

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keuasan Pengguna Aplikasi Pemerintah Kota Pagar Alam



Author:

Ruth Roselin Erniwaty Nainggolan^{1*}, Muhammad Hafizh Aqil²

Affiliation:

Institut Pemerintahan Dalam Negeri, Jl. Ir. Soekarno Km. 20, Jatinangor 45363, Indonesia¹

Biro Umum dan Perlengkapan Provinsi Sumatera Selatan, Jl. Kapten A. Rivai No. 219, Palembang 30121, Indonesia²

e-Mail: ruth.roselin1@gmail.com¹, muhammadhafizhaqil@gmail.com²

*Correspondence Author

Received, 28 November 2023

Revised, 11 Desember 2023

Accepted, 15 Desember 2023

Available Online, 21 Desember 2023

Abstrak

Peluang pemerintah melakukan pelayanan publik berbasis elektronik sangat besar karena penetrasi internet Indonesia mencapai 77,02%. Pagar Alam saat ini telah mengembangkan sebuah *website* dengan alamat *website* yaitu *www.Pagar Alamkota.go.id*. Dalam meningkatkan kualitas *website*, dibutuhkannya evaluasi bagaimana kepuasan pengguna terhadap *website* yang dibangun oleh pemerintah. *Usability testing* menjelaskan ada beberapa faktor yang diduga mempengaruhi kepuasan pengguna yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability* dan *error*. Penelitian ini bertujuan mengukur pengaruh *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *error* terhadap *satisfaction* pada *website* Pemerintah Kota Pagar Alam dengan analisis regresi linier dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi-dimensi yang diajukan oleh Nielsen (1993) sebagai faktor yang mempengaruhi *satisfaction* terbukti berpengaruh positif. Namun hal yang khusus ditemukan pada faktor *error* menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap *satisfaction*. Temuan ini memerlukan penelitian lanjutan yang disarankan menggali lebih dalam dengan pendekatan kualitatif untuk menemukan kondisi sebenarnya di lapangan. Secara bersama-sama seluruh variabel memiliki korelasi yang cukup dengan *satisfaction*.

Kata Kunci: Aplikasi Pemerintah, Kepuasan Pengguna Web, *Usability*.

Abstract

The opportunity for the government to provide electronic-based public services is huge because Indonesia's internet penetration has reached 77,02%. Pagar Alam has now developed a website by with the address website is www.Pagar Alamkota.go.id. In improving quality websites, it is necessary to evaluate how satisfied users are with websites built by the government. Usability testing explains that several factors that are thought to influence user satisfaction, namely learnability, efficiency, memorability and errors. This research aims to measure the influence learnability, efficiency, memorability, error on satisfaction on website Pagar Alam City Government using linear regression analysis and F test. The research results show that the dimensions proposed by Nielsen (1993) as factors influencing satisfaction have proven to have a positive effect. However, the specific thing found in the error factor shows an insignificant influence on satisfaction. This finding requires further research which is recommended to dig deeper with a qualitative approach to find the actual conditions in the field. Taken together, all variables have sufficient correlation with satisfaction.

Keywords: Government Application, Usability, Web User Satisfaction.

1. Pendahuluan

Survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melaporkan bahwa tingkat penetrasi internet di Indonesia pada Januari 2022 mencapai 77,02% dimana penduduk yang terkoneksi internet di Indonesia berjumlah 210.026.769 jiwa dari total populasi 272.682.600 jiwa (<https://apjii.or.id/berita/d/>). Kondisi ini merupakan peluang untuk melakukan pelayanan publik berbasis elektronik. Pemerintah telah menerbitkan Inpres No. 3 Tahun 2003 tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan *E-Government*. Peraturan ini mengamanatkan pemerintah daerah agar membangun suatu Aplikasi resmi sebagai wadah publikasi informasi dan pelayanan kepada publik. Pemerintah Kota Pagar Alam saat ini telah mengembangkan sebuah *website* dengan alamat *website* yaitu www.PagarAlamkota.go.id. yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pagar Alam dengan tujuan sebagai media pelayanan informasi dan berita berkaitan tentang instansi pemerintahan maupun sebagai media interaksi antara pemerintah dengan masyarakat terhadap berbagai permasalahan yang terjadi dalam ruanglingkup daerah Pemerintahan Kota Pagar Alam. Landasan pembangunan *website* tersebut adalah bentuk dari pelaksanaan Peraturan Bupati Kota Pagar Alam Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2001 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2001 Nomor 88, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4115).

Website pemerintah tersebut dibentuk karena faktor kebutuhan masyarakat akan akses informasi dimana saat ini dibutuhkan sumber informasi yang terpercaya dan sah sehingga informasi yang akan diterima oleh masyarakat terjamin validitasnya. Pemerintah Kota Pagar Alam melalui *website* ini menargetkan untuk dapat melakukan penyebarluasan informasi yang dikeluarkan oleh pemerintah pusat maupun pemerintah daerah provinsi kepada masyarakat dalam rangka melaksanakan fungsi pelayanan informasi publik. *Website* ini juga diharapkan dapat melaksanakan fungsi pengelolaan aspirasi publik yaitu dengan senantiasa membangun interaksi kepada masyarakat dan menjadi media untuk masyarakat dalam menyampaikan kritikan dan saran terhadap pemerintah. Dalam meningkatkan kualitas *website*, dibutuhkannya evaluasi bagaimana kepuasan pengguna terhadap *website yang dibangun oleh pemerintah*.

Beberapa penelitian yang menekankan bagaimana kepuasan pengguna menjadi salah satu faktor pertimbangan untuk memperbaiki kualitas sudah banyak dilaporkan (Bournaris et al., 2013; Dianat et al., 2019; Rahnama & Monzon, 2023; Erdvin et al., 2022). Penelitian Akilli, (2005) melaporkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna website antara lain kemudahan menggunakan, design dan tingkat error. Laporan lain dari penelitian Aliyu et al., (2012) menunjukkan bahwa design dan konten merupakan hal utama menentukan kepuasan pengguna. Hal berbeda dilaporkan Alexander et al., (2021), menekankan bagaimana budaya (*culture*) pengguna juga mempengaruhi kebergunaan website dan kepuasan pengguna.

Salah satu konsep yang cukup banyak digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna diajukan oleh Nielsen (1993). Evaluasi website untuk mengukur kepuasan pengguna oleh Nielsen dengan pendekatan kebergunaan (*Usability testing*). Melakukan penilaian suatu sistem *website* sehingga dapat menjadi tolak ukur dalam mencapai kepuasan pengguna serta menjamin bahwa *website* yang dibangun sudah *user-friendly*. *Usability testing* menjelaskan ada beberapa faktor yang diduga mempengaruhi kepuasaan pengguna yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability* dan *error*. Analisis faktor-faktor menggunakan *usability testing* ini merupakan suatu metode pengujian yang melibatkan pengguna sebagai peserta pengujian untuk melakukan evaluasi seberapa jauh suatu sistem memenuhi kriteria terkait tampilan antarmuka serta kepuasan pengguna (Rubin & Chisnell, 2008).

Menurut Jacob Nielsen (1993) terdapat lima dimensi untuk memenuhi kriteria dalam menilai kebergunaan ini yaitu *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *error* dan *Satisfaction*. Empat dimensi pertama diduga mempengaruhi dimensi *satisfaction* atau kepuasan pengguna. Dimensi *learnability* merupakan yang paling mendasar dalam metode *Usability testing* karena sebuah sistem haruslah mudah dipahami agar pengguna dalam mengoperasikannya dapat belajar dengan mudah menggunakannya. Serta *efficiency* juga harus diperhatikan agar pengguna dapat mengakses informasi secara efisien. Untuk dimensi *memorability*, pengembang perlu memerhatikan dalam perubahan suatu *website* agar pengguna mudah dalam beradaptasi dalam mempelajarinya kembali. Dalam proses pengembangan *website* sering ditemukan

kesalahan atau *error* baik dari kesalahan yang dilakukan pengguna maupun dari pengembang. Untuk mengantisipasi serta memperbaikinya diperlukan evaluasi agar kesalahan dapat diatasi. Dengan berbagai upaya dalam pengembangan *website*, pengguna tentu akan mengevaluasi tentang kinerja *website* tersebut sebagai media informasi yang berdampak pada kepuasan pengguna. Tingkat kepuasan pengguna itulah yang menjadidasar dari dimensi *Satisfaction*. Dari penjelasan singkat tentang kriteria *Usability testing* di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur seberapa mudah antarmuka pengguna dapat dipahami dan digunakan, tingkat efisiensi dan kepuasan serta tingkat kesalahan dalam penggunaan sistem *website*.

Dari studi pendahuluan yang dilakukan penulis, menemukan beberapa permasalahan dan kekurangan pada *website* Pemerintah Kota Pagar Alam, sehingga diperlukannya evaluasi. Kekurangan dalam hal tampilan pengguna atau *user interface* yang ditemukan diantaranya adalah penempatan kotak pencarian yang terlalu menjorok keatas, tata letak konten yang belum sesuai seperti banyak konten yang terlihat berimpitan dan menumpuk, dan ada menu yang masih belum memiliki konten. Dengan kekurangan inilah yang melandasi diperlukannya kegiatan evaluasi sebagai bahan untuk meningkatkan pelayanan penyediaan informasi berbasis *website* di Kota Pagar Alam. Dengan penjabaran dari permasalahan diatas, maka peneliti ingin melakukan penelitian terhadap *website* Pemerintah Kota Pagar Alam dengan menggunakan metode *Usability testing* sehingga diharapkan dapat menemukan masalah-masalah secara langsung berdasarkan perspektif pengguna dan menjadi acuan rekomendasi untuk Dinas Komunikasi dan Informatika selaku pihak pengembang *website* dalam pemeliharaan *website* untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, penelitian ini bertujuan mengukur pengaruh *learnability*, *efficiency*, *memorability*, *error terhadap satisfaction* pada *website* Pemerintah Kota Pagar Alam.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Keseluruhan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Populasi dalam penelitian adalah pengunjung *website* Pemerintah Kota Pagar Alam bulan Desember 2022 yang didapatkan melalui *website* penyedia statistik pengunjung yaitu sebanyak 130 pengunjung. Teknik *sampling* yang digunakan adalah teknik *random sampling*. Perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin dalam Sugiyono (2018):

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Keterangan:

N = total populasi

n = banyaknya sampel

e = presisi yang digunakan 10% atau 0.10

Hasil perhitungan memperoleh sampel sebanyak 60 responden. Instrumen kuesioner memuat pernyataan sebagai berikut:

Tabel 1. Pernyataan Kuesioner

Kuesioner Usability testing	
KODE	PERNYATAAN
<i>Learnability</i>	
Q1	Saya merasa <i>website</i> mudah digunakan
Q2	Saya merasa <i>website</i> mudah dipahami
Q3	Saya merasa yang disajikan <i>website</i> jelas
Q4	Saya merasa alur menu yang disajikan mudah dipahami
<i>Efficiency</i>	
Q5	Saya merasa informasi yang ditampilkan <i>website</i> berjalan dengan cepat
Q6	Saya merasa mengakses menu ditampilkan dengan cepat
<i>Memorability</i>	
Q7	Saya merasa alamat <i>website</i> mudah diingat
Q8	Saya merasa menu yang ditampilkan mudah ditemukan
<i>Error</i>	
Q9	Saya merasa disaat mengakses <i>website</i> tidak menemukan alamat <i>website</i> yang <i>error</i>
Q10	Saya merasa menu pada <i>website</i> tidak ada yang <i>error</i>
<i>Satisfaction</i>	
Q11	Saya merasa tampilan <i>website</i> menarik
Q12	Saya merasa konten yang ditampilkan sesuai dengan Harapan
Q13	Saya merasa ingin mengunjungi <i>website</i> ini kembali
Q14	Saya merasa informasi yang disajikan sudah <i>up-to-date</i>

Untuk skala pengukuran yang digunakan dalam penilaian kuesioner ini, peneliti menggunakan skala Likert (Tabel 2).

Tabel 2. Skala Pengukuran Likert

Skala Likert	Skor
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Likert dalam Sugiyono (2018)

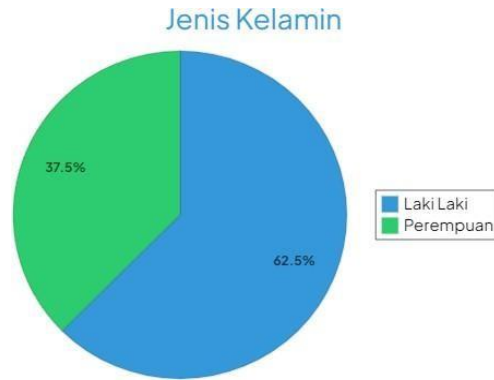
Pengujian Instrumen menggunakan Uji Validitas untuk mengukur sah tidaknya butir kuesioner. Dalam pengujiannya kuesioner dikatakan sah jika butir pertanyaan mampu mewakili apa yang hendak diukur. Dalam hal ini untuk melakukan uji validitas dengan teknik *Product Moment Pearson* caranya yaitu mengkorelasikan skor item dengan skor total item, kemudian diperoleh nilai r hitung sedangkan nilai r tabel diperoleh dari nilai tabel- r pada taraf signifikan 0,05 atau tingkat kepercayaan 95%, yang berarti suatu sistem dikatakan valid apabila berkorelasi signifikan terhadap skor total pada tingkat kepercayaan 95%.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah *satisfaction*. Variabel independen adalah *Learnability*, *Efficiency*, *Memorability* dan *Error*. Analisis pengaruh antara variabel independen terhadap dependen menggunakan analisis regresi linear ini dengan bantuan software SPSS Versi 2.4 dengan melakukan uji F. Hipotesis kerja adalah bahwa *learnability*, *efficiency*, *memorability* dan *error* mempengaruhi *satisfaction* (Nielsen, 1993).

3. Hasil Dan Pembahasan

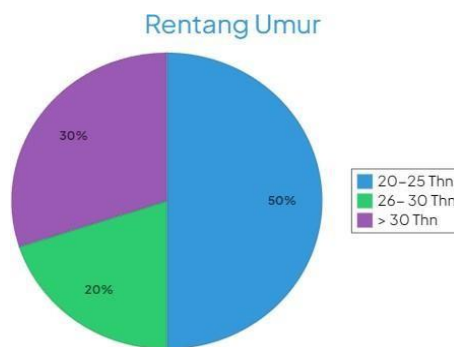
1) Profil Responden

Profil responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan jenis pekerjaan dapat dilihat pada gambar 1 s.d. 3.



Gambar 1. Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan pengelompokan jenis kelamin, terdapat 25 responden (62,5%) yang berjenis laki-laki dan 15 responden (37,5%) yang berjenis perempuan. Dengan demikian menunjukkan bahwa responden yang memiliki keterlibatan paling banyak dalam pengambilan data melalui kuesioner ini adalah laki laki dibandingkan perempuan.



Gambar 2. Rentang Usia Responden

Berdasarkan pengelompokan rentang usia, terdapat 3 (tiga) kelompok yang terdiri dari rentang usia 20-25 tahun, 25-30 tahun dan usia diatas 30 tahun. Dari data responden yang didapatkan, sebanyak 20 responden (50%) terdapat pada rentang usia 20-25 tahun, 8 responden (20%) terdapat pada rentang usia 26-30 tahun dan 12 responden (30%) terdapat pada rentang usia diatas 30 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa keterlibatan usia muda pada pengambilan data penelitian kali ini mendominasi.



Gambar 3. Jenis Pekerjaan Responden

Berdasarkan dari grafik lingkaran diatas, terdapat beberapa jenis pekerjaan yang terlibat dalam proses pengambilan data penelitian ini. Jenis pekerjaan yang mendominasi adalah Pegawai Negeri Sipil (PNS) dengan jumlah responden sebanyak 15 orang (37,5%) diikuti dengan mahasiswa sebanyak 8 orang (20%), TNI/POLRI sebanyak 7 orang (17,5%), Aparatur Sipil Negara (ASN) sebanyak 6 orang (15%), Guru sebanyak 2 orang (5%) dan Wiraswasta sebanyak 2 orang (5%). Dari hasil tersebut didapatkan responden dengan pekerjaan PNS memiliki dominasi terbanyak dikarenakan peneliti melakukan penelitian di lingkungan pemerintahan yang merupakan tempat para PNS bekerja.

2) Hasil Analisis Statistik

Uji Validitas

Uji validitas biasanya dilakukan untuk mengukur seberapa baik instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian tersebut dapat mengukur variabel yang hendak diteliti. Uji validitas dapat diketahui melalui nilai *Correlated Item-Total Correlation (CITC)*. Nilai CITC tersebut akan dibandingkan dengan nilai *r-Tabel* sebab kriteria yang dipakai untuk mencapai tahap valid adalah menggunakan nilai *r-Tabel*. Menurut Ghazali (2011) Jika nilai $CITC > r\text{-Tabel}$, maka status pernyataan dapat dikatakan valid.

Penelitian ini memakai 60 responden dengan derajat signifikan 0,05. Dengan demikian, DF pada uji r adalah $N-2$ yang merupakan sampel dengan nilai *r-Tabel* (58) adalah sebesar 0,254. Dengan demikian, maka pernyataan dapat dikatakan valid apabila nilai $CITC > 0,254$.

Hasil dari uji validitas yang telah diuji melalui aplikasi SPSS adalah sebagai berikut: Hasil dari uji validitas yang telah diuji melalui aplikasi SPSS di adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Kode	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
<i>Learnability</i>	Q1	0,827	0,250	Valid
	Q2	0,804	0,250	Valid
	Q3	0,864	0,250	Valid
	Q4	0,698	0,250	Valid
<i>Efficiency</i>	Q5	0,849	0,250	Valid
	Q6	0,839	0,250	Valid
<i>Memorability</i>	Q7	0,896	0,250	Valid
	Q8	0,463	0,250	Valid
<i>Error</i>	Q9	0,546	0,250	Valid
	Q10	0,511	0,250	Valid
<i>Satisfaction</i>	Q11	0,608	0,250	Valid
	Q12	0,527	0,250	Valid
	Q13	0,570	0,250	Valid
	Q14	0,310	0,250	Valid

3) Analisis Regresi Linear

a) Pengaruh *Learnability* (Kemudahan) terhadap *Satisfaction*

Dimensi *learnability* mengacu pada kemudahan bagi pengguna untuk mempelajari dan menggunakan sebuah *website*. Penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat *learnability website* Pagar Alamkota.go.id dikategorikan mudah (dengan nilai berkisar 4,03 dari skala 5). Hal ini berarti bahwa *website* dalam hal navigasi yang mudah dipahami oleh pengguna maupun konsistensi antarmuka yang membantu pengguna dapat mempelajari penggunaan *website*.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.512 ^a	.262	.249	.48081

a. Predictors: (Constant), Learnability

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.763	1	4.763	20.602	.000 ^b
	Residual	13.408	58	.231		
	Total	18.171	59			

a. Dependent Variable: Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Learnability

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.436	.374		6.519	.000
	Learnability	.415	.092	.512	4.539	.000

Hasil analisis regresi linier menunjukkan terdapat korelasi yang sedang antara *learnability* dengan *satisfaction*, dengan nilai 0,512. *Learnability* hanya memberikan pengaruh sebesar 26,2% terhadap *satisfaction*. Namun terdapat hubungan yang positif antara *learnability*, dimana setiap pertambahan satu satuan *learnability* akan meningkatkan *satisfaction* sebesar 0,415. Berdasarkan uji F menunjukkan model persamaan regresi berdasarkan data penelitian adalah signifikan artinya, model regresi linier variabel *learnability* dapat digunakan untuk memprediksi *satisfaction*.

b) Pengaruh *Efficiency* (Efisiensi) terhadap *Satisfaction*

Efficiency merujuk pada seberapa efisien suatu *website* dalam membantu pengguna menyelesaikan tugas atau mencapai tujuan yang diinginkan.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.425 ^a	.180	.166	.50670

a. Predictors: (Constant), *Efficiency*

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3.279	1	3.279	12.773	.001 ^b
	Residual	14.891	58	.257		
	Total	18.171	59			

a. Dependent Variable: *Satisfaction*

b. Predictors: (Constant), *Efficiency*

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.894	.346		8.363	.000
	<i>Efficiency</i>	.295	.083	.425	3.574	.001

a. Dependent Variable: *Satisfaction*

Korelasi antara *efficiency* dengan *satisfaction* cukup, hanya sebesar 0,425. *Efficiency* hanya memberikan pengaruh sebesar 18% terhadap *satisfaction*. Namun terdapat hubungan yang positif antara *efficiency* dengan *satisfaction*, dimana setiap penambahan satu satuan *efficiency* akan meningkatkan *satisfaction* sebesar 0,295.

Berdasarkan uji F menunjukkan model persamaan regresi berdasarkan data penelitian adalah signifikan artinya, model regresi linier variabel *efficiency* dapat digunakan untuk memprediksi *satisfaction*. Penelitian menunjukkan bahwa tingkat *efficiency website* Pagar Alam kab.go.id sudah dikategorikan baik berdasarkan hasil rata-rata yang berkisar 4,12 (Lampiran 1) dari skala 5.

c) Pengaruh *Memorability* (Mudah Diingat) terhadap *Satisfaction*

Memorability adalah kemampuan seseorang untuk mengingat dan kembali menggunakan suatu produk atau sistem dengan mudah setelah penggunaan pertama. Dari data diatas menunjukkan bahwa tingkat *memorability* (mudah diingat) *website Pagaramkota.go.id* masuk kedalam kategori baik berdasarkan hasil rata-rata jawaban dari pernyataan yaitu berkisar 3,78 (Lampiran 1) dari skala 5.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.294 ^a	.086	.070	.53505

a. Predictors: (Constant), Memorability

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.567	1	1.567	5.472	.023 ^b
	Residual	16.604	58	.286		
	Total	18.171	59			

a. Dependent Variable: Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Memorability

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.354	.330		10.167	.000
	Memorability	.200	.085	.294	2.339	.023

a. Dependent Variable: Satisfaction

Korelasi antara *memorability* dengan *satisfaction* bersifat lemah, hanya sebesar 0,294. *Memorability* hanya memberikan pengaruh sebesar 8,6% terhadap *satisfaction*. Namun terdapat hubungan yang positif antara *memorability* dengan *satisfaction*, dimana setiap pertambahan satu satuan *memorability* akan meningkatkan *satisfaction* sebesar 0,2. Berdasarkan uji F menunjukkan model persamaan regresi berdasarkan data penelitian adalah signifikan artinya, model regresi linier variabel *memorability* dapat digunakan untuk memprediksi *satisfaction*.

d) Pengaruh *Error* (Tingkat Kesalahan) terhadap *Satisfaction*

Error mengacu pada kesalahan atau masalah yang ditemukan pada *website* selama pengujian *usability*. *Error* dapat terjadi karena berbagai faktor, seperti desain yang buruk, kurangnya *feedback*, atau fitur yang tidak berfungsi dengan baik. Berdasarkan hasil data diatas menunjukkan bahwa tingkat *error* atau kesalahan pada *website* Pagaralamkota.go.id berada pada rentang kategori cukup dengan hasil nilai 3,06 (Lampiran 1) dari skala 5. Hal ini terjadi dikarenakan pada sistem *website* sedang terjadi masalah sehingga pengguna sulit untuk mengakses *website* tersebut. Permasalahan yang terjadi adalah munculnya peringatan pada browser sehingga terhambatnya pengguna dalam mengakses informasi pada *website*.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.133 ^a	.018	.001	.55472

a. Predictors: (Constant), Error

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.324	1	.324	1.052	.309 ^b
	Residual	17.847	58	.308		
	Total	18.171	59			

a. Dependent Variable: Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Error

Korelasi antara error dengan *satisfaction* bersifat lemah, hanya sebesar 0,133. Error hanya memberikan pengaruh sebesar 1,8% terhadap *satisfaction*. Namun terdapat hubungan yang positif antara *error* dengan *satisfaction*, dimana setiap pertambahan satu satuan error akan meningkatkan *satisfaction* sebesar 0,1. Berdasarkan uji F menunjukkan model persamaan regresi berdasarkan data penelitian adalah tidak signifikan artinya, model regresi linier variabel *error* tidak dapat digunakan untuk memprediksi *satisfaction*.

e) Pengaruh bersama seluruh variabel terhadap *Satisfaction* (Kepuasan)

Satisfaction dalam konteks *usability testing* mengacu pada tingkat kepuasan pengguna dengan pengalaman penggunaan *website* yang diuji. Berdasarkan hasil data diatas menunjukkan bahwa tingkat *satisfaction* atau kepuasan pengguna pada *website* Pagar Alamkota.go.id berada pada rentang kategori sangat baik dengan hasil nilai 4,11 (Lampiran 1) dari skala 5.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.603 ^a	.363	.317	.45862

a. Predictors: (Constant), Error, Learnability, Memorability, Efficiency

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.603	4	1.651	7.848	.000 ^b
	Residual	11.568	55	.210		
	Total	18.171	59			



a. Dependent Variable: Satisfaction

b. Predictors: (Constant), Error, Learnability, Memorability, Efficiency



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.423	.522		2.726	.009
	Learnability	.287	.098	.354	2.933	.005
	Efficiency	.224	.099	.323	2.258	.028
	Memorability	.045	.092	.067	.491	.625
	Error	.142	.089	.190	1.590	.118

a. Dependent Variable: Satisfaction

Secara bersama-sama seluruh variabel memiliki korelasi yang kuat dengan satisfaction, yaitu sebesar 0,603. Seluruh variabel memberikan pengaruh sebesar 36,3% terhadap satisfaction, dan sekitar 63,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar variabel yang diuji. Namun terdapat hubungan yang positif antara seluruh variabel bebas dengan nilai konstanta 1,423. Berdasarkan uji F menunjukkan model persamaan regresi berdasarkan data penelitian adalah

signifikan artinya, model regresi linier variabel bebas yang diuji dapat digunakan untuk memprediksi *satisfaction*.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa dimensi-dimensi yang diajukan oleh Nielsen (1993) sebagai faktor yang mempengaruhi *satisfaction* terbukti berpengaruh positif. Namun hal yang khusus ditemukan pada faktor error menunjukkan pengaruh yang tidak signifikan terhadap *satisfaction*. Temuan ini memerlukan penelitian lanjutan yang disarankan menggali lebih dalam dengan pendekatan kualitatif untuk menemukan kondisi sebenarnya di lapangan. Secara detail tingkat masing variabel dan pengaruhnya terhadap *satisfaction* adalah sebagai berikut:

- a) Tingkat *learnability* sebesar 4,03, serta pengaruhnya terhadap *satisfaction* sebesar 26,2%.
- b) Tingkat *efficiency* sebesar 4,12, serta pengaruhnya terhadap *satisfaction* sebesar 18%.
- c) Tingkat *memorability* sebesar 3,78, serta pengaruhnya terhadap *satisfaction* sebesar 8,6%.
- d) Tingkat *error* sebesar 3,06, serta pengaruhnya terhadap *satisfaction* sebesar 1,8%.

Tingkat *satisfaction* sebesar 4,11. Secara bersama-sama seluruh variabel memberikan pengaruh sebesar 36,3% terhadap *satisfaction*.

5. Daftar Pustaka

- Akılı, G. K. (2005). User Satisfaction Evaluation of an Educational Website. *The Turkish Online Journal of Educational Technology – TOJET*, 4(1), 1303–6521. <http://www.tojet.net/articles/v4i1/4111.pdf>
- Alexander, R., Thompson, N., McGill, T., & Murray, D. (2021). The Influence of User

Culture on Website Usability. *International Journal of Human Computer Studies*, 154(June), 102688. <https://doi.org/10.1016/j.ijhcs.2021.102688>

Aliyu, M., Mahmud, M., & Md Tap, A. O. (2012). Exploring Islamic Website Features that Influence user Satisfaction: A Conceptual Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 65, 656–661. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.11.180>

Bournaris, T., Manos, B., Moulogianni, C., Kiomourtzi, F., & Tandini, M. (2013). Measuring Users Satisfaction of an e-Government Portal. *Procedia Technology*, 8(Haicta), 371–377. <https://doi.org/10.1016/j.protcy.2013.11.049>

Dianat, I., Adeli, P., Asgari Jafarabadi, M., & Karimi, M. A. (2019). User-centred web design, usability and user satisfaction: The case of online banking websites in Iran. *Applied Ergonomics*, 81(November 2018), 102892. <https://doi.org/10.1016/j.apergo.2019.102892>

Erdvin, Ardiansyah, F. M., Solim, H., & Gunawan, A. A. S. (2022). Level of user satisfaction with the current you tube recommendation system. *Procedia Computer Science*, 216(2022), 442–452. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.12.156>

<https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>, diakses pada tanggal 5 November 2023

Nielsen, J. (1993). *Usability Engineering*. San Fransisco: Morgan Kaufmann Publishers.

Rahnama, S., & Monzon, A. (2023). ScienceDirect ScienceDirect Is bus passengers' satisfaction influenced by company's application and website features in long-distance bus services? *Transportation Research Procedia*, 71, 315–322. <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2023.11.090>

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.



© 2023 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>).

Lampiran 1: Hasil Pernyataan Kuesioner (60 responden)

No	Learnabilty (L)				Rata-rata (L)	Efficiency (E)		Rata-rata (E)	Memorability (M)		Rata-rata (M)	Error (R)		Rata-rata (R)	Satisfaction (S)				Rata-rata (S)
	Q1	Q2	Q3	Q4		Q5	Q6		Q7	Q8		Q9	Q10		Q11	Q12	Q13	Q14	
1	5	4	5	5	4,75	4	4	4,00	2	3	2,50	3	2	2,50	2	4	4	5	3,75
2	5	4	5	5	4,75	4	4	4,00	3	2	2,50	4	4	4,00	4	3	4	5	4,00
3	4	4	5	4	4,25	4	3	3,50	2	3	2,50	2	3	2,50	3	3	5	5	4,00
4	5	5	5	4	4,75	3	3	3,00	3	3	3,00	4	3	3,50	3	4	5	5	4,25
5	4	4	4	5	4,25	4	4	4,00	4	4	4,00	2	4	3,00	4	3	5	5	4,25
6	5	4	4	4	4,25	4	2	3,00	3	4	3,50	4	3	3,50	4	3	4	5	4,00
7	5	5	4	4	4,50	4	4	4,00	2	3	2,50	3	4	3,50	2	4	5	5	4,00
8	4	5	5	5	4,75	3	4	3,50	4	2	3,00	4	4	4,00	3	4	4	5	4,00
9	5	5	5	5	5,00	4	3	3,50	4	4	4,00	2	4	3,00	3	3	3	4	3,25
10	5	4	5	4	4,50	2	4	3,00	4	4	4,00	3	4	3,50	4	4	5	5	4,50
11	4	4	4	4	4,00	4	4	4,00	3	3	3,00	4	3	3,50	3	4	3	4	3,50
12	4	4	3	3	3,50	3	4	3,50	4	4	4,00	4	2	3,00	4	3	4	5	4,00
13	3	3	4	4	3,50	3	2	2,50	2	4	3,00	4	4	4,00	4	4	5	5	4,50

14	4	4	3	4	3,75	2	4	3,00	3	2	2,50	4	3	3,50	4	3	4	5	4,00
15	4	3	3	4	3,50	4	3	3,50	3	4	3,50	2	3	2,50	2	4	4	5	3,75
16	3	4	4	3	3,50	3	3	3,00	4	3	3,50	3	4	3,50	4	4	5	5	4,50
17	4	3	3	2	3,00	3	3	3,00	4	3	3,50	3	4	3,50	4	4	5	5	4,50
18	4	3	3	3	3,25	3	4	3,50	2	2	2,00	4	4	4,00	3	4	5	5	4,25
19	4	4	3	3	3,50	4	4	4,00	3	3	3,00	4	2	3,00	4	3	4	4	3,75
20	3	3	3	3	3,00	2	4	3,00	2	3	2,50	4	2	3,00	4	4	5	5	4,50
21	4	3	4	3	3,50	4	4	4,00	3	2	2,50	4	4	4,00	4	4	4	3	3,75
22	3	3	4	3	3,25	4	4	4,00	3	4	3,50	2	3	2,50	3	4	4	4	3,75
23	2	4	3	4	3,25	4	2	3,00	4	4	4,00	3	3	3,00	3	3	3	4	3,25
24	3	4	4	4	3,75	4	4	4,00	4	4	4,00	2	4	3,00	2	3	3	3	2,75
25	4	3	4	4	3,75	4	3	3,50	3	3	3,00	3	2	2,50	3	4	4	4	3,75
26	4	3	4	2	3,25	3	4	3,50	4	2	3,00	3	4	3,50	4	3	3	3	3,25
27	2	3	3	4	3,00	4	4	4,00	2	3	2,50	3	4	3,50	3	3	3	4	3,25
28	4	3	2	4	3,25	4	3	3,50	3	4	3,50	2	3	2,50	3	3	3	3	3,00
29	2	3	4	3	3,00	3	2	2,50	4	3	3,50	4	3	3,50	3	3	3	3	3,00
30	4	3	3	3	3,25	3	3	3,00	4	4	4,00	4	3	3,50	3	3	3	3	3,00
31	4	4	3	3	3,50	3	4	3,50	3	4	3,50	1	2	1,50	4	4	4	3	3,75
32	3	4	4	4	3,75	5	5	5,00	5	3	4,00	2	2	2,00	5	5	3	3	4,00

33	2	4	3	3	3,00	5	5	5,00	5	3	4,00	2	4	3,00	4	4	3	4	3,75
34	3	3	3	2	2,75	5	5	5,00	5	4	4,50	3	3	3,00	5	5	4	2	4,00
35	4	4	4	3	3,75	5	5	5,00	5	5	5,00	2	3	2,50	5	5	4	4	4,50
36	3	4	4	4	3,75	5	5	5,00	5	5	5,00	1	2	1,50	4	5	4	4	4,25
37	4	3	4	4	3,75	5	5	5,00	5	3	4,00	3	3	3,00	5	5	3	3	4,00
38	4	4	4	4	4,00	5	5	5,00	5	5	5,00	2	3	2,50	5	5	4	4	4,50
39	4	4	4	3	3,75	5	5	5,00	5	4	4,50	2	2	2,00	4	5	4	2	3,75
40	2	4	2	3	2,75	5	5	5,00	5	4	4,50	1	1	1,00	4	5	3	4	4,00
41	4	4	5	5	4,50	5	5	5,00	5	4	4,50	2	3	2,50	4	4	4	5	4,25
42	5	4	5	5	4,75	5	4	4,50	4	3	3,50	2	3	2,50	4	4	4	5	4,25
43	5	5	5	5	5,00	5	5	5,00	4	4	4,00	3	2	2,50	5	4	5	5	4,75
44	4	4	5	5	4,50	5	5	5,00	4	4	4,00	2	2	2,00	5	5	5	5	5,00
45	5	5	5	5	5,00	5	5	5,00	4	4	4,00	2	3	2,50	5	5	5	5	5,00
46	5	4	4	4	4,25	5	5	5,00	4	5	4,50	2	2	2,00	4	4	4	5	4,25
47	4	5	5	5	4,75	5	5	5,00	4	4	4,00	3	3	3,00	5	5	5	5	5,00
48	5	5	5	5	5,00	4	4	4,00	5	5	5,00	4	3	3,50	5	5	4	5	4,75
49	5	4	5	5	4,75	5	5	5,00	5	5	5,00	4	4	4,00	5	5	3	4	4,25
50	4	5	5	5	4,75	5	4	4,50	4	4	4,00	4	4	4,00	4	4	5	5	4,50
51	5	5	5	4	4,75	5	5	5,00	5	5	5,00	3	4	3,50	5	5	3	4	4,25

52	5	5	4	4	4,50	5	4	4,50	4	4	4,00	3	4	3,50	5	5	4	5	4,75
53	5	4	4	4	4,25	5	4	4,50	5	4	4,50	4	4	4,00	5	5	5	4	4,75
54	5	5	5	5	5,00	5	5	5,00	5	5	5,00	2	2	2,00	4	4	4	5	4,25
55	5	4	4	4	4,25	5	5	5,00	5	5	5,00	3	4	3,50	4	5	4	5	4,50
56	4	5	5	5	4,75	5	4	4,50	4	4	4,00	4	4	4,00	4	5	5	5	4,75
57	5	5	4	4	4,50	5	5	5,00	5	3	4,00	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
58	4	5	5	5	4,75	5	5	5,00	4	3	3,50	4	4	4,00	5	5	5	5	5,00
59	5	4	5	4	4,50	4	4	4,00	5	4	4,50	2	3	2,50	4	4	4	4	4,00
60	4	5	5	5	4,75	5	4	4,50	5	5	5,00	4	4	4,00	4	5	5	5	4,75
					4,03			4,12			3,78			3,06					4,11