

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

1.1 Sejarah Singkat PT Ajita Indonesia

PT Ajita Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang digital creative agency di jakarta. Didirikan tahun 2006 sebagai perusahaan yang bergerak dibidang desain dan teknologi pada awalnya, namun 9 tahun kemudian PT Ajita Indonesia bertransformasi menjadi perusahaan yang menyesuaikan diri berdasarkan tuntutan klien dan perubahan evolusi industri kreatif.

Evolusi industry kreatif dan tantangan dari klien bisnis yang semakin kompleks serta kebiasaan dan gaya hidup konsumen dalam bisnis digital yang berubah saat ini membuat PT Ajita Indonesia membangun bisnisnya dengan sebuah kepercayaan bahwa institusi dan pengalaman yang menarik bersama konsumen akan membuat bisnis dari klien akan lebih maju ke depan, dan nilai-nilai tersebut tetap dianut oleh PT Ajita Indonesia hingga saat ini.

PT Ajita Indonesia memiliki beberapa bidang kerja atau produk yang mereka tawarkan kepada klien yang sudah tentu produk tersebut ialah produk digital. Produk-produk tersebut ialah *product strategy, user research, design, technology, analytics & optimization, content production*.

1.2 Visi Dan Misi PT Ajita Indonesia

1.2.1 Visi perusahaan

“kami menciptakan produk & layanan digital yang mendefinisikan merek-merek yang terbaik”.

1.2.2 Misi perusahaan

1. Mencakup Produk Digital

Pengiriman produk digital melibatkan konsep, desain, dan rekayasa produk akhir ke pengguna akhir. Mulai dari validasi gagasan hingga pembangunan dan pengujian, kami telah memimpin proyek-proyek besar melalui peluncuran pasar dan seterusnya.

2. Lebih Banyak Prototypes, Presentasi Kurang.

Kami mencari model kerja yang lebih progresif yang berfokus pada pemecahan masalah. Di sini anda dapat mendapatkan solusi yang menginspirasi daripada presentasi yang memakan waktu dan konsultasi yang tidak memotivasi.

3. Transformasi Menjadi Lebih Baik.

Kami memperbaiki hal-hal mendasar untuk menghasilkan dampak yang membuat bisnis semakin besar. Kami siap untuk memuluskan transformasi anda menjadi organisasi yang digerakkan oleh digital.

4. Keterlibatan Aktif Mitra Senior.

Kami adalah tim kecil, tetapi kebanyakan orang senior. Semua mitra kami yang terintegrasi mengintegrasikan dan berkolaborasi dengan tim klien yang ditunjuk untuk menciptakan 'satu tim' untuk keterlibatan untuk membangun pengalaman pelanggan yang hebat.

4.3 Logo Perusahaan

Gambar 4. 1
Logo Perusahaan



4.4 Lokasi Perusahaan

PT Ajita Indonesia beralamat di Ruko Permata Regency b-16. Jalan Haji Kelik Srengseng – Kelapa Dua. Jakarta Barat

4.5 Daftar Klien PT Ajita Indonesia

Gambar 4. 2
Client PT Ajita Indonesia



4.6 Ruang Lingkup Pekerjaan

Pada tahun 2017, PT Ajita Indonesia baru saja ditunjuk sebagai agen digital untuk super adventure, merek lain dari djarum. Ajita akan mengelola semua aktivitas media sosial, kampanye, konten situs web dan dukungan acara di seluruh indonesia.

Dalam pelaksanaan kerja praktik serta penelitian penulis berada dalam sebuah team di pt ajita indonesia yang menanganani kegiatan digital dari sebuah brand, brand tersebut yaitu super adventure. Penulis berada dalam posisi social media strategiest, yang memiliki jobdesk untuk membuat *editorial plan* (ep) media social dari super adventure serta membantu dalam pembuatan konten situs web super adventure.

PT Ajita Indonesia memberi perhatian lebih terhadap website super adventure sebagai salah satu media digital yang digunakan perusahaan client untuk mempromosikan mereknya. Client PT Ajita Indonesia tersebut mempercayakan kegiatan digital website brand mereka yaitu superadventure.co.id melalui website dan social media. Untuk social media super

adventure hanya berisi konten-konten pendukung serta sebagai wadah untuk mempromosikan kegiatan digital yang terdapat dalam website. Oleh sebab itu website merupakan alat atau wadah utama dalam kegiatan digital yang dipercayakan client kepada pt ajita indonesia.

Kualitas website sangat diperhatikan oleh PT Ajita Indonesia disamping dengan konten-konten yang ada di dalam website tersebut. Jika kualitas website sudah baik dimata penggunanya maka PT Ajita Indonesia telah berhasil mewujudkan sebuah website yang baik dan mudah dioperasikan oleh pengguna akhir mereka yaitu member dan pengunjung website (non member) superadventure.co.id.

Jika PT Ajita Indonesia telah dapat membuat website dengan kualitas yang baik dimata penggunanya maka client pun akan merasa puas akan kinerja yang telah diberikan oleh PT Ajita Indonesia terhadap mereka. Hubungan yang baik tersebut akan menghasilkan keuntungan atau profit bagi PT Ajita Indonesia dan memberikan kesan yang baik terhadap client sehingga akan menambah koneksi dan relasi bisnis lainnya. Dengan berhasilnya PT Ajita Indonesia mewujudkan sebuah website yang memiliki kualitas yang baik maka PT Ajita Indonesia dapat menjadikannya porfotolio untuk menggrab calon client baru yang lebih besar.

4.7 Struktur Organisasi Perusahaan

Gambar 4.3
Organisasi Perusahaan

COMPANY ORGANIZATION STRUCTURE
PT. AJITA INDONESIA



Last Update : February 2018

Sumber : Data Perusahaan

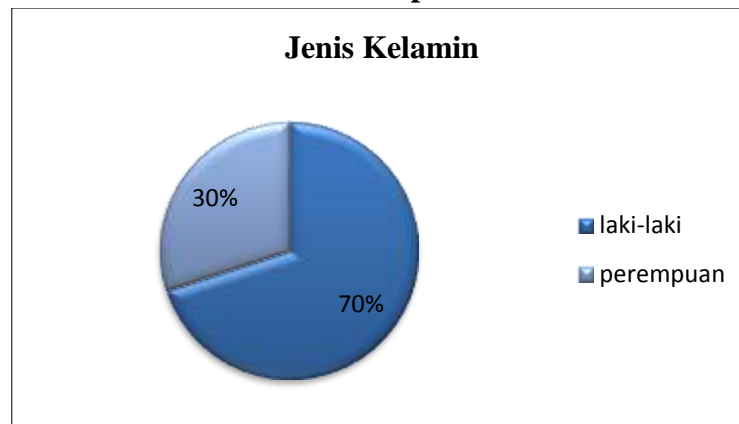
4.8 Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas Website Superadventure.Co.Id

4.8.1 Karakteristik Responden

Dari data yang dikumpulkan dari 50 responden yang merupakan sample penelitian ini diperoleh informasi mengenai informasi demografik responden yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan dan domisili. Selain informasi demografik responden terdapat juga informasi penggunaan website yang terdiri dari media yang menjadi awal mengetahui website, frekuensi kunjungan website, durasi kunjungan website, dan jenis informasi yang dicari dalam website. Responden yang disebut dalam penelitian ini ialah member website super adventure dan *followers* instagram super adventure. Karakteristik responden digunakan sebagai acuan dan bahan yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mengetahui seperti apa pola dan karakter dari pengguna websitenya agar dapat mengembangkan konten yang sesuai bagi penggunaannya sehingga perusahaan dapat memenuhi apa yang menjadi keinginan serta kebutuhan dari konsumennya.

1. Jenis Kelamin

Diagram 4. 1
Jenis Kelamin Responden



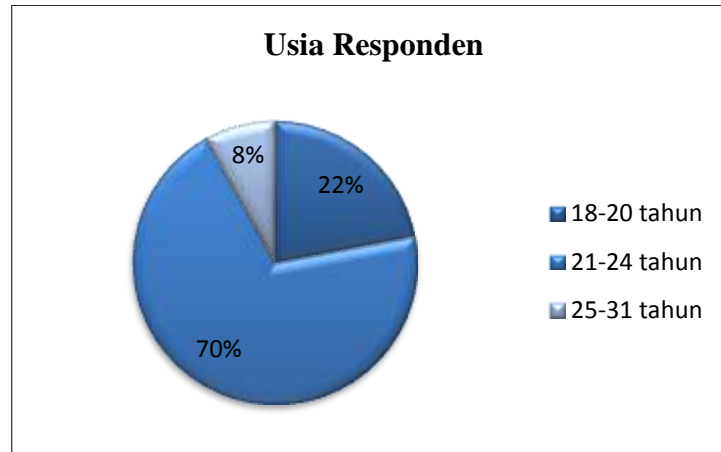
Sumber : data diolah 2018

Dari diagram 4.1 dapat diketahui jumlah responden sebanyak 50 responden dengan presentase 100% yang terdiri dari 35 responden berjenis kelamin laki-laki dengan presentase sebanyak 70% dan 15 responden berjenis kelamin perempuan dengan presentase 30%. Dapat

disimpulkan dalam penelitian ini responden dengan jenis kelamin laki-laki merupakan pengguna website yang terbanyak atau lebih dominan.

2. Usia Responden

Diagram 4. 2
Usia Responden

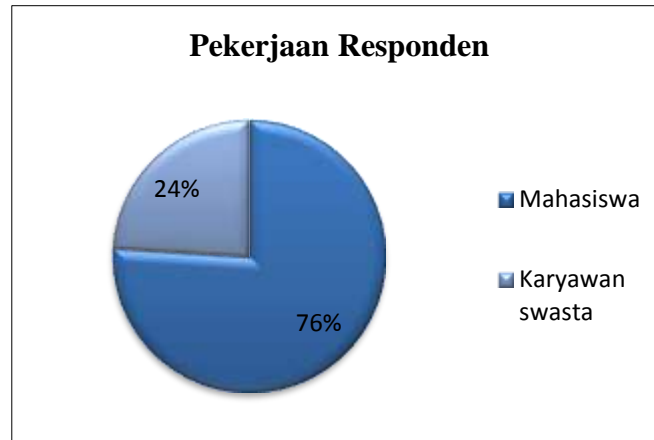


Sumber : data diolah 2018

Dari diagram 4.2 diketahui jumlah responden ada sebanyak 50 responden dengan rentang usia 18-20 tahun ada sebanyak 11 responden dengan presentase sebanyak 22%. Usia 21-24 tahun sebanyak 35 responden atau dengan presentase sebesar 70%. Dan rentang usia 25-31 tahun hanya sebanyak 4 orang responden dengan besar presentase hanya 8% dari seluruh jumlah responden. Disimpulkan untuk usia pengguna website super adventure ini paling banyak berasal dari pengguna yang memiliki usia dengan rentang 21-24 tahun dilihat dari 50 responden yang menjadi objek penelitian.

3. Pekerjaan Responden

Diagram 4. 3
Pekerjaan Responden

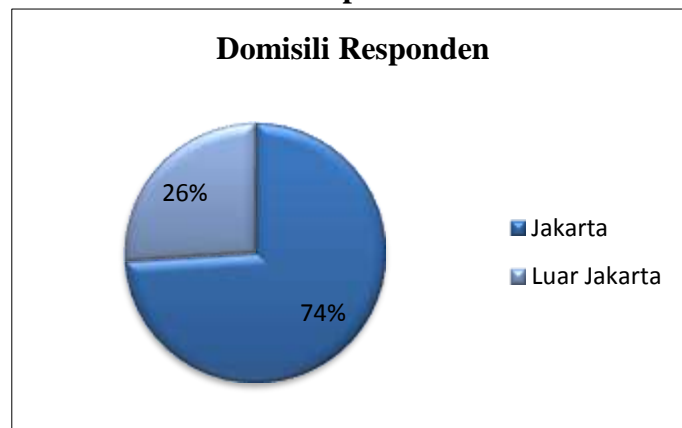


Sumber : data diolah 2018

Dari diagram 4.3 diketahui jenis pekerjaan pengguna website super adventure ialah kalangan mahasiswa dengan jumlah responden sebanyak 38 responden dengan persentase sebesar 76% dan 12 responden merupakan karyawan swasta dengan persentase hanya sebesar 12%.

4. Domisili Responden

Diagram 4. 4
Domisili Responden

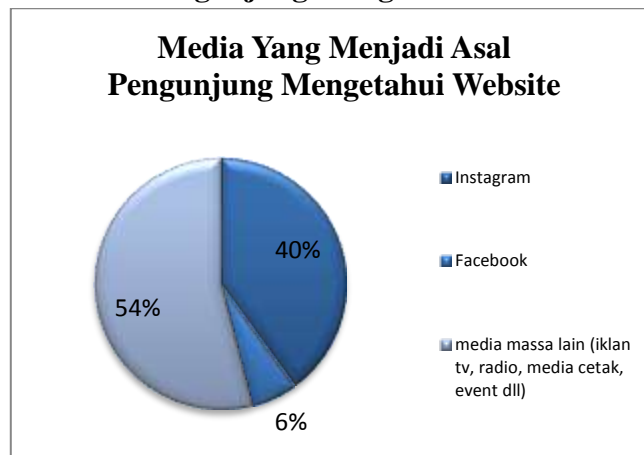


Sumber : data diolah 2018

Dalam tabel 4.4 dapat disimpulkan responden terbanyak atau jumlah pengguna website terbanyak berasal dari jakarta yaitu sebanyak 37 responden dengan persentase sebanyak 74% lebih dominan dari responden atau pengguna website yang berasal dari luar jakarta dengan jumlah responden hanya sebanyak 13 responden dengan persentase 26%.

5. Media yang menjadi asal pengunjung mengetahui website

Diagram 4. 5
Media Asal Pengunjung Mengetahui Website

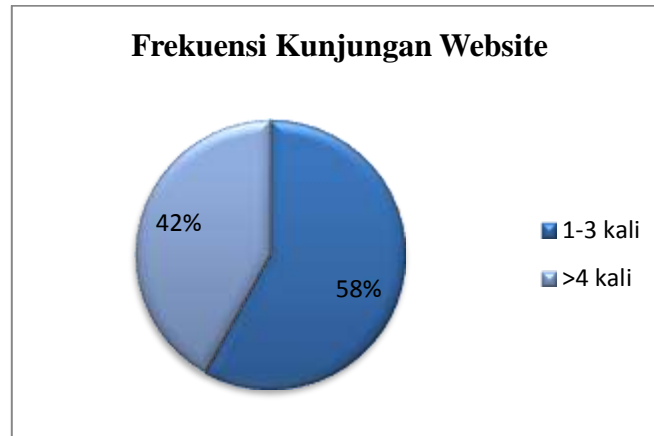


Sumber : data diolah 2018

Dari diagram 4.5 dapat diketahui bahwa sebesar 54% responden atau pengguna mengetahui website super adventure dari media massa lain seperti iklan tv, radio, media cetak, event dll. Pengguna yang mengetahui website melalui media social intagram sebanyak 20 responden atau 40% dan hanya 3 responden yang tahu akan website super adventure melalui facebook dengan besar presentase 6%.

6. Frekuensi kunjungan website

Diagram 4. 6
Frekuensi Kunjungan Website

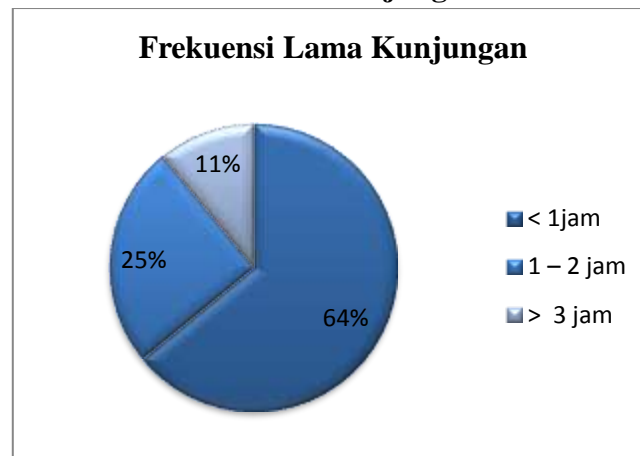


Sumber : data diolah 2018

Dalam diagram 4.6 frekuensi kunjungan responden ke website super adventure dapat disimpulkan bahwa 29 responden atau 58% telah mengunjungi website sebanyak 1-3 kali dan 21 responden atau sebesar 42% sudah mengunjungi website lebih dari 4 kali.

7. Frekuensi lama kunjungan

Diagram 4. 7
Frekuensi Lama Kunjungan



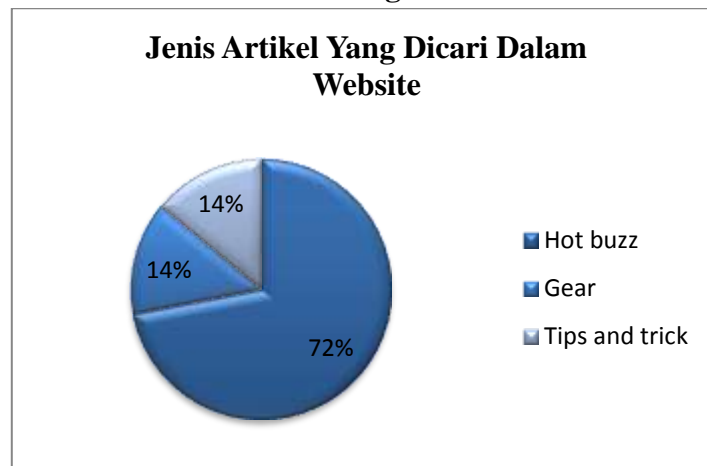
Sumber : data diolah 2018

Dari diagram 4.7 terlihat reponden atau pengunjung website paling banyak menghabiskan waktu untuk berkunjung ke website tidak

lebih dari satu jam yakni sebanyak 44 responden dengan presentase sebesar 88%, waktu terlama pengguna berkunjung yakni lebih dari tiga jam terdapat lima responden atau dengan presentase sebesar 10% dan hanya 1 responden yang mengunjungi website selama 1-2 jam dengan presentase sebesar 2%

8. Jenis artikel yang dicari dalam website

Diagram 4. 8
Jenis Artikel Yang Dicari



Sumber : data diolah 2018

Dalam diagram 4.8 dapat terlihat artikel dengan tema hot buzz yakni artikel yang berisi tentang destinasi wisata, gaya hidup, hobby dan film adalah artikel yang paling banyak dicari dalam website oleh pengguna dengan jumlah responden sebanyak 36 dengan persentase sebesar 72%, untuk jenis artikel bertema gear (alat petualangan) dan artikel tips and trick memiliki jumlah presentase yang sama yakni sebesar 14% dengan jumlah responden sebanyak 7 responden untuk masing-masing tema artikel.

4.8.2 Uji Validitas Dan Reabilitas Kuesioner

1) Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan $n = 50$ dengan taraf signifikan 5% ($\alpha = 0,05$) diperoleh rumus $df (n-2) = 50-2 = 48$ dimana df adalah derajat kebebasan dan n adalah jumlah data atau sample. Sehingga diperoleh r tabel sebesar 0,285. Pernyataan dalam kuesioner dapat dikatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel

($r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$) apabila r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$) maka pernyataan dalam kuesioner dikatakan tidak valid.

Dalam pengujian validasi kuesioner diperoleh hasil seperti yang terdapat pada tabel dibawah ini

Tabel 4. 1
Uji Validitas

Indikator	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,668	0,285	Valid
Pernyataan 2	0,630	0,285	Valid
Pernyataan 3	0,587	0,285	Valid
Pernyataan 4	0,663	0,285	Valid
Pernyataan 5	0,468	0,285	Valid
Pernyataan 6	0,488	0,285	Valid
Pernyataan 7	0,379	0,285	Valid
Pernyataan 8	0,664	0,285	Valid
Pernyataan 9	0,687	0,285	Valid
Pernyataan 10	0,617	0,285	Valid
Pernyataan 11	0,477	0,285	Valid
Pernyataan 12	0,827	0,285	Valid
Pernyataan 13	0,670	0,285	Valid
Pernyataan 14	0,589	0,285	Valid
Pernyataan 15	0,591	0,285	Valid
Pernyataan 16	0,640	0,285	Valid
Pernyataan 17	0,742	0,285	Valid
Pernyataan 18	0,689	0,285	Valid

Pernyataan 19	0,695	0,285	Valid
Pernyataan 20	0,708	0,285	Valid
Pernyataan 21	0,654	0,285	Valid
Pernyataan 22	0,643	0,285	Valid

Dalam tabel 4.1 diatas menunjukkan pengujian validitas kuesioner, dari 22 pernyataan yang diajukan seluruh pernyataan dikatakan valid atau sesuai dengan variabel yang akan diteliti dengan nilai r hitung > dari r tabel yaitu sebesar 0,285.

2) Uji Reabilitas

Dalam uji reabilitas kuesioner penelitian ini menggunakan *alpha cronbach* yang menyatakan bahwa suatu dimensi penelitian dikatakan reliable jika nilai *alpha cronbach* > 0,6 dan sebaliknya jika nilai *alpha cronbach* < 0,6 dinyatakan tidak reliable.

Untuk hasil uji reabilitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4. 2
Uji Reabilitas

<i>Cronbach alpha</i>	N of item
.922	22

Sumber : data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa hasil uji reabilitas untuk seluruh dimensi kualitas website memperoleh nilai cronbach alpha sebesar 0,922 lebih besar dari ketentuan yaitu alpha cronbach alpha 0,6. Oleh karena itu dapat disimpulkan dimensi kualitas website yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliable atau dapat dipercaya.

4.8.3 Analisis Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Website Superadventure.Co.Id

Dari hasil kuesioner yang telah disebarakan ke 50 responden pengguna website superadventure.co.id tentang persepsi konsumen mengenai kualitas website. Dengan menggunakan indicator kualitas website yang terdiri dari *usability*, *information quality* dan *interaction quality*. Untuk mengetahui jawaban yang diberikan responden disajikan dalam bentuk data beruoa tabel yang berumus

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Dengan keterangan jawaban yang disajikan sebagai berikut :

- 1 : sangat tidak setuju
- 2 : tidak setuju
- 3 : netral
- 4 : setuju
- 5 : sangat setuju

A. Analisis Data Pernyataan Setiap Variable

Tabel 4. 3
Variabel Usability

No	Pernyataan	Jawaban					Total responden	Presentase jawaban tertinggi
		Sts	Ts	N	S	Ss		
1	Saya merasa mudah mempelajari pengoprasian website	0	2	12	33	3	50	66%
2	Interaksi antara website dan pengguna mudah dipahami	0	0	24	23	3	50	48%
3	Kategori informasi dalam website tersusun rapih	0	2	12	25	11	50	50%
4	Navigasi website mudah untuk digunakan	0	1	16	28	5	50	56%

5	Website memiliki tampilan yang menarik	1	0	20	21	8	50	42%
6	Desain website sesuai dengan jiwa petualangan	1	3	14	17	15	50	34%
7	Website menciptakan pengalaman yang positif bagi pengguna	0	1	17	23	29	50	46%

Sumber : data diolah 2018

Dalam tabel 4.3 diatas yang memuat tanggapan mengenai variable *usability* website yang terdiri dari 7 pernyataan dapat diketahui bahwa jawaban terbanyak responden mengatakan setuju bahwa pengguna merasa mudah mempelajari pengoprasian website dengan jumlah responden yang memilih sebanyak 33 responden atau dengan besar presentase sebanyak 66%. Untuk pernyataan interaksi antara website dan pengguna mudah dipahami jawaban terbanyak yang diberikan oleh responden adalah netral yaitu sebanyak 24 responden dengan presentase 48%. 25 responden atau 50% dari jumlah responden mengatakan setuju bahwa kategori informasi dalam website tersusun rapih. 28%. Untuk pernyataan navigasi website mudah untuk digunakan sebanyak 28 responden dengan presentase 56% dari jumlah responden menyatakan setuju. 21 responden dengan presentase sebanyak 42% dari jumlah keseluruhan responden mengatakan setuju bahwa website memiliki tampilan yang menarik. 17 responden atau 34% responden mengatakan setuju bahwa desain website sesuai dengan jiwa petualangan 15 responden mengatakan sangat setuju dan 14 responden memilih netral dengan pernyataan desain website sesuai dengan jiwa petualangan. 29 responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan website menciptakan pengalaman yang positif bagi pengguna atau dengan presentase sebesar 46%.

Tabel 4. 4
Variabel Information Quality

No	Pernyataan	Jawaban					Total responden	Presentase jawaban tertinggi
		Sts	Ts	N	S	Ss		
1	Informasi yang terdapat di website akurat	0	1	23	20	6	50	46%

2	Informasi yang terdapat di website dapat dipercaya	0	1	22	20	7	50	44%
3	Artikel yang terdapat di website relevan dengan keadaan saat ini	0	0	24	23	3	50	48%
4	Informasi yang terdapat di website mudah dimengerti oleh pengguna	0	1	13	28	8	50	56%
5	Informasi yang terdapat dalam website dalam format yang sesuai	0	1	20	26	3	50	52%
6	Informasi yang terdapat di website aktual	0	1	21	24	4	50	48%
7	Informasi yang terdapat dalam website menonjolkan ciri khas superadventure.co.id	0	1	11	27	11	50	54%

Sumber : data diolah 2018

Dalam tabel 4.4 yang memuat tanggapan responden mengenai *variable information quality website* jawaban terbanyak yang menyatakan bahwa informasi yang terdapat di website akurat adalah 23 responden menyatakan netral dengan pernyataan tersebut atau dengan presentase sebesar 46% atau hampir setengah dari jumlah responden masih menyatakan ragu atau netral akan pernyataan tersebut. 22 responden dengan persentase sebesar 44% juga menyatakan netral atau ragu bahwa informasi yang terdapat di website dapat dipercaya hanya 20 orang yang menyatakan setuju dan 7 orang sangat setuju dengan pernyataan tersebut. Untuk pernyataan artikel yang terdapat di website relevan dengan keadaan saat ini sebanyak 24 responden atau sebesar 48% juga menyatakan netral atau ragu dan 23 responden menyatakan setuju jika artikel telah relevan dengan keadaan saat ini. Untuk pernyataan informasi yang terdapat di website mudah dimengerti oleh pengguna sebanyak 28 orang responden setuju dengan pernyataan tersebut dengan besar presentase 56%. Pernyataan informasi yang terdapat dalam website dalam format yang sesuai disetujui oleh 26 responden dengan presentase 52%. 24 orang responden dengan besar persentase sebesar 48% menyatakan setuju informasi yang terdapat di website aktual. 27 orang menyatakan

setuju pula dengan pernyataan informasi yang terdapat dalam website menonjolkan ciri khas *superadventure.co.id* atau dengan presentase sebesar 54%.

Tabel 4. 5

Variabel Interaction Quality

No	Pernyataan	Jawaban					Total responden	Presentase jawaban tertinggi
		Sts	Ts	N	S	Ss		
1	Saya merasa aman saat mengakses website	1	13	17	20	9	50	40%
2	Saya merasa aman terhadap informasi pribadi saya dalam website	0	5	22	17	6	50	44%
3	Website memberikan kemudahan untuk memberikan komentar pada artikel	0	0	14	31	5	50	62%
4	Saya merasa aman saat bertransaksi dalam website	0	3	27	16	4	50	54%
5	Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan perusahaan	0	3	21	21	5	50	42%
6	Admin website memberikan tanggapan yang cepat	1	10	21	15	3	50	42%
7	Website memberikan kemudahan untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya	0	1	21	24	4	50	48%
8	Website memberikan kemudahan bagi saya untuk membagikan pengalaman saya kepada pengguna lain	0	1	11	27	11	50	54%

Sumber : data diolah 2018

Dari tabel 4.5 diatas yang berisi tanggapan responden mengenai variable interaction quality dapat disimpulkan dari setiap jawaban terbanyak yang diberikan responden pada setiap pernyataan dapat dijabarkan sebagai berikut, hanya 20 responden menyatakan setuju jika mereka merasa aman saat mengakses website dengan presentase sebesar 40%, 17 responden masih merasa netral atau ragu jika mereka merasa aman ketika mengakses website. 13 responden tidak setuju dan yang merasa sangat setuju jika telah aman jika mereka mengakses website hanya sebanyak 9 responden saja. Untuk pernyataan saya merasa aman terhadap informasi pribadi saya dalam website 22 responden mengatakan netral dengan presentase sebesar 44%. 31 responden menyatakan setuju jika mereka merasa mudah untuk memberikan komentar pada setiap artikel yang terdapat di website atau dengan besar presentase 62% dari total jumlah responden. 27 responden masih merasa netral atau ragu jika mereka merasa aman jika bertransaksi dalam website dengan presentase 54%, responden yang menyatakan setuju sebanyak 16%. Jumlah responden yang memilih setuju dan netral atau ragu pada pernyataan website memudahkan mereka untuk berkomunikasi dengan perusahaan adalah sama besarnya yaitu sebanyak 21 responden untuk masing-masing jawaban dengan presentase 42%, 3 responden tidak setuju dan 5 lainnya menyatakan sangat setuju. 21 responden menyatakan netral atau ragu jika admi N website memberikan tanggapan yang cepat dengan presentase sebanyak 42%. Hampir separuh dari jumlah responden yaitu sebanyak 24 responden menyatakan setuju jika mereka merasa mudah untuk berinteraksi dengan pengguna website yang lainnya. Dan 27 responden dengan presentase mencapai 54% menyatakan setuju jika website memudahkan mereka untuk memberikan pengalaman pribadinya kepada pengguna lain.

B. Analisis Jawaban Keseluruhan Mengenai Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas Website Superadventure.Co.Id

Dibawah ini merupakan hasil dari perhitungan rata-rata keseluruhan tanggapan responden mengenai kualitas website dengan menggunakan skala interval dengan rumus .

$$\frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{banyaknya kelas}} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Dengan hasil berupa kriteria batasan nilai sebagai berikut

Kategori batasan	Kategori nilai
Sangat tidak baik	$1,00 < - \leq 1,80$
Tidak baik	$1,81 < - \leq 2,60$
Cukup baik	$2,61 < - \leq 3,40$
Baik	$3,41 < - \leq 4,20$
Sangat baik	$4,21 < - \leq 5,00$

Nilai diatas sebagai acuan penilaian mengenai persepsi konsumen mengenai kualitas website superadventure.co.id

Tabel 4. 6

Analisis Persepsi Konsumen Mengenai Kualitas Website

Pernyataan	Score					Total score	Rata-rata	Kualitas
	1	2	3	4	5			
Pengguna merasa mudah mempelajari pengoprasian website	0	4	36	132	15	187	3.74	Baik
Interaksi antara website dan pengguna mudah dipahami	0	0	72	92	15	179	3.58	Baik
Kategori informasi dalam website tersusun rapih	0	4	36	100	55	195	3.90	Baik
Navigasi website mudah untuk digunakan	0	2	48	112	25	187	3.74	Baik
Website memiliki tampilan yang menarik	1	0	60	84	40	185	3.70	Baik
Desain website sesuai dengan jiwa petualangan	1	6	42	68	75	192	3.84	Baik
Website menciptakan pengalaman yang positif bagi pengguna	0	2	51	92	45	190	3.80	Baik
Informasi yang terdapat di website akurat	0	2	69	80	30	181	3.62	Baik

Informasi yang terdapat di website dapat dipercaya	0	2	66	80	35	183	3.66	Baik
Artikel yang terdapat di website relevan dengan keadaan saat ini	0	0	72	92	35	199	3.98	Baik
Informasi yang terdapat di website mudah dimengerti oleh pengguna	0	2	39	112	32	185	3.70	Baik
Informasi yang terdapat dalam website dalam format yang sesuai	0	2	60	104	15	181	3.62	Baik
Informasi yang terdapat di website aktual	0	2	63	96	20	181	3.62	Baik
Informasi yang terdapat dalam website meenonjolkan ciri khas superadventure.co.id	0	2	33	108	55	198	3.96	Baik
Saya merasa aman saat mengakses website	1	6	51	80	45	183	3.66	Baik
Saya merasa aman terhadap informasi pribadi saya dalam website	0	10	66	68	30	174	3.48	Baik
Website memberikan kemudahan untuk memberikan komentar pada artikel	0	0	42	124	25	191	3.82	Baik
Saya merasa aman saat bertransaksi dalam website	0	6	81	64	20	171	3.42	Baik
Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan perusahaan	0	6	63	84	25	178	3.56	Baik
Admin website memberikan tanggapan yang cepat	1	20	63	60	15	159	3.18	Cukup baik
Website memberikan kemudahan untuk berinteraksi dengan pengguna lainnya	0	2	63	96	20	181	3.62	Baik

Website memberikan kemudahan bagi saya untuk membagikan pengalaman saya kepada pengguna lain	0	2	33	108	55	198	3.96	Baik
Total							81.16	
Rata-rata							3.69	

Sumber : data diolah 2018

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui hampir seluruh pernyataan yang termasuk kedalam *variabel usability, information quality, dan interaction quality* memiliki penilaian baik, hanya 1 pernyataan yang masuk ke dalam variabel *interaction quality* yang bernilai cukup baik. Dari perhitungan keseluruhan rata-rata nilai pada 22 pernyataan mengenai kualitas website superadventure.co.id adalah **baik** karena memiliki nilai rata-rata sebesar 3,69 yang berada dalam kelas interval 3,41 – 4,20.

4.8.4 Pembahasan Mengenai Kualitas Website Superadventure.Co.Id

Dalam analisis persepsi konsumen mengenai kualitas website yang menggunakan 3 variabel berdasarkan teori yang dibuat oleh Barnes dan Vidgen (2002) mengenai kualitas website berdasarkan pengguna akhir yaitu *usability, information quality, dan interaction quality* dengan masing-masing pernyataan pada setiap variabelnya dapat dijabarkan sebagai berikut :

Pada variabel *usability* yang memiliki indikator **kemudahan navigasi, kecocokan desain, dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna memiliki nilai rata-rata yang baik**. Website superadventure.co.id sudah memberikan kemudahan navigasi kepada pengguna, desain yang ditampilkan sudah cocok dengan image website yaitu sebagai website *lifestyle* para petualang, dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna sudah sesuai sehingga variabel *usability* atau penggunaan website sudah baik dimata pengguna akhir website.

Pada variabel *information quality* yang memiliki indikator **akurasi informasi, format informasi yang sesuai dan relevansi dari informasi yang disajikan memiliki nilai rata-rata yang baik pula**. Akurasi informasi dalam website telah diakui oleh pengguna, pengguna sudah merasa format informasi yang terdapat dalam website sudah sesuai dan relevansi dari informasi yang disajikan sudah sesuai dengan keadaan saat ini. Sehingga

information quality dalam website superadventure.co.id sudah baik dimata pengguna akhirnya.

Yang terakhir dalam variabel *interaction quality* yang memiliki indikator **interaksi layanan yang dirasakan pengguna ketika terlibat secara mendalam dengan website juga memiliki nilai yang baik.** Pengguna akhir telah merasa interaksi antara website dan mereka sebagai pengguna website sudah baik dilihat dari pengguna dapat memberikan komentar dengan mudah dan dapat mudah untuk berinteraksi dengan perusahaan ataupun mereka merasa mudah untuk membagikan pengalaman petualangan pribadinya ke dalam website untuk dibagikan kepengguna lainnya. Dapat disimpulkan pengguna sudah merasa interaksi antara website dan mereka sebagai pengguna akhir