2. Rumah Tempat Website (Web Hosting)

Web Hosting merupakan ruangan yang terdapat dalam hard disk sebagai tempat penyimpanan data, file, video, email, database, dll 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 HTML, PHP, Java Script, XML, JSP, dll

4. Desain Website

Pendesainan website merupakan hal yang penting. Faktor userfriendly harus diterapkan dalam pembuatan desain sebuah website. Membuat pemakai website merasa nyaman dan mudah dalam penggunaannya membuat pemakai website akan terus mengunjunginya.

5. Program Transfer Data ke Pusat Data

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

2.2.2 Perkembangan Portal Web

Portal Web mulai populer di akhir tahun 1990. Setelah perkembangan perambah web (web browser) pada pertengahan tahun 1990, banyak perusahaan mencoba membangun portal untuk mendapatkan perolehan pasar mereka melalui

Internet. Portal web mendapat perhatian khusus karena bagi banyak pengguna, portal web merupakan halaman awal yang dibuka oleh perambah web mereka. Netscape Netcenter telah menjadi bagian dari America Online, Walt Disney meluncurkan Go.com, dan Excite telah menjadi bagian dari AT&T di akhir 1990-an (Wikipedia.org).

Banyak portal yang mengawali keberadaan mereka baik sebagai penyedia direktori Internet maupun fasilitas mesin pencari (Excite, Lycos, AltaVista, infoseek, dan Hotbot adalah beberapa layanan yang tertua dari yang ada). Ekspansi cakupan layanan dilakukan sebagai strategi untuk mengamankan basis pengguna dan memperpanjang masa kunjungan pengguna pada suatu portal. Layanan yang membutuhkan pendaftaran seperti email gratis, fitur tertentu, dan chatroom dianggap mampu mendorong kunjungan yang berulang pada suatu portal. Game, chat, email, berita, dan layanan lain juga bertujuan agar pengunjung tinggal lebih lama, di mana hal tersebut akan menambah penghasilan iklan.

Portal Web Daerah

Sejalan dengan perkembangan dan kesuksesan portal web internasional seperti Yahoo!, portal daerah juga bermunculan. Beberapa portal daerah memiliki kandungan lokal seperti ramalan cuaca, peta jalan dan informasi bisnis lokal. Ekspansi menyolok lainnya pada beberapa tahun terakhir adalah perpindahan ke pasar yang tadinya tak terpikirkan seperti RRC. Portal web dengan "kandungan lokal - jangkauan global" bermunculan di negara-negara seperti India (Rediff) dan RRC (Sina). Portal-portal semacam ini mampu menjangkau komunitasnya yang tersebar di seluruh dunia.

Portal Web Pemerintah

Pada akhir meledaknya bisnis dot-com di tahun 1990-an, banyak pemerintah yang berkomitmen membuat situs portal sebagai layanan informasi bagi warganegara mereka. Di Amerika Serikat, portal utamanya adalah

FirsGov.gov, di Inggris portal utama layanan informasi bagi warganegara adalah directgov dan busineslink.gov.uk untuk layanan informasi bisnis. Beberapa penelitian yang bersifat internasional dilakukan untuk mengukur kemampuan transaksional portal-portal ini, yang paling menyolok adalah penelitian yang diselenggarakan oleh Accenture.

Banyak negara bagian di Amerika memiliki portal mereka masing-masing yang menyediakan akses langsung ke aplikasi eCommerce (contohnya Hawaii Business Express dan myIndianaLicense), situs-web kantor perwakilan dan departemen, dan informasi lebih spesifik tentang tempat tinggal, kegiatan bisnis, serta tempat-tempat kunjungan yang menarik.

Kebanyakan negara bagian tersebut di atas menugaskan suatu perusahaan untuk mengelola portal mereka. Salah satu perusahaan yang paling sukses saat ini adalah NICUSA yang mengelola 18 portal negara bagian. NICUSA memfokuskan pada model pendanaan mandiri dan tidak memungut biaya kepada negara atas pengelolaan, melainkan lebih ditopang dari pembayaran aplikasi yang dijual oleh perusahaan tersebut.

Portal Web Perusahaan

Pada awal tahun 2000-an, terjadi pergeseran fokus yang sebelumnya mengarah pada industri portal web menjadi mengarah pada portal intranet

korporasi atau "web perusahaan". Ketika mengharapkan jutaan pengguna yang tidak berafiliasi untuk kembali pada suatu portal web publik telah memberikan kesuksesan finansial yang bernilai, sehingga penggunaan portal web pribadi untuk menyatukan komunikasi web dan pemikiran dalam suatu perusahaan besar mulai dilihat oleh kebanyakan orang sebagai teknologi yang mampu menghemat biaya dan tenaga kerja. Banyak badan analisis telah memprediksi bahwa pembelanjaan perusahaan untuk portal web intranet akan menjadi salah satu dari 5 bidang yang memiliki prospek pertumbuhan paling pesat pada sektor teknologi internet dalam dekade pertama abad ke-21.

Portal Web Komunitas

Ketika disebut sebagai Portal Komunitas, sebuah situs-web biasanya sengaja didesain dan dibangun berdasarkan pertimbangan pada selera (kolektif) suatu komunitas. Oleh sebab itu fasilitas-fasilitas yang disediakan pada Portal Komunitas cenderung berupaya memenuhi kebutuhan komunitas tersebut.

2.3 Kualitas

Membicarakan tentang pengertian atau definisi kualitas dapat berbeda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung pada konteksnya. Banyak pakar dibidang kualitas yang mencoba untuk mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing-masing.

Dalam dunia bisnis, kualitas dapat dikatakan sebagai alat yang sangat ampuh dalam usaha mempertahankan bisnis suatu perusahaan. Pada dasarnya, kualitas dapat berguna untuk memenangkan persaingan. Namun, dengan adanya

kesamaan kualitas dalam beberapa perusahaan, terlebih perusahaan jasa, kualitas bukan lagi menjadi satu-satunya andalan dalam persaingan. Untuk dapat memenangkan persaingan tersebut, perusahaan perlu memperhatikan aspek kepuasan pelanggan dengan baik.

Menurut (Lupiyoadi, 2001), salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan suatu produk memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan.

Dalam (Tjiptono, 2004) mendefinisikan kualitas sebagai kecocokan untuk pemakaian (*fitness for use*). Definisi ini menekankan orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan. Sedangkan pendekatan Philip B. Crosby menaruh perhatian besar pada transformasi budaya kualitas. Ia mengemukakan pentingnya melibatkan setiap orang dalam organisasi dalam proses, yaitu dengan jalan menekankan kesesuaian individual terhadap persyaratan/tuntutan.

2.3.1 Kualitas Kepuasan

Rangkuti (2002) menyatakan bahwa untuk mewujudkan rasa puas bagi user dapat dinyatakan dalam lima dimensi. Dalam hal ini, yaitu cepat tanggap (Responsiveness); Keandalan (Assurance); Empati (Emphaty); Berwujud (Tangible).

2.4 Kualitas Website Portal

Webqual (www.webqual.co.uk) didasarkan pada penyebaran kualitas fungsi (QFD)-proses "terstruktur dan disiplin yang menyediakan sarana untuk mengidentifikasi dan membawa suara pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk dan atau jasa dan pelaksanaan (Barnes, Liu, Vidgen, 2001). Penerapan QFD dimulai dengan 'suara pelanggan' menangkap -. Artikulasi persyaratan mutu menggunakan kata-kata yang berarti bagi pelanggan. Kualitas-kualitas ini kemudian disampaikan kepada pelanggan dan memberikan dasar bagi penilaian kualitas suatu produk atau jasa

Dalam konteks webqual ke situs web tradisional, pengguna diminta untuk menargetkan situs pada nilai dari masing-masing dari berbagai kualitas menggunakan skala 5-titik. Para pengguna juga diminta untuk menilai masing-masing kualitas untuk kepentingan (lagi, dengan menggunakan titik skala 5), yang membantu untuk memperoleh pemahaman tentang kualitas yang dirasakan oleh pengguna untuk menjadi yang paling penting dalam situasi tertentu. Meskipun kualitas adalah subyektif dalam webqual (dan memang demikian), ada sejumlah besar analisis data menggunakan teknik kuantitatif, misalnya, untuk melakukan tes dari instrumen reability webqual. Dalam hal ini, pendekatan beruang beberapa kesamaan dengan SERVQUAL. Webqual juga mengintegrasikan beberapa kualitas SERVQUAL, serta orang-orang kualitas informasi dan literatur kegunaan.

Menurut <http://www.useit.com/alertbox> karena portal merupakan sebuah web site, pengelola web site menganut prinsip untuk menghindari sepuluh

kesalahan utama desain web : Penggunaan frame; Penggunaan teknologi baru dengan serampangan; Gerakan teks dan aminasi yang berjalan terus; URL yang kompleks; Halaman yang terlalu panjang. Isi terpenting dan navigasi harus tampak di bagian atas; Kurangnya dukungan navigasi; Warna link yang tidak standar; Informasi yang tidak up-date; Waktu download yang terlalu lama. Pemakai kehilangan minat dalam 10-15 detik.

2.5 Kepuasan

Kepuasan merupakan sesuatu dari pengalaman yang diterima dan hasil perbandingan antara pengalaman dengan apa yang diharapkan. Walaupun dalam kepustakaan terdapat banyak definisi tentang hal ini, namun pada hakikatnya kepuasan pengguna merupakan hasil perbandingan antara apa yang dialami dengan apa yang diharapkan. Kata kepuasaan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasaan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Richard L. Oliver (1997) dalam bukunya berjudul “*Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*” menyatakan bahwa semua orang paham apa itu kepuasaan, tetapi begitu mendefinisikannya, kelihatannya tak seorangpun tahu.

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan (Kotler, 2005). Anderson *et al.*, 1994 menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah keseluruhan penilaian

dari suatu pengalaman pembelian dan konsumsi atas barang maupun jasa. Menurut Kotler (1997), suatu perusahaan dapat mengukur kepuasan pelanggannya dengan beberapa cara yakni : Pertama, sistem keluhan dan saran (*complaint and suggestion system*). Kedua, survei kepuasan pelanggan (*customer satisfaction survei*). Ketiga, pembeli bayangan (*ghost shopping*). Keempat, analisis pelanggan yang hilang (*loss customer analysis*).

Dari beberapa pengertian di atas, kepuasan pelanggan/pengguna dapat diketahui setelah mereka menggunakan produk dan jasa pelayanan. Dengan kata lain kepuasan pelanggan merupakan evaluasi atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya. Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan (Yamit, 2005). Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen (Tjiptono dan Chandra, 2005). Pelanggan umumnya mengharapkan produk atau jasa yang dikonsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik atau memuaskan (Assauri, 2003). Kepuasan pelanggan dapat membentuk persepsi dan selanjutnya dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggan.

2.5.1 Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna atau pelanggan sudah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Survey yang dilakukan perusahaan-perusahaan yang masuk dalam Fortune 500 menunjukkan bahwa 71% di antaranya berkeyakinan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu tantangan terbesar

dalam 5 tahun ke depan, namun hanya 185 perusahaan yang memiliki program mapan untuk memantau kepuasan pelanggan (Business Rebiew Weekly, 31 March 1997).

Kata kepuasan (satisfaction) berasal dari bahasa latin “satis” (artinya cukup baik, memadai) dan “facio” (melakukan atau membuat). Kepuasan bisa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai”. Oxford Advance Leaner’s Dictionary (2000) mendeskripsikan kepuasan sebagai “the good feeling that you achieved something or when something that you wanted to happen does happen”; “the act of fulfilling a need desire” dan “an acceptable way of dealing with a complaint, a debt, an injury, etc”. sekilas definisi-definisi ini kelihatan sangat sederhana, namun begitu dikaitkan dengan manajemen dan perilaku konsumen, istilah ini menjadi kompleks. Bahkan, Richard L. Oliver (1997) dalam bukunya berjudul “Satisfaction : A Behavioral Perspective on the Consumer” menyatakan bahwa semua orang paham apa itu kepuasan, tetapi begitu mendefinisikannya, kelihatannya tak seorangpun tahu.

2.5.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang bisa dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. (Kotler, 2005) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berpusat pada pelanggan mempermudah para pelanggannya guna memasukkan saran dan keluhan. Perusahaan juga

menggunakan situs Web dan e-mail untuk komunikasi dua arah yang cepat.

2. Survey Kepuasan Pelanggan

Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa walaupun para pelanggan kecewa pada satu dari setiap empat pembelian, kurang dari 5 persen yang akan mengadukan keluhan. Kebanyakan pelanggan akan membeli lebih sedikit atau berpindah pemasok. Perusahaan yang tanggap mengukur kepuasan pelanggan secara langsung dengan melakukan survey secara berkala. Sambil mengumpulkan data pelanggan perusahaan tersebut juga perlu bertanya lagi guna mengukur minat membeli ulang dan mengukur kecendrungan atau kesediaan merekomendasikan perusahaan dan merk ke orang lain.

3. Belanja Siluman

Perusahaan dapat membayar orang untuk berperan sebagai calon pembeli guna melaporkan titik kuat dan titik lemah yang dialami sewaktu membeli produk perusahaan dan pesaing.

4. Analisis Pelanggan yang Hilang

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau yang telah beralih ke pemasok lain guna mempelajari alasan kejadian itu. Yang penting dilakukan bukan hanya melakukan wawancara terhadap pelanggan yang keluar segera setelah berhenti membeli; yang juga penting adalah memantau tingkat kehilangan pelanggan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	B2C e-commerce web site quality : an empirical examination dengan menggunakan analisis SERVQUAL (MeiCao; Qingyu Zhang; John Seydel, 2005)	Pengumpulan data melalui teknik survey kuesioner yang dilakukan untuk memverifikasi ukuran kualitas web site. Dirasakan adanya manfaat dan kemudahannya oleh pengguna.	Menggunakan analisis SERVQUAL. Berdasarkan teori keberhasilan TAM, dan konsep kepercayaan SERVQUAL, makalah ini mengidentifikasi dan menyatakan serangkaian faktor yang membahas kualitas e-commerce web, yang pada gilirannya mempengaruhi niat, preferensi, dan persepsi pelanggan.	Hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa seperangkat instrument untuk situs web yang berkualitas dikembangkan dan divalidasi dengan analisis.
2	WebQual: An Exploration of Web-site Quality (Stuart Barnes&Richard Vidgen, 2000)	Mendesain ulang situs web untuk menilai peningkatan pengguna kualitas dan terdapat tiga instrument yang digunakan : <ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan instrument melalui penerapan berbagai wilayah, populasi, dan melakukan verifikasi keabsahan dan generalisasi di semua bidang. 2. Meningkatkan kuesioner dibandingkan dengan instrument yang ada. 3. Menyebarluaskan WebQual kualitas untuk web-situs karakteristik dan fungsi situs web untuk memberikan kemampuan prediksi instrument. 	Membandingkan antara indeks WebQual dengan pemilik industri dan rata-rata industri.	Hasil analisis menunjukkan bahwa WebQual instrument memiliki validitas, namun pengujian jelas lebih lanjut dengan sampel yang lebih besar dan beragam diperlukan. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan instrument WebQual.

3	Comfort your online customer: quality, trust, and loyalty on the internet (Dina Ribbink, Allard C.R van Riel Veronica Liljander and Sandra Streukens, 2004)	Penelitian ini menguji secara empiris peran kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan dalam konteks e-commerce.	Dimensi dari kualitas pelayanan (e-scape, kegunaan, personalisasi, dan responsif), memiliki pengaruh signifikan pada e-trust, tetapi dimensi dari pengguna sangat mempengaruhi kepuasan, sementara efek ditemukan hanya kepuasan kustomisasi dan responsive.	Hasil dari penelitian ini adalah menyelidiki peran evaluasi pelanggan layanan elektronik dan e-trust dalam loyalitas pelanggan menjelaskan kepada ritel online.
---	---	---	--	---

Menurut (MeiCao; Zhang; Seydel, 2005), persamaan dari jurnal yang dikemukakan oleh MeiCao, et.al ditemukan bahwasanya pengumpulan data melalui teknik survey kuesioner yang dilakukan untuk memverifikasi ukuran kualitas web site. Dirasakan adanya manfaat dan kemudahannya oleh pengguna. Sedangkan dari pebedaannya ditemukan bahwa MeiChao et.al menggunakan analisis SERVQUAL. Berdasarkan teori keberhasilan TAM, dan konsep kepercayaan SERVQUAL, makalah ini mengidentifikasi dan menyatukan serangkaian faktor yang membahas kualitas e-commerce web, yang pada gilirannya mempengaruhi niat, preferensi, dan persepsi pelanggan. Dan dari hasilnya didapat hasil analisis dapat ditarik kesimpulan bahwa seperangkat instrument untuk situs web yang berkualitas dikembangkan dan divalidasi dengan analisis.

Menurut Barnes & Vidgen, 2000, persamaan dari jurnal yang dikemukakan oleh Barnes & Vidgen, bahwa persamaannya adalah mendesain ulang situs web untuk menilai peningkatan pengguna kualitas dan terdapat tiga instrument yang digunakan :

1. Mengembangkan instrument melalui penerapan berbagai wilayah, populasi, dan melakukan verifikasi keabsahan dan generalisasi di semua bidang.
2. Meningkatkan kuesioner dibandingkan dengan instrument yang ada.

Menyebarluaskan WebQual kualitas untuk web-situs karakteristik dan fungsi situs web untuk memberikan kemampuan prediksi instrument. Sedangkan dari perbedaannya didapatkan bahwa membandingkan antara indeks WebQual dengan pemilik industri dan rata-rata industri.

Ribbink, et. al 2004, persamaan dari jurnal yang dikemukakan adalah dalam penelitian ini menguji secara empiris peran kualitas layanan, kepuasan, dan kepercayaan dalam konteks e-commerce. Sedangkan perbedaannya adalah dimensi dari kualitas pelayanan (e-scape, kegunaan, personalisasi, dan responsif), memiliki pengaruh signifikan pada e-trust, tetapi dimensi dari pengguna sangat mempengaruhi kepuasan, sementara efek ditemukan hanya kepuasan kustomisasi dan responsive. Dan dari hasilnya dapat dilihat bahwa hasil dari penelitian ini adalah menyelidiki peran evaluasi pelanggan layanan elektronik dan e-trust dalam loyalitas pelanggan menjelaskan kepada ritel online.

2.7 Model Penelitian dan Hipotesis

2.7.1 Model Penelitian

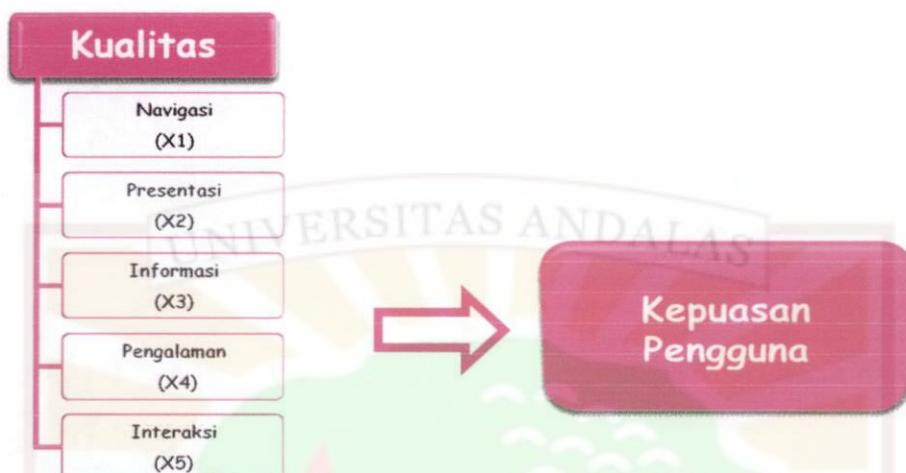
Menurut Barnes dan Vidgen (2000) kualitas dapat dibagi ke dalam lima komponen yaitu :

1. Navigasi, Mampu mendapatkan sekitar situs dan menemukan aspek penting, meliputi navigasi intuitif dan konsisten sederhana.
2. Presentasi, Suatu kegiatan yang tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu informasi kepada seseorang atau sejumlah orang.
3. Informasi, Akses ke konten informasi yang berkualitas baik. Informasi tersebut dikonsumsi oleh pengguna, informasi biasanya mudah dibaca dan dipahami, relevan, mutakhir, dan dapat diandalkan.
4. Pengalaman visual dan pribadi mengunjungi situs. Masalah meliputi desain, penggunaan warna, dan gaya, serta kepentingan untuk membangun rasa kebersamaan.
5. Interaksi, Suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam interaksi merupakan suatu stimulus bagi tindakan individu lain yang menjadi pasangannya.

Sedangkan menurut Devaraj et. al (2002), definisi kepuasan pengguna adalah evaluasi dari pengalaman konsumen dengan layanan yang dianggap sebagai perasaan positif, ketidakpedulian, atau perasaan negatif.

Berdasarkan variabel yang telah dijelaskan di atas dapat dibuat model penelitian sebagai berikut :

Gambar 2.1
Model Penelitian



Sumber : Barnes and Vidgen (2000), Devaraj, et. al (2002), Ribbink et. al (2004)

2.7.2 Hipotesis

Berdasarkan semua uraian yang telah dipaparkan, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut : Diduga adanya pengaruh signifikan antara kualitas portal terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Latar Belakang Pemilihan Lokasi dan Objek Penelitian

3.1.1 Alasan Pemilihan Objek Penelitian

Alasan pemilihan objek tersebut karena penulis ingin meneliti tentang kualitas yang diberikan oleh portal Universitas Andalas terhadap kepuasan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas dalam mengakses portal UNAND. Untuk itu penulis mengajukan beberapa pertanyaan berupa kuesioner yang langsung diisi oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas yang menjadi konsumen portal UNAND.

3.1.2 Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang penulis jadikan sebagai objek penelitian yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2008). Dalam penelitian ini populasi meliputi seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.

3.2.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik yang relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi (Sugiyono, 2008). Mengingat tidak memungkinkan untuk mengambil seluruh unit populasi, dengan mempertimbangkan kemampuan peneliti yang terbatas, maka dalam penelitian ini dilakukan penarikan sampel yang dapat mewakili seluruh unit populasi.

Pemilihan responden menggunakan *convenience sampling* karena kesulitan memperoleh kerangka sampling yang sesungguhnya. *Convenience sampling* yang dikenal sebagai bagian dari *non-probability sampling*, yaitu sampel yang dipilih dengan pertimbangan kemudahan. Seseorang diambil sebagai sampel ketika bertemu di suatu tempat secara tidak sengaja atau kebetulan telah mengenal orang tersebut, dan kemudian ia bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan (Sekaran, 2006). Teknik pengambilan sampel penelitian ini sesuai dengan saran Hair et al. (2006), yaitu: untuk memenuhi syarat analisis, maka sampel minimum sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada siapa saja mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas yang penulis temui dan bersedia memberikan informasi yang dibutuhkan.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu Penelitian Survey Metode ini merupakan penelitian langsung kepada responden melalui penyebaran kuesioner. Metode ini digunakan untuk memperoleh data primer.

3.3.1 Kuesioner

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh informasi dan kemudian dianalisa. Untuk memperoleh data diperlukan alat atau instrumen berupa kuesioner yang berisikan daftar-daftar pertanyaan yang berhubungan dengan analisa perilaku konsumen. Menurut Arikunto (2000) kuesioner (angket) merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain, dengan maksud orang yang diberi tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Pengumpulan data dilakukan secara langsung dengan mendatangi responden di lokasi yang telah dipilih sebagai sampel.

3.4 Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan penguraian variabel dari kasus yang dilakukan, antara lain:

3.4.1 Variabel Independent (Variabel Bebas)

Yaitu variabel yang nilainya tidak tergantung pada variabel lain atau variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) adalah kualitas yang di dalam variabel kualitas tersebut terdapat lima komponen yaitu : Navigasi, Presentasi, Informasi, Pengalaman, dan Interaksi.

3.4.2 Variabel Dependent (Variabel Terikat)

Yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain atau dapat dikatakan sebagai variabel hasil. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat (Y) adalah kepuasan pengguna.

3.4.3 Variabel Operasional

**Tabel 3.1
Variabel Operasional**

Variabel	Dimensi	Deskripsi	Indikator
Kualitas (X ₁) (Barnes and Vidgen, 2000)	1. Navigasi	Navigasi mampu mendapatkan sekitar situs dan menemukan aspek penting, meliputi navigasi intuitif dan konsisten sederhana	<ul style="list-style-type: none"> - Mudah dalam mengoperasikan portal - Mudah untuk berintegrasi dengan portal - Mudah untuk memahami bahasa/content/isi portal - Mudah untuk menjelajah ke dalam halaman-halaman portal - Memiliki link yang berguna ke portal institusi lain - Mudah untuk menemukan apa yang diinginkan di dalam halaman portal - Memfasilitasi kunjungan kembali
	2. Presentasi	Suatu kegiatan yang tujuan utamanya adalah untuk menyampaikan atau mengkomunikasikan suatu informasi kepada seseorang atau sejumlah orang.	<ul style="list-style-type: none"> - Memiliki penampilan menarik - Memiliki gaya yang tepat dari desain portal
	3. Informasi	Akses ke konten informasi yang berkualitas baik. Informasi tersebut dikonsumsi oleh pengguna, informasi biasanya mudah dibaca dan dipahami, relevan, mutakhir, dan dapat diandalkan.	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan akses cepat dan mudah untuk mencari informasi - Menyediakan informasi yang akurat - Menyediakan informasi yang lengkap/detail - Menyediakan informasi yang mudah dipahami - Memiliki informasi yang terbaru (Up-to-date) - Memiliki informasi yang dapat dipercaya
	4. Pengalaman	Pengalaman visual dan pribasi mengunjungi situs. Masalah meliputi desain, penggunaan warna, dan gaya, serta kepentingan untuk membangun rasa kebersamaan.	<ul style="list-style-type: none"> - Menciptakan sebuah pengalaman browsing - Menyediakan mekanisme pelayanan yang interaktif antara konsumen dan institusi - Menyimpan data konsumen secara aman
	5. Interaksi	suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang dalam interaksi merupakan suatu stimulus bagi tindakan individu lain yang menjadi pasangannya.	<ul style="list-style-type: none"> - Mengantisipasi dan merespon kebutuhan dan permintaan konsumen secara tepat - Memudahkan untuk menghubungi perusahaan kembali

Variabel	Dimensi	Deskripsi	Indikator
Kepuasan pengguna (Devaraj et. al, 2002)		Kepuasan adalah evaluasi dari pengalaman konsumen dengan layanan yang dianggap sebagai perasaan positif, ketidakpedulian, atau perasaan negatif.	- Puas dengan pengalaman browsih website portal - Mengajak teman lain untuk browsih website portal - Akan terus browsih website portal

Sumber : Barnes and Vidgen, 2000, Devaraj et. al, 2002, Ribbink et. al, 2004,

3.4.4 Pengukuran Variabel Penelitian

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert menurut Sugiyono (2008: 93) digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian maka peneliti memberikan satu sampai lima alternatif jawaban kepada responden dengan menggunakan skala 1 sampai 5 dengan keterangan sebagai berikut :

- 5 menyatakan sangat setuju (SS),
- 4 menyatakan setuju (S),
- 3 menyatakan netral (N)
- 2 menyatakan tidak setuju (TS)
- 1 menyatakan sangat tidak setuju (STS).

3.5 Metode Analisa Data

3.5.1 Uji Validitas Instrumen

Suatu skala pengukuran disebut valid jika dapat melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka jawaban tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas berguna untuk menentukan

seberapa cermat suatu alat melakukan fungsi ukurannya. Uji validitas dicari dengan menggunakan rumus *R Product Moment* yang penyelesaiannya dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Program for Social Science*). Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel} melalui tahapan analisis sebagai berikut :

$$r = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

r : Koefesien korelasi satu item dengan item total

$\sum X$: Jumlah skor setiap item

$\sum X^2$: Jumlah kuadrat skor item

$\sum Y$: Jumlah skor seluruh item

$\sum Y^2$: Jumlah kuadrat skor seluruh item

$\sum XY$: Jumlah hasil kali skor X dan Y

N : Jumlah responden

Kriteria pengujian adalah:

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ = Valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ = Tidak Valid

Butir-butir instrumen dianggap valid apabila koefisien korelasi (r hitung) > r tabel/ r kritis (0,30) (Sugiyono, 2008: 183).

3.5.2 Uji Reliabilitas Instrumen

Menurut Ghazali (2002: 132), reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel atau

konstruk. Suatu kuesioner, dapat dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeated measure* atau pengukuran ulang : disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama dalam waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One shot* atau pengukuran sekali saja : disini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $>0,60$.

3.5.3 Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh hubungan dari variabel - variabel independent dan dependent antara faktor kepribadian(X1) dan psikologis (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana :

Y	=	Kepuasan
a	=	Konstanta
b	=	Koefisien masing-masing variabel
X ₁	=	Navigasi
X ₂	=	Presentasi
X ₃	=	Informasi
X ₄	=	Pengalaman

$$\begin{aligned} X_5 &= \text{Interaksi} \\ e &= \text{Galat (Standar Error)} \end{aligned}$$

3.5.4 Teknik Analisis Data

3.5.4.1 Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi pada intinya adalah mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependent. Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independent dalam menjelaskan variasi variabel dependent sangat terbatas, nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali:2002: 45).

$$R^2 = (r^2) \times 100\%$$

Keterangan:

R = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Menurut Ghozali, kelemahan dasar penggunaan koefisien determinasi ini adalah bias terhadap jumlah variabel independent yang dimasukkan ke dalam model. Setiap penambahan satu variabel independent, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu dianjurkan untuk menggunakan nilai *adjusted R²* pada saat mengevaluasi mana model regresi yang terbaik.

3.5.4.2 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Menurut Ghazali (2002) tujuan pengujian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel penjelasan (independent) secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah uji parameter koefisien regresi (b_1) sama dengan nol, atau :

$$H_0 = b_1 = 0$$

Artinya suatu variabel independent bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependent. Hipotesis alternatifnya (HA) parameter suatu variabel lebih besar dari pada nol, atau :

$$H_A = b_1 > 0$$

Artinya suatu variabel independent X_1 merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependent Dengan $\alpha = 5\%$ maka untuk menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak dilakukan analisis melalui peluang alatnya (p) dengan kriteria sebagai berikut:

- a. $p > 0,05$ maka dikatakan non signifikan atau H_0 diterima
- b. $0,05 > p > 0,01$ maka dinyatakan signifikan atau H_0 ditolak
- c. $p < 0,01$ maka dinyatakan sangat signifikan atau H_0 ditolak.

Cara melakukan uji t adalah sebagai berikut

- *Quick look* : Bila jumlah degree of freedom (df) adalah 20 atau lebih dan derajat kepercayaan sebesar 5 persen, maka H_0 menyatakan $\beta_1 = 0$ dapat ditolak, bila nilai positif lebih besar dari pada 2 (dalam nilai absolut) dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independent secara individual mempengaruhi variabel dependent.

- Membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Bila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independent secara individual mempengaruhi variabel dependent.

3.5.4.3 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Menurut Ghozali (2002: 25), uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama - sama terhadap variabel dependent/ terikat.

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut :

- Quick look : Bila nilai F lebih besar dari 4 maka H_0 dapat diambil pada derajat kepercayaan 5 persen, dengan kata lain kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa semua variabel independent secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependent.
- Membandingkan F hasil perhitungan dengan F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima HA.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Untuk mendapatkan gambaran mengenai responden yang menjadi responden dalam penelitian ini, berikut akan diuraikan pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin, umur, berasal dari kota, jurusan mahasiswa, rata-rata lama membuka portal, tempat mengakses portal, informasi portal, manfaat website portal, kekurangan website portal. Adapun data yang penulis peroleh mengenai karakteristik responden adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Lelaki	43	43
Wanita	57	57
Total	100	100

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa, responden yang paling banyak menggunakan web site portal dalam penelitian ini adalah yang memiliki jenis kelamin wanita yaitu sebanyak 57 orang dengan tingkat persentase 57%, dan sisanya adalah responden yang memiliki jenis kelamin lelaki sebanyak 43 orang dengan tingkat persentase 43%. Hal ini mengindikasikan bahwa responden wanita merupakan mahasiswa yang paling banyak di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang.

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
< 20 thn	24	24
20 - 25 thn	74	74
25 - 29 thn	2	2
30 - 35 thn		
> 35 thn		
Total	100	100

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa, responden yang paling banyak menggunakan web site portal adalah mereka yang berada pada range umur 20 – 25 tahun yaitu sebanyak 74 orang dengan tingkat persentase 74%, dan yang paling sedikit adalah responden yang berumur 25 – 29 tahun sebanyak 2 orang dengan tingkat persentase 2%. Sementara untuk yang memiliki umur 30 – 35 tahun serta > 35 tahun tidak ada dalam penelitian ini. Hal ini mengindikasikan responden yang berada pada umur 20 – 25 tahun merupakan mahasiswa yang sedang aktif kuliah dan membutuhkan web site portal untuk mengakses keperluan kuliahnya yang disediakan website portal.

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Berasal Dari Kota

Kota	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Padang	42	42
Bukittinggi	19	19
Payakumbuh Kota	4	4
50 Kota	1	1
Solok	5	5
Pariaman	4	4
Lainnya	25	25
Total	100	100

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa, responden yang paling banyak adalah mahasiswa yang berasal dari Padang sebanyak 42 orang dengan tingkat persentase 42%, dan yang paling sedikit adalah yang berasal dari 50 Kota sebanyak 1 orang dengan tingkat persentase 1%. Hal ini mengindikasikan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas kebanyakan memiliki tempat tinggal tetap di Padang.

Tabel 4.4
Jumlah Responden Berdasarkan Jurusan Mahasiswa

Jurusan Mahasiswa	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Akuntansi	17	17
Manajemen	56	56
Ilmu Ekonomi	12	12
Akuntansi Internasional	4	4
Manajemen Internasional	5	5
Ilmu Ekonomi Internasional	6	6
Total	100	100

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa, responden yang paling banyak menggunakan web site portal adalah yang memiliki jurusan manajemen sebanyak 56 orang dengan tingkat persentase 56% dan yang paling sedikit adalah mahasiswa yang memiliki jurusan akuntansi internasional sebanyak 4 orang dengan tingkat persentase 4%. Hal ini mengindikasikan bahwa jumlah mahasiswa terbanyak di Fakultas Ekonomi Universitas Andalas memiliki Jurusan Manajemen.

Tabel 4.5
Jumlah Responden Berdasarkan Rata-Rata Lama Membuka Portal

Lama Membuka Portal	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
< 1 jam	89	89
1-2 jam	8	8
2-3 jam	1	1
3-4 jam		
>4 jam	2	2
Total	100	100

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, mahasiswa yang paling banyak membuka portal memiliki rata-rata lama membuka portal < 1 jam sebanyak 89 orang dengan tingkat persentase 89% dan yang paling sedikit membuka portal dengan lama waktu 2 - 3 jam sebanyak 1 orang dengan tingkat persentase 1%. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa membuka portal hanya sebatas untuk menyelesaikan keperluan mereka dengan portal akademik.

Tabel 4.6
Jumlah Responden Berdasarkan Tempat Mengakses Portal

Tempat Akses	Frekuensi (orang)	Persentase (%)
Kampus	9	9
Warnet	35	35
HP/Telp.Seluler	22	22
Wireless/Hotspot	8	8
Telkomflash	26	26
Total	100	100

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, responden yang paling banyak melakukan akses portal di warnet sebanyak 35 orang dengan tingkat persentase 35% dan yang paling sedikit mengakses portal dengan menggunakan wireless / hotspot sebanyak 8 orang dengan tingkat persentase 8%.

Hal ini mengindikasikan bahwa kecenderungan konsumen mengakses portal di warnet disebabkan atas kebutuhan kecepatan akses yang lebih baik dibandingkan dengan tempat akses portal lainnya.

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Informasi Portal

Informasi Portal	Frekuensi (pilihan)	Percentase (%)
Daftar Ulang	24	10.48
KHS	90	39.30
KRS	68	29.69
Jadwal Kuliah	26	11.35
Info Akademik	16	6.99
Workshop	1	0.44
Kritik dan Saran	3	1.31
Lainnya	1	0.44
Total	229	100

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, responden yang paling banyak melakukan akses portal digunakan untuk mencari informasi KHS sebanyak 90 pilihan atau 39,30% dari total keseluruhan pilihan informasi portal, dan yang paling sedikit melakukan akses portal digunakan untuk mencari workshop dan lainnya masing-masing sebanyak 1 orang atau 1 %. Hal ini mengindikasikan bahwa kecenderungan konsumen mengakses portal untuk memperoleh informasi KHS.

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Manfaat Portal

Manfaat Portal	Frekuensi (pilihan)	Percentase (%)
Memudahkan mahasiswa	8	4.42
Melihat informasi	20	11.05
Mengisi KRS	35	19.34
Melihat KHS	60	33.15
Jadwal kuliah	7	3.87
Akses mudah	5	2.76

Manfaat Portal	Frekuensi (pilihan)	Percentase (%)
Daftar ulang	11	6.08
Efektif	4	2.21
Efisien	4	2.21
Beasiswa	4	2.21
Kritik & Saran	1	0.55
Mata kuliah	6	3.31
Nama Dosen	1	0.55
Melihat secara OL	1	0.55
Rahasia	1	0.55
Transkip Nilai	3	1.66
Lihat tugas kuliah	1	0.55
Hemat waktu	1	0.55
Praktis	3	1.66
Bisa dimana-mana	4	2.21
Layanan lebih baik	1	0.55
Total	181	100

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, responden yang paling banyak melakukan akses portal mengatakan bahwa manfaat website portal UNAND digunakan untuk melihat KHS sebanyak 60 pilihan atau 33,15% dari total keseluruhan pilihan manfaat portal. Hal ini mengindikasikan bahwa manfaat yang diperoleh mahasiswa sejalan dengan informasi yang diberikan portal.

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Kekurangan Portal

Kekurangan Portal	Frekuensi (pilihan)	Percentase (%)
Akses lambat	26	17.22
Loading lama	26	17.22
Tidak update	19	12.58
Rumit	1	0.66
Terjadi kesalahan	10	6.62
Error	27	17.88
Susah dibuka	13	8.61
Tidak maximal	1	0.66
Tidak ada respon	3	1.99
Info tidak lengkap	8	5.30
Bermasalah	8	5.30
Gangguan jaringan	4	2.65

Kekurangan Portal	Frekuensi (pilihan)	Percentase (%)
Fasilitas minim	1	0.66
Susah melihat transkip nilai	2	1.32
Tidak ada jadwal kuliah	1	0.66
Tidak sesuai harapan	1	0.66
Total	151	100

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa, responden yang paling banyak melakukan akses portal mengatakan bahwa kekurangan website portal UNAND adalah akses lambat dan loading lama, dimana direspon sebanyak masing-masing 26 pilihan atau 17,22% dari tingkat keseluruhan kekurangan portal. Hal ini mengidentifikasi bahwa mahasiswa menemukan bahwa website portal UNAND memiliki akses lama dan loading lama.

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.2.1 Uji Validitas

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir (*corrected item total correlation*) dan nilainya dapat dilihat pada hasil pengolahan menggunakan program SPSS 15 pada tabel *item-total statistic* di kolom *corrected item-total correlation*. Suatu pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai rata-rata hitung yang merupakan nilai *corrected item-total correlation* lebih besar dari rata-rata tabel. Butir-butir instrumen dianggap valid apabila koefisien korelasi (r hitung) $>$ r kritis (0,30) (Sugiyono dan Wibowo : 2004). Hasil uji validitas tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

No .	Pertanyaan	r hitung (awal)	r hitung (akhir)	r tabel	Keterangan
A	Variabel Independent				
1		0,673	0,622	0,30	Valid
2		0,697	0,711	0,30	Valid
3		0,274		0,30	Tidak Valid
4	Navigasi (X ₁)	0,361	0,319	0,30	Valid
5		0,171		0,30	Tidak Valid
6		0,629	0,656	0,30	Valid
7		0,407	0,428	0,30	Valid
8	Presentasi (X ₂)	0,814	0,814	0,30	Valid
9		0,814	0,814	0,30	Valid
10	Informasi (X ₃)	0,488	0,488	0,30	Valid
11		0,843	0,843	0,30	Valid
12		0,834	0,834	0,30	Valid
13		0,659	0,659	0,30	Valid
14		0,794	0,794	0,30	Valid
15		0,728	0,728	0,30	Valid
16	Pengalaman (X ₄)	0,507	0,507	0,30	Valid
17		0,421	0,421	0,30	Valid
18		0,535	0,535	0,30	Valid
19	Interaksi (X ₅)	0,486	0,486	0,30	Valid
20		0,486	0,486	0,30	Valid
B	Variabel Dependent				
21		0,595	0,595	0,30	Valid
22	Kepuasan Pengguna (Y)	0,548	0,548	0,30	Valid
23		0,746	0,746	0,30	Valid

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel 4.10 di atas, dapat dilihat bahwa 7 butir item pernyataan navigasi, 2 diantaranya tidak valid sehingga pernyataan tersebut dikeluarkan, kemudian dilakukan pengujian ulang untuk 5 item pernyataan tersisa dan ke lima item tersebut dinyatakan valid. Dimana untuk menentukan validnya dilihat dari nilai *corrected item total correlation* lebih besar dibanding 0,30 seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dan Wibowo (2004).

Kemudian berdasarkan tabel 4.10 diatas, juga dapat dilihat bahwa 2 butir item pernyataan presentasi dan 6 butir item pernyataan informasi, 3 butir item pernyataan pengalaman, 2 butir pernyataan interaksi, dan 3 butir pernyataan kepuasan seluruhnya dinyatakan valid. Dimana untuk menentukan validnya dilihat dari nilai *corrected item total correlation* lebih besar dibanding 0,30 seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono dan Wibowo (2004). Item kuesioner yang valid dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

4.2.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas instrumen dalam suatu penelitian dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dalam penentuan tingkat reliabilitas suatu instrumen penelitian dapat diterima bila nilai cronbach alpha dalam kisaran $> 0,60$ s/d $0,80$ baik, serta dalam kisaran $> 0,80$ s/d 1.00 dianggap sangat baik (Santoso, 2001).

Berdasarkan tingkat reliabilitas, hasil uji koefisien reliabilitas (r Alpha) terhadap keenam instrumen variabel yang diuji dapat dirangkum pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
1.	Navigasi	0,762	Baik
2.	Presentasi	0,889	Sangat baik
3.	Informasi	0,896	Sangat baik
4	Pengalaman	0,672	Baik
5	Interaksi	0,649	Baik
6	Kepuasan	0,782	Baik

Sumber : data primer diolah

Berdasarkan tabel rangkuman hasil uji reliabilitas di atas, nilai alpha cronbach untuk navigasi, pengalaman, interaksi dan kepuasan baik karena berada dalam kisaran $> 0,60$ s/d $0,80$, sementara untuk presentasi dan informasi nilai alpha cronbach sangat baik karena berada dalam kisaran $> 0,80$ s/d 1 seperti yang dikemukakan Santoso (2001).

4.3 Deskriptif Statistik

Deskriptif statistik pada penelitian ini didasarkan pada jawaban responden yang berjumlah 100 orang yang bertujuan untuk melihat gambaran umum dari data yang digunakan dalam penelitian ini. Hasil perhitungan statistik penelitian untuk tiap-tiap variabel dapat dijelaskan dalam tabel berikut ini :

Tabel 4.12

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Navigasi (x1)	100	1,60	4,80	2,9780	,58042
Presentasi (x2)	100	1,00	4,50	3,3300	,76943
Informasi (x3)	100	1,17	5,00	3,0150	,72710
Pengalaman (x4)	100	1,33	5,00	3,1233	,67778
Interaksi (x5)	100	1,00	5,00	2,8250	,85095
Kepuasan Pengguna (Y)	100	1,00	4,33	2,8733	,76948
Valid N (listwise)	100				

Sumber : Data Primer diolah

Dari *output* SPSS pada tabel diatas dapat kita lihat bahwa dari jumlah responden sebanyak 100 responden, disimpulkan :

1. Variabel navigasi memiliki nilai minimum 1,60, nilai maksimum sebesar 4,80 dengan rata-rata sebesar 2,9780 dan memiliki standar deviasi sebesar 0,58042.

2. Variabel *presentasi* memiliki nilai minimum 1.00 nilai maksimum sebesar 4,50 dengan rata-rata sebesar 3,3300 dan memiliki standar deviasi sebesar 0,76943.
3. Variabel *informasi* memiliki nilai minimum 1.17, nilai maksimum sebesar 5,00 dengan rata-rata sebesar 3,0150 dan memiliki standar deviasi sebesar 0.72710.
4. Variabel *pengalaman* memiliki nilai minimum 1.33, nilai maksimum sebesar 5,00 dengan rata-rata sebesar 3,1233 dan memiliki standar deviasi sebesar 0.67778.
5. Variabel *interaksi* memiliki nilai minimum 1.00, nilai maksimum sebesar 5,00 dengan rata-rata sebesar 2,8250 dan memiliki standar deviasi sebesar 0.85095.
6. Variabel *kepuasan pengguna* memiliki nilai minimum 1.00, nilai maksimum sebesar 4,33 dengan rata-rata sebesar 2,8733 dan memiliki standar deviasi sebesar 0.76948.

4.4 Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menyebarkan 100 kuesioner kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas Padang. Setelah menyebarkan kuesioner kepada responden maka dapat diketahui tanggapan konsumen mengenai navigasi, presentasi, informasi, pengalaman, interaksi, dan kepuasan pengguna sebagai berikut :

Tabel 4.13
Tanggapan Responden Mengenai Navigasi, Presentasi, Informasi, Pengalaman, Interaksi

Pandangan tentang kualitas yang dimiliki oleh sebuah web site portal Unand	Sangat tidak Setuju → Sangat setuju				
	1	2	3	4	5
Navigasi					
Mudah dalam mengoperasikan portal	5	27	43	15	10
Mudah untuk berintegrasi dengan portal	2	23	63	9	3
Mudah untuk menjelajah ke dalam halaman-halaman portal	2	18	54	22	4
Mudah untuk menemukan apa yang diinginkan di dalam halaman portal	1	23	55	17	4
Memfasilitasi kunjungan kembali	5	19	55	18	3
Presentasi					
Memiliki penampilan menarik	2	15	29	54	
Memiliki gaya yang tepat dari desain portal	3	14	34	47	2
Informasi					
Menyediakan akses cepat dan mudah untuk mencari informasi	5	39	26	27	3
Menyediakan informasi yang akurat	3	29	32	33	3
Menyediakan informasi yang lengkap/detail	5	31	39	19	6
Menyediakan informasi yang mudah dipahami	3	15	34	47	1
Memiliki informasi yang terbaru (Up-to-date)	10	34	31	20	5
Memiliki informasi yang dapat dipercaya	2	19	36	36	7
Pengalaman					
Menciptakan sebuah pengalaman browsing	5	23	49	19	4
Menyediakan mekanisme pelayanan yang interaktif antara konsumen dan institusi	5	31	38	23	3
Menyimpan data konsumen secara aman	3	8	30	49	10
Interaksi					
Mengantisipasi dan merespon kebutuhan dan permintaan konsumen secara tepat	6	29	44	15	6
Memudahkan untuk menghubungi institusi kembali	10	23	46	20	1

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa dari navigasi yang direspon paling bagus oleh mahasiswa adalah mudah untuk berintegrasi dengan portal, dimana mahasiswa merespon 63% netral dan 9% sangat setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Andalas memandang kemudahan berintegrasi dengan portal memiliki kualitas stabil.

Kemudian berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa dari presentasi yang direspon paling bagus oleh mahasiswa adalah memiliki penampilan menarik, dimana mahasiswa merespon 29% netral dan 54% setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa setuju penampilan website portal UNAND memang memiliki kualitas penampilan yang menarik.

Selanjutnya berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa dari informasi yang direspon paling bagus oleh mahasiswa adalah menyediakan informasi yang mudah dipahami, dimana mahasiswa merespon 34% netral dan 47% setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa setuju website portal UNAND memang memiliki kualitas dari penyampaian informasi yang mudah dipahami.

Setelah itu berdasarkan table 4.13 dapat diketahui bahwa dari pengalaman yang direspon paling bagus oleh mahasiswa adalah menyimpan data konsumen secara aman, dimana mahasiswa merespon 30% netral dan 49% setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa setuju website portal UNAND memiliki kualitas untuk menyimpan data konsumen secara aman.

Yang terakhir berdasarkan table 4.13 dapat diketahui bahwa dari interaksi yang direspon paling bagus oleh mahasiswa adalah memudahkan untuk menghubungi institusi kembali dimana mahasiswa merespon 46% netral dan 20% setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa menganggap kualitas website portal UNAND cenderung stabil dari segi memudahkan menghubungi institusi kembali.

Tabel 4.14
Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan

Pandangan tentang kepuasan menggunakan website portal Unand:	Sangat tidak setuju → Sangat setuju				
	1	2	3	4	5
Kepuasan Pengguna					
Puas dengan pengalaman browsihng website portal	12	32	29	25	2
Mengajak teman lain untuk browsihng website portal	9	30	42	18	1
Akan terus browsihng website portal	9	11	42	30	8

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan table 4.14 dapat diketahui bahwa dari kepuasan menggunakan web site portal UNAND yang direspon paling bagus oleh mahasiswa adalah tentang akan terus browsihng web site portal dimana mahasiswa merespon 42% netral dan 30% setuju. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa menganggap kepuasan berada dalam kondisi stabil sehingga mereka akan terus browsihng di website portal UNAND untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi mengenai aktifitas akademik yang akan mereka laksanakan.

4.5 Pengujian Hipotesis

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, berikut akan dibahas mengenai hipotesis yang telah dirumuskan dengan menggunakan Uji t, Uji F dan uji koefisien Determinasi (R^2).

4.5.1 Uji t

Untuk melihat pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent secara sendiri instrumen yang digunakan adalah statistik uji t. Hasil pengolahan data dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.15
**Regresi Pengaruh Faktor Kualitas Terhadap Kepuasan Pengguna Portal
Universitas Andalas**

Variabel Bebas	Koefisien regresi	Konstanta	T – Hitung	Probabilitas	Keterangan
<i>Navigasi (x1)</i>	0,256	0,148	2,123	0,036	Signifikan
<i>Presentasi (x2)</i>	0,065		0,735	0,464	Tidak Signifikan
<i>Informasi (x3)</i>	0,129		1,063	0,291	Tidak Signifikan
<i>Pengalaman (x4)</i>	0,312		2,485	0,015	Signifikan
<i>Interaksi (x5)</i>	0,135		1,395	0,166	Tidak Signifikan

T table = 1,986

Sumber : data primer yang diolah

a. Navigasi (x1)

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dijelaskan navigasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas dikarenakan t hitung = 2,123 > t tabel = 1.986 dan nilai signifikansi sebesar 0,036 (sig < 0,05). Berdasarkan analisis di atas disimpulkan bahwa navigasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.15 juga menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel navigasi sebesar 0.256 dan bertanda positif dengan level probabilitas signifikan sebesar 0.036 dengan nilai probabilitas signifikan lebih < dari alpha yaitu sebesar 0.05. Dengan demikian hasil ini menunjukkan semakin baik navigasi maka kepuasan pengguna portal Universitas Andalas akan semakin meningkat.

b. Presentasi

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dijelaskan presentasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas dikarenakan t

hitung = 0,735 < t tabel = 1.986 dan nilai signifikansi sebesar 0,464 (sig > 0,05).

Berdasarkan analisis di atas disimpulkan bahwa presentasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas sehingga hipotesis nol (Ho) diterima dan Ha ditolak.

Tabel 4.15 juga menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel presentasi sebesar 0.065 dan bertanda positif dengan level probabilitas signifikan sebesar 0.464 dengan nilai probabilitas signifikan lebih > dari alpha yaitu sebesar 0.05. Dengan demikian hasil ini menunjukkan semakin baik presentasi maka kepuasan pengguna portal Universitas Andalas akan semakin meningkat. Namun dalam penelitian ini kemampuan meningkatkan tidak dapat terlaksana karena presentasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

c. Informasi

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dijelaskan informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas dikarenakan t hitung = 1,063 < t tabel = 1.986 dan nilai signifikansi sebesar 0,291 (sig > 0,05). Berdasarkan analisis di atas disimpulkan bahwa informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas sehingga hipotesis nol (Ho) diterima dan Ha ditolak.

Tabel 4.15 juga menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel informasi sebesar 0.129 dan bertanda positif dengan level probabilitas signifikan sebesar 0.291 dengan nilai probabilitas signifikan lebih > dari alpha yaitu sebesar 0.05. Dengan demikian hasil ini menunjukkan semakin baik informasi maka kepuasan pengguna portal Universitas Andalas akan semakin meningkat. Namun dalam

penelitian ini kemampuan meningkatkan tidak dapat terlaksana karena informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

d. Pengalaman

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dijelaskan pengalaman berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas dikarenakan t hitung = $2,485 > t$ tabel = 1.986 dan nilai signifikansi sebesar 0,015 ($\text{sig} < 0,05$). Berdasarkan analisis di atas disimpulkan bahwa pengalaman berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas sehingga hipotesis nol (H_0) ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.15 juga menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel pengalaman sebesar 0,312 dan bertanda positif dengan level probabilitas signifikan sebesar 0,015 dengan nilai probabilitas signifikan lebih $<$ dari alpha yaitu sebesar 0,05. Dengan demikian hasil ini menunjukkan semakin baik pengalaman maka kepuasan pengguna portal Universitas Andalas akan semakin meningkat.

e. Interaksi

Berdasarkan tabel 4.15 dapat dijelaskan interaksi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas dikarenakan t hitung = $1,395 < t$ tabel = 1.986 dan nilai signifikansi sebesar 0,166 ($\text{sig} > 0,05$). Berdasarkan analisis di atas disimpulkan bahwa interaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas sehingga hipotesis nol (H_0) diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.15 juga menunjukkan bahwa koefisien regresi variabel interaksi sebesar 0.135 dan bertanda positif dengan level probabilitas signifikan sebesar 0.166 dengan nilai probabilitas signifikan lebih > dari alpha yaitu sebesar 0.05. Dengan demikian hasil ini menunjukkan semakin baik interaksi maka kepuasan pengguna portal Universitas Andalas akan semakin meningkat. Namun dalam penelitian ini kemampuan meningkatkan tidak dapat terlaksana karena interaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

4.5.2 Uji F

**Tabel 4.16
Hasil Pengujian Uji F**

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	21,306	5	4,261	10,736	,000 ^a
	Residual	37,311	94	,397		
	Total	58,618	99			

a. Predictors: (Constant), Interaksi (x5), Presentasi (x2), Navigasi (x1), Pengalaman (x4), Informasi (x3)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

Sumber : data primer yang diolah

Berdasarkan table 4.16 di atas dapat dijelaskan dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05 diperoleh F hitung sebesar 10,736 dengan F tabel 2,311 dengan demikian F hitung > F tabel dengan tingkat signifikansi yang diperoleh 0,000 < 0,05 sehingga secara bersama-sama terdapat pengaruh secara signifikan navigasi, presentasi, informasi, pengalaman dan interaksi terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas.

4.5.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.17
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,603 ^a	,363	,330	,63002

a. Predictors: (Constant), Interaksi (x5), Presentasi (x2), Navigasi (x1), Pengalaman (x4), Informasi (x3)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

Nugroho (2003) menyatakan untuk regresi linear berganda sebaiknya menggunakan R square yang sudah disesuaikan atau tertulis adjusted R square untuk melihat koefisien determinasi karena disesuaikan dengan jumlah variabel independent yang digunakan dimana jika variabel independent 1(satu) maka menggunakan R square dan jika telah melebihi 1(satu) menggunakan adjusted R square. Angka adjusted R square adalah sebesar 33% dari variasi kepuasan pengguna portal Universitas Andalas yang dapat dijelaskan oleh navigasi, presentasi, informasi, pengalaman dan interaksi sedangkan sisanya sebesar 67% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.6 Pembahasan Hasil Regresi Pengaruh Faktor Kualitas Terhadap Kepuasan Pengguna Portal Universitas Andalas

Persamaan regresi linear berganda yang diperoleh dari perhitungan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.18

Model	Coefficients ^a									
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	,148	,419	,353	,725	-,683	,979			
	Navigasi (x1)	,256	,121	,193	2,123	,036	,017	,495	,401	,214
	Presentasi (x2)	,065	,089	,065	,735	,464	-,111	,242	,276	,076
	Informasi (x3)	,129	,121	,122	1,063	,291	-,112	,369	,469	,109
	Pengalaman (x4)	,312	,126	,275	2,485	,015	,063	,562	,523	,248
	Interaksi (x5)	,135	,097	,149	1,395	,166	-,057	,327	,449	,142
								,115	,115	,591
										,693

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (Y)

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$
$$= 0,148 + 0,256 X_1 + 0,065 X_2 + 0,129 X_3 + 0,312 X_4 + 0,135 X_5 + e$$

Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa :

Besarnya $a = 0,148$ berarti jika navigasi (X_1), presentasi (X_2), informasi (X_3), pengalaman (X_4) dan interaksi (X_5) tidak mengalami perubahan maka kepuasan pengguna portal Universitas Andalas sebesar nilai angka konstanta yang dihasilkan.

Koefisien regresi navigasi (X_1), presentasi (X_2), informasi (X_3), pengalaman (X_4) dan interaksi (X_5) ini bernilai positif yang berarti terjadi hubungan positif antara navigasi (X_1), presentasi (X_2), informasi (X_3), pengalaman (X_4) dan interaksi (X_5) terhadap kepuasan pengguna portal universitas andalas. Semakin baik navigasi (X_1), presentasi (X_2), informasi (X_3), pengalaman (X_4) dan interaksi (X_5) maka semakin tinggi juga kepuasan pengguna portal Universitas Andalas

Pada penelitian ini ternyata pengalaman yang merupakan variabel yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas, kemudian selanjutnya dipengaruhi oleh navigasi. Sementara untuk presentasi, informasi dan interaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas. Dimana untuk menentukan mana yang paling dominan dilihat dari koefisien regresi yang dimiliki oleh masing-masing variabel yang diurutkan dari yang terbesar sampai yang terkecil.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara sendiri-sendiri navigasi dan pengalaman berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas.
2. Secara sendiri-sendiri presentasi, informasi dan interaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas.
3. Secara bersama-sama navigasi, presentasi, informasi, pengalaman dan interaksi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas.
4. Berdasarkan hasil penelitian diperoleh 33% dari variasi kepuasan pengguna portal Universitas Andalas yang dapat dijelaskan oleh navigasi, presentasi, informasi, pengalaman dan interaksi sedangkan sisanya sebesar 67% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2 Impilikasi Hasil Penelitian

Dari hasil regresi dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini yang paling mempengaruhi adalah navigasi dan pengalaman terhadap kepuasan pengguna portal universitas Andalas. Oleh karena itu diharapkan pada Universitas andalas

untuk terus menerapkan navigasi dan memilihara penilaian pengalaman mahasiswa yang pada akhirnya akan terus meningkatkan pengguna portal Universitas Andalas.

Sementara untuk presentasi, informasi dan interaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas oleh karena itu diharapkan pada Universitas Andalas untuk memeriksa mengenai presentasi, informasi dan interaksi yang diterapkan dan melakukan perbaikan untuk ke tiga item tersebut sehingga keadaan yang tadinya tidak berpengaruh dimasa mendatang akan menjadi lebih baik.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yang apabila diatasi pada penelitian selanjutnya, dapat memperbaiki hasil penelitian yaitu penelitian ini hanya membahas mengenai navigasi, presentasi, informasi, pengalaman dan presentasi terhadap kepuasan pengguna portal Universitas Andalas. Sementara itu, masih ada faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna yang belum peneliti teliti.

5.4 Saran

Agar kepuasan pengguna portal Universitas Andalas dapat meningkat. Adapun saran yang diberikan adalah :

1. Lembaga akademik Universitas Andalas harus mampu memperbaiki dan meningkatkan kualitas website portalnya dari segi presentasi berupa

penampilan dan gaya desain portalnya sehingga akan berpengaruh pada kepuasan pengguna di masa mendatang.

2. Lembaga akademik Universitas Andalas harus mampu memperbaiki dan meningkatkan kualitas website portalnya dari segi informasi berupa tersedianya akses yang cepat dan mudah, informasi yang akurat, lengkap dan mudah dipahami serta terbaru dan dapat dipercaya sehingga akan berpengaruh pada kepuasan pengguna di masa mendatang.
3. Lembaga akademik Universitas Andalas harus mampu memperbaiki dan meningkatkan kualitas website portalnya dari segi interaksi berupa mengantisipasi dan merespon kebutuhan dan permintaan konsumen serta akademik memang memudahkan untuk menghubungi akademik kembali sehingga dengan sendirinya di masa mendatang interaksi akan berpengaruh pada kepuasan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Anderson, E. W; Fornell, C and Lehmann, D.R,1994, "Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability Finding From Sweden", Journal of Marketing, Vol.58, p.53-56
- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Assauri, Sofjan. 2003. *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction dalam Usahawan*, No. 01, Tahun XXXII, Januari, hal.25-30:Jakarta
- Awad, Elias M. 2004, *Electronic Commerce from Vision to Fulfillment Second Edition*. Pearson Prentice Hall : New Jersey
- Barnes, J Stuart,,Kenny Liu, Richard T.Vidgen,2001, "Evaluating Wap News Sites ; The Webqual/M Approach".
- Business Rebiew Weekly, 31 March 1997.
- Cao, Mei,,Qingyu Zhang, John Seydel. *B2C e-Commerce web site quality : an empirical examination*. Industrial Management + Data System ; 105, 5/6; ABI/INFORM Global pg. 645. USA
- Chaffey, Dave,,Richard Mayer, et al, 2003. *Strategy, Implementation and Practice, Second Edition (Internet Marketing)*, England : FT (Prentice Hall), Financial Times.
- D'Angelo, J. & Little, S. 1998, 'Successful web pages: what are they and do they exist?', *Information Technology and Libraries*, vol.17(2),pp. 71-81
- Delone, W.H & Mclean, E.R, 2003, "The Delone & McLean model of Information System Success: A ten-year update". *Journal of Management Information System*, vol.13, pp. 43-45
- Devaraj, Sarv, Ming Fan, Rajiv Kohli, 2002, *Antecedents of B2C Channel Satisfaction and Preference : Validating e-Commerce Metrics*, Vol. 13, No. 3, pp. 316-333
- Eisenmann, Thomas R. 2002. *Internet Business Models Text and Cases*. America Utara. mc.Graw-Hill Irwin
- Ghozali, Imam. 2002. *Applikasi Analisis Multivariate : Dengan Program SPS*. BP UNDIP, Semarang
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., dan Tatham, R. (2006). *Multivariate Data Analysis*, Pearson International Edition, New Jersey: Prentice Hall
- <http://fadlyghopal.wordpress.com/2011/03/17/tugas-internet-dasar/>, Tanggal Akses : 18 Juli 2011

<http://ganeshapoek.blogspot.com/2008/10/sejarah-perkembangan-portal-web-dunia.html>, Tanggal akses : 18 Juli 2011.

http://id.wikipedia.org/wiki/Portal_web, Tanggal Akses 18 Juli 2011

<http://net.educause.edu/ir/library/pdf/pub5006g.pdf>, Tanggal Akses : 18 Juli 2011

<http://www.useit.com/alertbox>, Tanggal Akses : 18 Juli 2011

Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran* di Indonesia, Jakarta, Salemba Empat

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, PT.Indeks Kelompok Gramedia

Laudon, C Kenneth, Traver, Carol Guercio. 2004. *E-commerce : Business, Technology, Society*. New Jersey : Addison Wesley.

Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik*, Jakarta: Salemba Empat.

O'Brien, J., 2002, 'Management Information system: managing information technology in the business enterprise, McGraw-Hill, USA.

Oliver, R.L., 1997, *Satisfaction: A behavior perspective on customer*, Boston: Harvard Business School Press.

Oxford Advance Leaner's Dictionary, 2000.

Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Ribbink, Dina, Allard C.R van Riel Veronica Liljander and Sandra Streukens, 2004, *Comfort your online customer : quality, trust, and loyalty on the internet*.

Santoso, Singgih. 2001. *Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta. PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.

Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Jakarta: Salemba Empat

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Prenada Media.

Sugiyono, Eri Wibowo, (2004), *Statistik Untuk Penelitian dan Aplikasikannya Dengan SPSS 10.0 For Windows*, Cetakan Keempat, ALFABETA, Bandung.

Sugiyono, 2008. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Alfabeta, Bandung.

Tjiptono, F dan Chandra, G. 2004. *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Tjiptono, F dan Chandra, G. 2005, *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Wilkinson, Cerullo, 1997. *Accounting Information System : Essential Concept and Application*, Prentice Hall, Engelewood Clift FS, USA.

Yamit, Zulian. 1996. *Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Pertama, Penerbit Ekonesia Kampus Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta

