

PENGARUH KUALITAS WEBSITE DALAM LAYANAN E-KIOS TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI KELURAHAN NGINDEN JANGKUNGAN SURABAYA

Putu Ayu Ramadhani¹, Radjikan², Zakariya³

Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945, Surabaya

Abstract

In the current era of information technology, demanding effective and efficient public services along with the diverse needs and wants of everyone. The existence of public services e-Kiosk is one sign of the development of information technology with the aim to improve the quality of service. Thus the authors take the title of Website Quality Influence In e-Kiosk Service Against Satisfaction Society (Urban Nginden Jangkungan Surabaya) because there is still a public complaints over the e-Kiosk machine disorder that sometimes does not work properly. The purpose of this research is to know the effect of simultaneous and partial of website quality dimension that is usability (X1), information quality (X2), and service interaction quality (X3) with community satisfaction (Y) and which is the most dominant influence to public satisfaction. This research uses correlational research with quantitative approach of 100 respondents conducted by accidental sampling sampling technique in Nginden Jangkungan Urban Village and data collection technique through observation, questionnaire, and literature study. The results showed that simultaneously, the three dimensions of website quality affect the satisfaction of the community. Partially, usability and information quality have influence to public satisfaction, while service interaction quality does not have influence to the satisfaction of society and from third dimension of website quality, information quality dominant influence to public satisfaction.

Key words: quality website, Usability, Information Quality, Service Interaction Quality, and community satisfaction

Latar Belakang Masalah

Layanan e-Kios merupakan suatu terobosan dari Pemerintah Kota Surabaya berhubungan dengan pelayanan publik di bidang administrasi kependudukan (*e-lampid*), kesehatan (*e-health*), dan perizinan (*surabaya single window*) yang berbasis teknologi dan internet dengan tujuan untuk memperbaiki kualitas pelayanan. Suatu *website* yang mempunyai kualitas tinggi tentu akan berpengaruh terhadap organisasi dan masyarakat yang menggunakannya. Semakin tinggi kualitas pada suatu *website*, maka akan semakin banyak pengguna yang mengakses *website* tersebut.



Gambar 1. Mesin e-Kios
Sumber : Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya, 2016

Namun pada kenyataannya, pelayanan publik oleh aparatur pemerintah saat ini masih sering dijumpai kelemahan. Pada saat masyarakat mencoba menggunakan layanan e-Kios dengan tujuan agar mendapat pelayanan publik lebih efektif dan efisien sesuai harapan mereka ternyata masih sering terdapat keluhan, seperti gangguan pada mesin e-Kios, masih adanya koneksi internet yang lambat bahkan belum tersambung, data masyarakat yang salah alamat bahkan tidak terbaca sehingga hal tersebut dianggap belum dapat memenuhi kualitas pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat. Sama halnya dengan yang ada di Kelurahan

¹ penulis pertama

² penulis kedua

³ penulis ketiga

Nginden Jangkungan, menurut pengamatan peneliti layanan e-Kios yang ada terkadang masih mengalami kendala, seperti gangguan mesin khususnya layar monitor di mana kursor tidak berfungsi dengan baik sehingga saat masyarakat sedang melakukan pengurusan layanan publik dengan mesin e-Kios dibantu oleh staf kelurahan. Dengan masih adanya kendala-kendala tersebut, maka peneliti ingin menganalisis hubungan antara dimensi kualitas *website* dalam layanan e-Kios yang meliputi *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* dengan kepuasan masyarakat berdasarkan *expectation satisfaction*, *experience satisfaction*, dan *overall satisfaction* di Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah dimensi kualitas *website* meliputi *usability* (X_1), *information quality* (X_2), dan *service interaction quality* (X_3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat ?
2. Apakah dimensi kualitas *website* meliputi *usability* (X_1), *information quality* (X_2), dan *service interaction quality* (X_3) secara parsial atau terpisah berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat ?
3. Di antara ketiga dimensi kualitas *website* meliputi *usability* (X_1), *information quality* (X_2), dan *service interaction quality* (X_3) tersebut, manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat ?

Landasan Teori

Secara sederhana, organisasi diartikan sebagai suatu wadah atau tempat untuk melakukan kerjasama oleh sekelompok orang untuk mencapai tujuan bersama yang diinginkan, sedangkan publik diartikan sebagai masyarakat umum. Menurut Sinambela dalam Fardhani (2010), organisasi publik diartikan sebagai organisasi yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiliki setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.

Birokrasi merupakan suatu organisasi yang memiliki rantai komando dengan bentuk piramida di mana lebih banyak orang berada ditingkat bawah daripada tingkat atas, biasanya ditemui pada instansi yang sifatnya administratif maupun militer. (Wikipedia, 2016). Menurut Fritz Morstein Marx, birokrasi adalah suatu tipe organisasi yang digunakan pemerintah modern untuk melaksanakan tugas-tugasnya yang bersifat spesialis, dilaksanakan dalam sistem administrasi dan khususnya oleh aparatur pemerintah. Menurut Ferrel Heady, birokrasi disusun sebagai satu hierarki otorita terperinci untuk mengatasi pembagian kerja. Menurut Max Weber, birokrasi adalah suatu bentuk organisasi yang penerapannya berhubungan dengan tujuan yang hendak dicapai. Birokrasi ini dimaksudkan sebagai suatu sistem otorita yang ditetapkan secara rasional oleh berbagai macam peraturan. Birokrasi ini dimaksudkan untuk mengorganisasi secara teratur suatu pekerjaan yang harus dilakukan oleh banyak orang. (Pengertian Pakar, 2015). Dari beberapa definisi birokrasi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa birokrasi adalah suatu tipe organisasi dengan karakteristik tertentu yang memiliki spesialisasi, hierarki, aturan dan dikoordinir secara sistematis pada setiap aktivitas pekerjaan yang dilakukan.

Dilihat dari paradigma pemikiran tentang bagaimana birokrasi lahir, para ahli sosial politik berpendapat bahwa pada umumnya terdapat 2 *mainstream* pemikiran. Pertama, birokrasi lahir sebagai alat kekuasaan di mana penguasa yang kuat harus dilayani oleh para aparat yang cerdas dan dapat dipercaya. Kedua, birokrasi lahir dan dibentuk karena kebutuhan masyarakat untuk dilayani. Dari kedua *mainstream* tersebut, birokrasi dapat dikelompokkan berdasarkan tugas pokok yang diembannya menjadi 3 jenis, antara lain :

1. Birokrasi pemerintahan umum, yaitu birokrasi yang menjalankan tugas-tugas pemerintahan umum.
2. Birokrasi pembangunan, yaitu birokrasi yang menjalankan salah satu bidang khusus dalam mencapai tujuan pembangunan.
3. Birokrasi pelayanan, yaitu birokrasi yang menjalankan tugas langsung untuk berhubungan dengan masyarakat. (Martini, 2012).

Pelayanan Publik

Secara sederhana, pelayanan dapat diartikan sebagai suatu usaha untuk melayani kebutuhan dan menciptakan kepuasan orang lain. Menurut Moenir dalam Fardhani (2010), pelayanan merupakan suatu proses penggunaan akal pikiran, panca indera, dan anggota badan dengan atau tanpa alat bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan, baik dalam bentuk barang maupun jasa. Widodo dalam Fardhani (2010) mendefinisikan pelayanan publik sebagai pemberian pelayanan keperluan masyarakat yang mempunyai kepentingan pada orang itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

1. Kualitas Pelayanan Publik.

Kualitas pelayanan sangat erat kaitannya dengan suatu produk, baik barang maupun jasa di mana juga dapat dijadikan sebagai ukuran untuk mengukur kepuasan seseorang atas pelayanan yang diterimanya. Menurut Tjiptono & Chandra dalam Guspul (2012), kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan harapan pelanggan. Dari beberapa definisi kualitas pelayanan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan publik adalah tingkat keunggulan antara pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dengan pelayanan yang diterima (*perceived service*) oleh masyarakat, baik berupa barang maupun jasa publik.

2. Kualitas *Website*.

Website merupakan suatu halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berada pada peladen (*server*) yang sama berisikan kumpulan informasi yang disediakan oleh perorangan, kelompok, atau organisasi. (Wikipedia, 2015). Tingginya kebutuhan informasi dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat akan membawa harapan adanya media pelayanan yang efektif dan efisien. *Website* yang mempunyai kualitas yang tinggi tentu akan berpengaruh pada organisasi dan masyarakat yang menggunakannya. Semakin tinggi kualitas pada suatu *website*, maka akan semakin banyak pengguna yang mengakses *website* tersebut. Secara sederhana, kualitas *website* itu sendiri dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan antara pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dengan pelayanan yang diterima (*perceived service*) dalam suatu *website* oleh masyarakat sebagai penggunanya.

Dalam mengukur kualitas *website* pada penelitian ini, digunakan 3 dimensi kualitas *website*, antara lain : (Barnes & Vidgen, 2002).

- a. *Usability* (Penggunaan), yaitu kualitas berkaitan dengan tampilan atau desain *website* dan kegunaannya dalam berinteraksi seperti pengoperasian yang mudah dan sistem navigasi yang mudah sehingga dapat menjadi suatu pengalaman tersendiri bagi pengguna *website*.
- b. *Information quality* (Kualitas informasi), yaitu kualitas berkaitan dengan isi dari suatu *website* seperti akurasi, bentuk informasi, relevansi atau kesesuaian yang diberikan tentang produk dan jasa yang ditawarkan pada suatu *website*.
- c. *Service interaction quality* (Kualitas interaksi layanan), yaitu kualitas berkaitan dengan pengalaman dari pengguna *website* itu sendiri yang dapat menimbulkan rasa percaya dan empati.

Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat sering disamaartikan dengan kepuasan pelanggan atau kepuasan konsumen. Hal tersebut hanya dibedakan dari siapa pemberi dan penerima layanan tersebut. Dalam hal ini, kepuasan masyarakat dilakukan oleh aparatur penyelenggara publik dan diberikan kepada masyarakat umum atas layanan publik yang diterimanya, sedangkan kepuasan pelanggan atau kepuasan konsumen identik dilakukan oleh organisasi swasta yang diberikan kepada masyarakat sebagai pelanggan atau konsumen atas layanan yang diterimanya.

Menurut Kotler dalam Fardhani (2010), kepuasan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk dengan hasil yang diinginkan. Menurut Oliver dalam Guspul (2014), kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan, baik itu di bawah maupun di atas harapan. Menurut Kotler & Armstrong (1998), kepuasan pelanggan merupakan suatu pembelian tergantung pada relatif kinerja produk bagi harapan pembeli. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa apabila kinerja produk (*perceived performance*) lebih rendah dari hasil yang diinginkan atau harapannya (*expectation*),

maka dapat dikatakan masyarakat akan merasa tidak puas. Sebaliknya, apabila kinerja produk (*perceived performance*) tersebut sesuai dan melebihi hasil yang diinginkan atau harapannya (*expectation*), maka dapat dikatakan masyarakat akan merasa puas bahkan sangat puas. Dari beberapa definisi kepuasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan masyarakat adalah suatu persepsi atas perbandingan yang dirasakan antara kenyataan dan harapan setiap orang atas produk, baik barang maupun jasa.

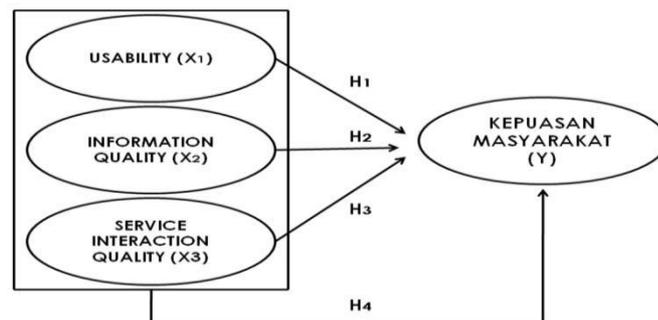
Dalam mengukur kepuasan masyarakat pada penelitian ini terdapat 3 indikator yang dapat digunakan, antara lain : (Selnes dalam Fardhani, 2010).

1. *Overall satisfaction*, yaitu tingkat kepuasan masyarakat secara keseluruhan.
2. *Expectation satisfaction*, yaitu kesesuaian pelayanan dengan harapan masyarakat.
3. *Experience satisfaction*, yaitu tingkat kepuasan masyarakat selama menjalin hubungan dengan instansi.

Kerangka Berpikir

Dalam penelitian ini menganalisis hubungan antara kualitas *website* yang dilihat dari dimensi *usability* (X_1), *information quality* (X_2), dan *service interaction quality* (X_3) dengan kepuasan masyarakat (Y) sehingga dapat digambarkan kerangka berpikir dalam penelitian ini sebagaimana pada gambar 2.

Gambar 2. Kerangka Berpikir



Sumber : Analisis Peneliti, 2016

Dari gambar di atas dapat diartikan bahwa dimensi kualitas *website* yang meliputi *usability* (X_1), *informational quality* (X_2), dan *service interaction quality* (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat (Y) sehingga didapatkan 4 hipotesis, antara lain :

1. $H_1 = Usability (X_1)$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y).
2. $H_2 = Information quality (X_2)$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y).
3. $H_3 = Service interaction quality (X_3)$ berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y).
4. $H_4 = Usability (X_1)$, *informational quality* (X_2), dan *service quality* (X_3) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat (Y).

Hipotesis Penelitian

Menurut Nazir (2003), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris. Hipotesis menyatakan hubungan apa yang kita cari atau yang ingin kita pelajari. Pada penelitian ini, hipotesis penelitian yang diajukan sebagai berikut: “Kualitas *website* dalam layanan e-Kios berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat”.

Metode Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini merupakan jenis penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian korelasional merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Pendekatan kuantitatif menekankan pada data-data angka yang dikumpulkan melalui metode survei dari data primer yang berupa kuesioner dan dianalisis secara statistik dengan program *SPSS for Windows version*

22.0. Hal ini disebabkan peneliti ingin mengukur suatu hubungan antara variabel bebas (*independent variable*) dan variabel terikat (*dependent variable*) melalui pengujian hipotesis penelitian di mana sasaran dalam penelitian ini adalah melihat seberapa besar pengaruh kualitas *website* dalam layanan e-Kios terhadap kepuasan masyarakat di Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya.

Penelitian ini dilakukan di kantor Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya yang berlokasi di Jalan Nginden Baru 6 No. 28 Surabaya. Lokasi tersebut dipilih karena menyediakan fasilitas pelayanan publik di bidang administrasi kependudukan (*e-lampid*), perizinan (*surabaya single window*), dan kesehatan (*e-health*) dari Pemerintah Kota Surabaya berupa mesin e-Kios yang dapat digunakan masyarakat sekitar. Selain itu, menurut pengamatan peneliti layanan e-Kios yang ada pada kelurahan terkadang masih mengalami kendala seperti gangguan pada mesin e-Kios, khususnya pada layar monitor di mana kursor tidak berfungsi dengan baik sehingga terdapat beberapa warga yang sedang melakukan pengurusan pelayanan publik dibantu oleh staf kelurahan.

Penelitian ini dilakukan selama 14 hari yang dimulai pada 1 April hingga 15 April 2016. Waktu tersebut dipilih karena merupakan waktu yang tepat dan cukup untuk melakukan penelitian oleh peneliti. Populasi dari penelitian ini adalah warga Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya yang bersifat heterogen dilihat dari jenis kelamin dan beragamnya usia mulai dari usia 18 hingga 60 tahun sebanyak 7.854 orang dengan jumlah sampel 100 orang yang dihitung berdasarkan ukuran sampel Ferdinand dalam Putro (2014) di mana ukuran sampel yang sesuai antara 100-200 dengan ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5-10 untuk setiap *estimated parameter* atau indikator yang digunakan. Dalam penelitian ini menggunakan 20 indikator dalam instrumen penelitian sehingga diperoleh :

$$n = 5 \times 20 \\ = 100 \text{ sampel}$$

Teknik sampel yang digunakan adalah *accidental sampling* di mana merupakan suatu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Langkah yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan penyebaran kuesioner dengan cara mendatangi warga Kelurahan Nginden Jangkungan Surabaya yang pernah menggunakan layanan *website* e-Kios dengan harapan didapatkan hasil yang *valid* dari kuesioner tersebut.

Variabel bebas (*independent variable*) merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain yang dilambangkan dengan X, yaitu kualitas *website* dalam layanan e-Kios. Kualitas *website* merupakan tingkat keunggulan antara pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dengan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) dalam suatu *website* oleh masyarakat sebagai penggunanya. Variabel terikat (*dependent variable*) merupakan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lain yang dilambangkan dengan Y, yaitu kepuasan masyarakat. Kepuasan masyarakat merupakan suatu persepsi atas perbandingan yang dirasakan antara kenyataan dan harapan setiap orang atas produk, baik barang maupun jasa. Definisi operasional dalam penelitian ini, antara lain :

- a. Kualitas *website* (X) adalah tingkat keunggulan antara pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dengan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*) dalam suatu *website* oleh masyarakat sebagai penggunanya, meliputi :
 - 1) *Usability* (X₁), yaitu kualitas *website* berdasarkan tampilan dan penggunaannya yang mudah dan cepat dalam mengoperasikannya. Adapun indikator *usability* dalam penelitian ini, antara lain :
 1. Kemudahan mempelajari *website* e-Kios dalam pengoperasiannya.
 2. Kemudahan memahami interaksi (bahasa) dalam *website* e-Kios.
 3. Kemudahan melakukan navigasi dalam *website* e-Kios.
 4. Kemudahan penggunaan *website* e-Kios.
 5. Ketersediaan tampilan yang sangat menarik pada isi *website* e-Kios.
 6. Ketersediaan pengetahuan yang terkandung (persyaratan yang dibutuhkan, prosedur layanan, cara penggunaan) dalam *website* bagi pengguna *website* e-Kios.
 7. Penciptaan pengalaman yang positif (pengetahuan baru atas layanan publik berbasis teknologi informasi) bagi pengguna atas penggunaan layanan *website* e-Kios.

- b. *Information quality* (X_2), yaitu kualitas informasi *website* yang berkaitan dengan jumlah, akurasi, dan bentuk informasi yang ditawarkan. Adapun indikator *information quality* dalam penelitian ini, antara lain :
1. Ketersediaan informasi yang akurat dalam *website* e-Kios.
 2. Ketersediaan informasi yang terpercaya dalam *website* e-Kios.
 3. Ketersediaan informasi yang relevan (sesuai) dengan isi masing-masing jenis layanan dalam *website* e-Kios.
 4. Ketersediaan pemahaman informasi dalam *website* e-Kios.
 5. Ketersediaan informasi yang sangat detail dalam *website* e-Kios.
 6. Ketersediaan informasi sesuai format (adanya informasi persyaratan, prosedur layanan) dalam *website* e-Kios.
- c. *Service interaction quality* (X_3), yaitu kualitas interaksi layanan *website* yang berkaitan dengan pengalaman pengguna yang dapat menimbulkan rasa percaya. Adapun indikator *service interaction quality* dalam penelitian ini, antara lain :
1. Keamanan penyampaian berkas persyaratan layanan pengguna *website* e-Kios.
 2. Keamanan penyampaian data pribadi pengguna *website* e-Kios.
 3. Ketersediaan ruang individual bagi pengguna *website* e-Kios dalam mengakses layanan tertentu.
 4. Keyakinan pada ketepatan sasaran jenis layanan yang dilakukan pengguna *website* e-Kios.
- d. Kepuasan masyarakat (Y) adalah suatu persepsi atas perbandingan yang dirasakan antara kenyataan dan harapan setiap orang atas produk, baik barang maupun jasa, berdasarkan :
- 1) *Expectation satisfaction*, yaitu kesesuaian pelayanan dengan harapan masyarakat. Adapun indikator *expectation satisfaction* dalam penelitian ini, antara lain :
 - Kesesuaian pelayanan yang ditawarkan berdasarkan harapan terhadap kenyataan yang didapat saat menggunakan layanan e-Kios.
 2. *Experience satisfaction*, yaitu tingkat kepuasan masyarakat selama menjalin hubungan dengan instansi. Adapun indikator *experience satisfaction* dalam penelitian ini, antara lain :
 - Kesesuaian pelayanan yang ditawarkan terhadap pengalaman yang didapat dalam menggunakan layanan e-Kios.
 3. *Overall satisfaction*, yaitu tingkat kepuasan masyarakat secara keseluruhan. Adapun indikator *overall satisfaction* dalam penelitian ini, antara lain :
 - Kesesuaian pelayanan yang ditawarkan terhadap keseluruhan pelayanan yang didapat dalam menggunakan layanan e-Kios.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini, antara lain : observasi, kuesioner, dan studi pustaka.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur keabsahan (*valid*) dan kehandalan (*reliable*) suatu kuesioner sebagai instrumen penelitian. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka kuesioner tersebut dikatakan *valid*. (Ghozali dalam Hardiyati, 2010). Uji reliabilitas dilakukan dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α) di mana suatu variabel dikatakan handal (*reliable*) apabila memberikan nilai $\alpha >$ r tabel. (Putro, 2014).

2. Uji Asas Uji Multikolinieritas;

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel

bebas. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Multikolonieritas dapat dilihat dengan menggunakan nilai *tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai adalah nilai *tolerance* 0,10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$. (Ghozali dalam Hardiyati, 2010).

b. Uji Heteroskedastisitas, Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatan ke pengamatan yang lain. Suatu model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi masalah heteroskedastisitas dan dapat dilihat pada grafik *scatterplot*. Apabila terdapat titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti bergelombang, melebar kemudian menyempit, maka telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya apabila terdapat titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol (0) pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. (Ghozali dalam Hardiyati, 2010).

c. Uji Normalitas, Uji normalitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur apakah dalam suatu model regresi variabel bebas, variabel terikat, atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Suatu model regresi yang baik seharusnya berdistribusi normal atau mendekati normal. Normalitas dapat dilihat dengan penyebaran data pada sumbu diagonal grafik *P-P Plot*. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi normalitas dan sebaliknya apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi normalitas. (Ghozali dalam Hardiyati, 2010).

3. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda merupakan suatu prosedur statistik dalam menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. (Amir, 2015). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas *website* dalam layanan e-Kios yang meliputi dimensi *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*, sedangkan variabel terikat dalam penelitian adalah kepuasan masyarakat. Model dari hubungan antar variabel dapat disusun dengan fungsi atau persamaan sebagai berikut:

$$y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

di mana :

y = kepuasan masyarakat

α = konstanta

β_1 = koefisien regresi variabel X_1 (*usability*)

β_2 = koefisien regresi variabel X_2 (*information quality*)

β_3 = koefisien regresi variabel X_3 (*service interaction quality*)

X_1 = variabel *usability*

X_2 = variabel *information quality*

X_3 = variabel *service interaction quality*

4. Uji Hipotesis, meliputi :

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji signifikansi simultan (Uji F) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat. (Ghozali dalam Hardiyati, 2010).

Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya, apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$ dapat dikatakan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. (Ghozali dalam Hardiyati, 2010). Apabila F hitung $> F$ tabel dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya, apabila F hitung $< F$ tabel dapat dikatakan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. (Danuarta, 2013).

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji signifikansi simultan (Uji F) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur tingkat signifikansi pengaruh variabel bebas secara parsial atau terpisah terhadap variabel terikat. (Ghozali dalam Hardiyati, 2010).

Apabila probabilitas signifikansi $< 0,05$ dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya, apabila probabilitas signifikansi $> 0,05$ dapat dikatakan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. (Ghozali dalam Hardiyati, 2010). Apabila t hitung $> t$ tabel dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya, apabila t hitung $< t$ tabel dapat dikatakan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. (Sandy, 2009).

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi (Uji R^2) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengukur tingkat ketepatan paling baik dalam analisis regresi yang dapat dilihat dengan besarnya koefisien antara 0 (nol) dan 1 (satu). (Ghozali dalam Hardiyati, 2010). Pengujian Koefisien determinasi ini juga dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikatnya. (Amir, 2015).

Secara sederhana, hipotesis statistik dapat diartikan sebagai hipotesis yang digunakan untuk pengujian penelitian menggunakan statistika. Hipotesis statistik dikelompokkan menjadi 2 macam, yaitu hipotesis nol yang dilambangkan dengan H_0 dan hipotesis alternatif yang dilambangkan dengan H_a . Hipotesis nol adalah hipotesis yang menyatakan tidak ada perbedaan atau pengaruh antar variabel, sedangkan hipotesis alternatif adalah hipotesis yang menyatakan adanya perbedaan atau pengaruh antar variabel. Hipotesis statistik dalam penelitian ini digunakan dalam pengujian signifikansi simultan (uji F) dan signifikansi parsial (uji t), antara lain :

1. H_0 = Tidak terdapat pengaruh antara kualitas *website* layanan e-Kios terhadap kepuasan masyarakat.
2. H_a = Terdapat pengaruh antara kualitas *website* layanan e-Kios terhadap kepuasan masyarakat.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas *website* dan kepuasan masyarakat ini, didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam pengujian ini, dilakukan pada 30 sampel responden. Menurut Djameludin Ancok dalam Herisman (2012), pemilihan jumlah 30 responden karena dengan jumlah sampel tersebut, maka nilai dan hasil pengukuran akan mendekati distribusi normal. Nilai r hitung dihitung berdasarkan *degree of freedom* (df) dengan rumus $df = n - 2$ (Junaidi, 2010) dimana n adalah jumlah sampel yang digunakan sehingga nilai r tabel dengan program *SPSS for Windows version 22.0* pada signifikansi 5% didapatkan hasil sebesar 0,306.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No. Item	r hitung	r tabel 5%	Keterangan
1.	0,705	0,306	Valid
2.	0,841	0,306	Valid
3.	0,645	0,306	Valid
4.	0,431	0,306	Valid
5.	0,645	0,306	Valid
6.	0,812	0,306	Valid
7.	0,653	0,306	Valid
8.	0,689	0,306	Valid
9.	0,604	0,306	Valid
10.	0,769	0,306	Valid
11.	0,811	0,306	Valid
12.	0,830	0,306	Valid
13.	0,436	0,306	Valid
14.	0,757	0,306	Valid
15.	0,710	0,306	Valid
16.	0,570	0,306	Valid
17.	0,596	0,306	Valid
18.	0,757	0,306	Valid
19.	0,774	0,306	Valid
20.	0,888	0,306	Valid

Sumber : Hasil Olahan *SPSS for Windows version 22.0*, 2016

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,943	20

Sumber : Hasil Olahan SPSS for Windows version 22.0, 2016

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

No. Item	α	r tabel 5%	Keterangan
1.	0,661	0,306	Reliable
2.	0,819	0,306	Reliable
3.	0,594	0,306	Reliable
4.	0,365	0,306	Reliable
5.	0,594	0,306	Reliable
6.	0,780	0,306	Reliable
7.	0,605	0,306	Reliable
8.	0,657	0,306	Reliable
9.	0,565	0,306	Reliable
10.	0,736	0,306	Reliable
11.	0,782	0,306	Reliable
12.	0,805	0,306	Reliable
13.	0,376	0,306	Reliable
14.	0,730	0,306	Reliable
15.	0,680	0,306	Reliable
16.	0,522	0,306	Reliable
17.	0,546	0,306	Reliable
18.	0,724	0,306	Reliable
19.	0,742	0,306	Reliable
20.	0,870	0,306	Reliable

Sumber : Hasil Olahan SPSS for Windows version 22.0, 2016

Dari hasil perhitungan uji validitas pada tabel 1 menunjukkan bahwa semua nilai r hitung $>$ r tabel sebesar 0,306 pada nilai signifikansi 5%. Dari hasil perhitungan uji reliabilitas pada tabel 2 menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,943 $>$ r tabel dan pada tabel 3 menghasilkan semua nilai $\alpha >$ r tabel pada nilai signifikansi 5% sebesar 0,306. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa kuesioner tersebut absah (*valid*) dan handal (*reliable*) sehingga dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

2. Uji Asumsi Klasik, meliputi :
 - a. Uji Multikolonieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolonieritas

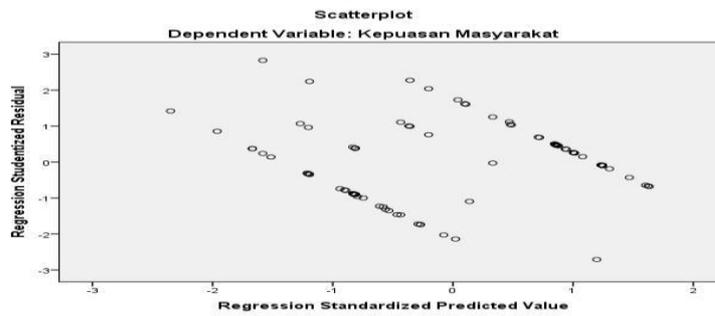
No.	Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
1.	<i>Usability</i>	1,527	0,655	Tidak terjadi multikolonieritas
2.	<i>Information Quality</i>	1,599	0,625	Tidak terjadi multikolonieritas
3.	<i>Service Interaction Quality</i>	1,085	0,921	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber : Hasil Olahan SPSS for Windows version 22.0, 2016

Dari tabel hasil uji multikolonieritas di atas menunjukkan bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance* yang dihasilkan pada masing-masing variabel adalah $VIF < 10$ dan *tolerance* $>$ nilai α yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 0,05. Hal tersebut berarti data penelitian terhindar dari masalah multikolonieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olahan SPSS for Windows version 22.0, 2016

Dari gambar hasil uji heteroskedastisitas di atas menunjukkan bahwa semua titik-titik berada dalam posisi menyebar di atas maupun di bawah angka nol (0) pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terhindar dari masalah heteroskedastisitas.

Selain menggunakan grafik *scatterplot* dilakukan juga pengujian lainnya untuk meyakinkan terjadi atau tidaknya heteroskedastisitas, yaitu melakukan uji *glejser* untuk mengukur apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya. Apabila nilai t hitung $< t$ tabel dan nilai signifikansi $> \alpha$, maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya, apabila nilai t hitung $> t$ tabel dan nilai signifikansi $< \alpha$, maka dapat dikatakan terjadi heteroskedastisitas. (Raharjo, 2014). Nilai α yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,05. Adapun hasil uji heteroskedastisitas sebagaimana dalam tabel berikut ini:

Tabel 5. Hasil Uji *Glejser*

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,288	,653		3,505	,001
	Kualitas Website	-,023	,009	-,252	-2,579	,011

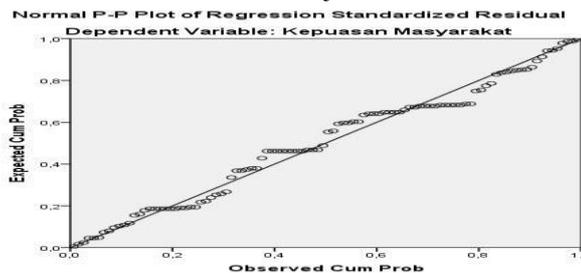
a. Dependent Variable: Absolute Residual

Sumber : Hasil Olahan SPSS for Windows version 22.0, 2016

Nilai t tabel dengan program SPSS for Windows ver 22.0 pada signifikansi 5% didapatkan hasil sebesar 1,661. Dari tabel hasil uji *glejser* di atas menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $- 2,579 < t$ tabel sebesar 1,661 dan nilai signifikansi sebesar 0,011 $>$ nilai *alpha* sebesar 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini terhindar dari masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Gambar 4. Hasil Uji Normalitas



Sumber : Hasil Olahan SPSS for Windows version 22.0, 2016

Dari gambar hasil uji normalitas di atas menunjukkan bahwa terdapat titik-titik dari hasil semua *item* variabel penelitian menyebar secara teratur dan berada tidak jauh mengikuti garis normalitas sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian mempunyai distribusi yang normal.

3. Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1 (Constant)	-.474	1,294		-.366	,715			
Usability	,089	,032	,199	2,833	,006	,655	1,527	
Information Quality	,437	,045	,695	9,657	,000	,625	1,599	
Service Interaction Quality	,012	,072	,009	,160	,873	,921	1,085	

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

Sumber : Hasil Olahan SPSS for Windows version 22.0, 2016

Dari tabel hasil uji regresi di atas menunjukkan bahwa model persamaan regresi adalah sebagai berikut :

$$Y = - 0,474 + 0,089 X_1 + 0,437 X_2 + 0,012 X_3$$

4. Uji Hipotesis, meliputi :

a. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Dalam pengujian ini digunakan sampel penelitian sebesar 100 orang sehingga nilai F tabel dengan program SPSS for Windows ver 22.0 pada signifikansi 5% didapatkan hasil sebesar 2,699 yang besarnya *degree of freedom* (df) untuk pembilang atau yang disimbolkan dengan N_1 dan *degree of freedom* (df) untuk penyebut atau yang disimbolkan dengan N_2 dihitung dengan rumus : (Junaidi, 2010).

$$\begin{aligned} df_1 &= k - 1 & df_2 &= n - k \\ &= 4 - 1 & &= 100 - 4 \\ &= 3 & &= 96 \end{aligned}$$

di mana :

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel penelitian (variabel bebas dan variabel terikat)

Apabila F hitung > F tabel dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. (Danuarta, 2013). Apabila probabilitas signifikansi < 0,05 dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya, apabila probabilitas signifikansi > 0,05 dapat dikatakan bahwa H_a ditolak dan H_0 diterima. (Ghozali dalam Hardiyati, 2010).

Tabel 7. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	131,681	3	43,894	70,988	,000 ^b
Residual	59,359	96	,618		
Total	191,040	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Service Interaction Quality, Usability, Information Quality

Sumber : Hasil Olahan SPSS for Windows version 22.0, 2016

b. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Dalam pengujian ini digunakan sampel penelitian sebesar 100 orang sehingga nilai t tabel dengan program SPSS for Windows ver 22.0 pada signifikansi 5% didapatkan hasil sebesar 1,661 yang besarnya *degree of freedom* (df) dihitung dengan rumus : (Junaidi, 2010).

$$\begin{aligned}
 df &= n - k \\
 &= 100 - 4 \\
 &= 96
 \end{aligned}$$

di mana :

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel penelitian (variabel bebas dan variabel terikat)

Apabila t hitung $>$ t tabel dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. (Sandy, 2009). Apabila probabilitas signifikansi $<$ 0,05 dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. (Ghozali dalam Hardiyati, 2010).

Tabel 8. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

No.	Variabel	t	Sig.	Keterangan
1.	<i>Usability</i>	2,833	0,006	Berpengaruh
2.	<i>Information Quality</i>	9,657	0,000	Berpengaruh
3.	<i>Service Interaction Quality</i>	0,160	0,873	Tidak berpengaruh

Sumber : Hasil olahan SPSS for Windows version 22.0, 2016

c. Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Tabel 9. Hasil uji koefisien determinasi (Uji R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,830 ^a	,689	,680	,786

a. Predictors: (Constant), Service Interaction Quality, Usability, Information Quality

b. Dependent Variable: Kepuasan Masyarakat

Sumber : Hasil olahan SPSS for Windows version 22.0, 2016

Dari hasil tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,830. Hal tersebut berarti terjadi hubungan yang sangat kuat antara *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* terhadap kepuasan masyarakat di mana didasarkan pada pedoman interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut :

Tabel 10. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono dalam Kurniawan, 2013

Hasil analisis koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,680 yang dilihat dari nilai *Adjusted R Square* untuk mendapatkan model regresi terbaik. Penggunaan nilai *Adjusted R Square* dilakukan karena adanya kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi pada nilai *R Square*, yaitu bias terhadap jumlah variabel *independent* yang dimasukkan kedalam model di mana pada setiap penambahan 1 variabel *independent*, maka nilai *R Square* pasti akan meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel *dependent*. Oleh karena itu, banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R Square* di mana dapat naik atau turun apabila 1 variabel *independent* ditambahkan ke dalam model. (Ulwan, 2014).

Hal tersebut berarti hanya sebesar 68% kemampuan variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* sebagai variabel bebas mampu menjelaskan varian dari variabel terikatnya, yaitu kepuasan masyarakat dan terdapat sisa 32% varian variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pada uji regresi linier berganda yang telah dilakukan dalam penelitian ini, diperoleh persamaan regresi untuk masing-masing variabel sebagai berikut : $Y = - 0,474 + 0,089 X_1 + 0,437 X_2 + 0,012 X_3$. Dari keseluruhan hasil analisis pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :

1. Konstanta memperoleh hasil sebesar - 0,474 yang artinya apabila masing-masing variabel *usability* (X_1), *information quality* (X_2), dan *service interaction quality* (X_3) bernilai nol (0), maka nilai kepuasan masyarakat (Y) yang dihasilkan sebesar - 0,474 di mana menunjukkan keadaan tidak puas atau melebihi tidak puas.
2. Hasil analisis menunjukkan variabel X_1 (*usability*) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,089 dengan arah koefisien regresi bertanda positif terhadap kepuasan masyarakat, artinya setiap penambahan 1 *item usability*, maka akan meningkatkan nilai kepuasan masyarakat sebesar 0,089. Nilai t hitung yang diperoleh variabel sebesar 2,833 > t tabel sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,006 < nilai *alpha* yang digunakan sebesar 0,05. Dengan demikian, Hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan bahwa *usability* mempunyai pengaruh positif dan signifikan diterima. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas *website* yaitu *usability* berkaitan dengan tampilan *website* dan kegunaannya dalam berinteraksi yang mudah dan cepat berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.
3. Hasil analisis menunjukkan variabel X_2 (*information quality*) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,437 dengan arah koefisien regresi bertanda positif terhadap kepuasan masyarakat, artinya setiap penambahan 1 *item information quality*, maka akan meningkatkan nilai kepuasan masyarakat sebesar 0,437. Nilai t hitung yang diperoleh sebesar 9,657 > t tabel sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < nilai *alpha* yang digunakan sebesar 0,05. Dengan demikian, Hipotesis 2 (H_2) yang menyatakan bahwa *information quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan diterima. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas *website* yaitu *information quality* berkaitan dengan jumlah, akurasi, dan bentuk informasi dalam *website* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.
4. Hasil analisis menunjukkan variabel X_3 (*service interaction quality*) mempunyai nilai koefisien regresi sebesar 0,012 dengan arah koefisien regresi bertanda positif terhadap kepuasan masyarakat, artinya setiap penambahan 1 *item service interaction quality*, maka akan meningkatkan nilai kepuasan masyarakat sebesar 0,012. Nilai t hitung yang diperoleh sebesar 0,160 < t tabel sebesar 1,661 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,873 > nilai *alpha* yang digunakan sebesar 0,05. Dengan demikian, hipotesis 3 (H_3) yang menyatakan bahwa *service interaction quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan ditolak. Dalam hal ini, dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas *website* yaitu *service interaction quality* berkaitan dengan pengalaman pengguna *website* atas kualitas interaksi layanannya yang dapat menimbulkan rasa percaya tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat.
5. Hasil analisis menunjukkan variabel X_1 , X_2 , dan X_3 mempunyai nilai F hitung sebesar 70,988 > F tabel sebesar 2,699 dengan arah koefisien regresi bertanda positif dan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < nilai *alpha* yang digunakan sebesar 0,05. Dengan demikian,

Hipotesis 4 (H₄) yang menyatakan bahwa *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* mempunyai pengaruh positif dan signifikan diterima.

6. Dari ketiga variabel kualitas *website* yang meliputi *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* tersebut, variabel *information quality* yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat. Hal tersebut dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,437 dan nilai t hitung sebesar 9,657 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 dengan arah koefisien regresi positif yang lebih besar dari variabel lainnya.
7. Hasil analisis menunjukkan nilai *Adjusted R Square* yang diperoleh sebesar 0,680. Dengan demikian, sebesar 68% kepuasan masyarakat mampu dijelaskan oleh variabel *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*, sedangkan sisanya sebesar 32% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Amir, F. (2015). Pengaruh Store Atmosphere dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cosmic Clothing Store. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , 1-18.
- Barnes, S., & Vidgen, R. (2002). An Integrative Approach to The Assessment of E-Commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research* , 114-127.
- Danuarta, A. (2013, Januari 30). *Mudah Menyusun Proposal Part 3*. Retrieved Maret 26, 2016, from Blogspot: http://adaddanuarta.blogspot.co.id/2013_01_01_archive.html?m=1
- Fardhani, H. (2010). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Masyarakat pada Pelayanan Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Semarang*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Guspul, A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo). *Jurnal PPKM UNSIQ I* , 40-54.
- Hardiyati, R. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Herisman. (2012, Mei 1). *Apa Itu Validitas dan Realibilitas ?* Retrieved Maret 1, 2016, from Blogspot: <http://herisman.blogspot.co.id/2012/05/apa-itu-validitas-dan-realibilitas.html>
- Junaidi. (2010, Mei 18). *Cara Membaca Tabel F*. Retrieved April 2, 2016, from WordPress: <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/05/18/cara-membaca-tabel-f/>
- _____. (2010, Mei 17). *Cara Membaca Tabel t*. Retrieved April 2, 2016, from WordPress: <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/05/17/cara-membaca-tabel-t/>
- _____. (1020, Mei 24). *Download Tabel r Lengkap*. Retrieved April 2, 2016, from WordPress: <https://junaidichaniago.wordpress.com/2010/05/24/download-tabel-r-lengkap/>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1998). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 2 (Edisi bahasa Indonesia)*. (B. Molan, Ed., & A. Sindoro, Trans.) Jakarta: Prenhallindo.
- Kurniawan, H. (2013, Juli 7). *Interpretasi Analisa Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)*. Retrieved April 2, 2016, from Blogspot: http://kurniateam.blogspot.co.id/2013/07/interpretasi-analisa-koefisien-korelasi_7.html?m=1
- Martini, R. (2012). *Birokrasi dan Politik*. Semarang: UPT UNDIP Press Semarang.
- Nazir, M. (2003). *Metode Penelitian (Cetakan Kelima)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pengertian Pakar. (2015, Mei). *Pengertian Birokrasi*. Retrieved Juli 20, 2016, from Pengertian Pakar: <http://www.pengertianpakar.com/2015/05/pengertian-birokrasi.html>

- Putro, S. W. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 1-9.
- Raharjo, S. (2014, Februari 3). *Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser Program SPSS*. Retrieved April 2, 2016, from Konsistensi: <http://www.konsistensi.com/2013/08/uji-heteroskedastisitas-dengan-uji.html>
- Sandy, T. (2009, Juli 17). *Pengujian Hipotesis Distribusi Uji T dan F Pada Model Regresi Berganda*. Retrieved Maret 26, 2016, from WordPress: <https://titaviolet.wordpress.com/2009/07/17/pengujian-hipotesis-distribusi-uji-t-dan-f-pada-model-regresi-berganda/>
- Ulwan, M. N. (2014, Mei 8). *Analisis Regresi Linier Berganda Dengan SPSS Metode Enter VS Stepwise*. Retrieved April 2, 2016, from Portal Statistik: <http://www.portal-statistik.com/2014/05/analisis-regresi-linear-berganda-dengan.html>
- Wahyu, D. (2015, Januari 26). *Melihat E-Kios Mesin Layanan Publik Berbasis Teknologi Informasi*. Retrieved Maret 1, 2016, from Jawa Pos: <http://www2.jawapos.com/baca/artikel/11963/melihat-e-kios-mesin-layanan-publik-berbasis-teknologi-informasi>
- Wikipedia. (2016, April 3). *Birokrasi*. Retrieved Juli 20, 2016, from Wikipedia bahasa Indonesia: <https://id.wikipedia.org/wiki/Birokrasi>
- _____. (2015, Nopember 22). *Situs web*. Retrieved Maret 1, 2016, from Wikipedia bahasa Indonesia: https://id.wikipedia.org/wiki/Situs_web