KUALITAS LAYANAN *WEBSITE* DALAM MEMBANGUN KEPUASAN PENGGUNA DAN NIAT MENGGUNAKAN *WEBSITE* DI RSUD Dr. MOEWARDI

Deny Utariningsih
dendy.amore@gmail.com
Didik Setyawan
didiksetyawan1977@gmail.com
Waluyo Budi Atmoko
waluyobudiatmoko@gmail.com
Universitas Setia Budi Surakarta

Abstract

Study of service information systems quality in organizations that focus the consumer services remains a critical review of the information systems researches, this is due to the variety of the sudies result on the organization of the study due to the collection of a different object (Carlson and O'Cass, 2010; Udo et al., 2010). The purpose of this study was to examine the establishment of the intention to use information systems that were influenced by user satisfaction and web service quality with a website as a variable web site contents predecessor. Samples were patients at Dr. Moewardi, with purposive sampling techniques and the criteria used were the patients who were already using websites Dr. Moewardi at least 1 time, the number of respondents were 200. Hypothesis testing using AMOS, testing measurement tool is SPSS. Based on the results of the analysis showed that all hypothesis is supported but hypothesis 2 is not supported. The hypothesis is supported web service quality on the intention to use, user satisfaction of the intent to use, and the web site contents to see the web service quality. While the hypothesis is not supported website service quality to the user satisfaction.

Keywords: Intention to use, user Satisfaction, Website Service Quality, Web site Contents.

PENDAHULUAN

Kajian kualitas layanan sistem informasi pada organisasi yang mem-fokuskan layanan konsumen masih menjadi kajian penting dalam penelitian-penelitian sistem informasi (SI). Hal ini disebabkan adanya keragaman hasil penelitian pada masing-masing organisasi kajian yang menggunakan obyek yang berbeda (Carlson & O'cass, 2010; Udo *et al*., 2010). Perbedaan obyek penelitian memberi dampak pada variabel yang digunakan, alat analisis dan tujuan penelitian. Keragaman hasil tersebut memberi peluang pada penelitian ini untuk merekonstruksi model penelitian yang

disesuaikan dengan obyek penelitian yang digunakan.

Temuan terdahulu menunjukkan bahwa evaluasi positif dari kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pengguna, sikap pengguna terhadap *website* dan niat menggunakan (Zeithmal *et al*., 1996; Carlson & O'cass, 2010). Pembentukan kepuasan pengguna yang dipengaruhi oleh kualitas layanan *website* telah dilakukan oleh Anderson & Srinivasan (2003) yang mengungkapkan adanya hubungan positif antara kualitas layanan terhadap kepuasan. Hal yang sama dilakukan oleh Bansal *et al*. (2004) yang menjelaskan bahwa kualitas layanan *website* mempunyai penilaian penting dalam membentuk kepuasan. Kualitas layanan *website* dalam pembentukan kepuasan pengguna juga dipengaruhi oleh isi tampilan *website*. Chen & Mecredie (2005) menjelaskan ada pengaruh yang signifikan dari isi tampilan *website* terhadap kepuasan pengguna pada obyek toko supermarket di Inggris.Temuan tersebut memperkuat kajian yang dilakukan oleh Delon & Mclean (1992) pada obyek organisasidengan hasil positif antara isi tampilan *website* dengan kualitas layanan *website*.

Dari berbagai tinjauan empiris memberi peluang penelitian tentang kualitas layanan website yang difokuskan pada niat untuk menggunakan bagi pengguna *website* di Rumah Sakit. Penelitian ini dirasa penting dalam pengembangan keilmuan dalam pembentukan niat menggunakan *website* di Rumah Sakit. Penelitian ini bertujuan menguji pembentukan niat menggunakan *website* Rumah Sakit yang dipengaruhi kepuasan pengguna, kualitas layanan *website* dan isi tampilan *website*.

KAJIAN LITERATUR

1. Niat Untuk Menggunakan

Konsep niat perilaku dalam penggunaan SI dijelaskan oleh Davis *et al*. (1989) sebagai suatu keinginan individu untuk melakukan suatu perilaku tertentu. Dalam perkembangannya niat menggunakan SI mengalami perubahan dikarenakan perbedaan obyek penelitian. Wu & Wang (2006) menyatakan bahwa niat adalah ukuran kemungkinan individu untuk menggunakan aplikasi pada obyek pegawai administrasi di Taiwan. Sedangkan Petter & McLean (2009) menyatakan bahwa niat menggunakan SI adalah suatu perilaku yang memimpin atau mendorong individu dalam menggunakan SI. Oleh karenanya, niat menggunakan SI adalah perilaku yang mendorong individu untuk menggunakan SI.

2. Isi Tampilan *Website*

Isi tampilan *website* adalah presentasi *lay out* dari informasi dan fungsi yang menangkap kehadiran keseluruhan dan citra publik diasumsikan mempengaruhi persepsi pelanggan pada kualitas layanan *website* (Chen & Macredie, 2005; Huang, 2000). Isi tampilan *website* meliputi dimensi seperti informasi kualitas, ketepatan jumlah informasi, jenis media, mode presentasi, ukuran dan jenis gambar, dan daya tarik keseluruhan situs *web*. Kombinasi gambar dan grafik dapat digunakan untuk menambah teks untuk meningkatkan kualitas layanan *website* (Udo *et al*., 2010). Dengan demikian, isi tampilan *website* adalah presentasi dan *lay out* yang berisi tentang fungsi, informasi dan keseluruhan citra publik yang mempengaruhi kualitas layanan.

Berbagai studi menunjukkan ada hubungan kuat antara isi tampilan *website* terhadap kualitas layanan *website*. Penelitian Udo *et al*. (2010) pada obyek pelanggan belanja *online* menunjukkan bahwa isi tampilan *website* berpengaruh

positif terhadap kualitas layanan *website*. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh studi Koernig (2003) bahwa isi tampilan *website* berpengaruh positif terhadap kualitas layanan *website* pada obyek perusahaan jasa. Berdasar studi tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H_1: Isi tampilan *website* berpengaruh positif terhadap kualitas layanan *website*.

3. **Kualitas Layanan*Website***

Menurut Barnes *et al*. (2006) dalam Udo *et al*. (2010) kualitas layanan *website* adalah aset utama yang menjadi pencarian pelanggan, kesan awal individu menilai situs *web* dan menentukan apakah individu akan terus menggunakan pencarian sekarang dan masa depan dengan situs *web* tersebut. Dengan demikian, kualitas layanan *website* adalah kesan awal pada sebuah situs pencarian, bagaimana individu menilai *website* dan memutuskan akan tetap menggunakan atau tidak *website* tersebut.

Berbagai studi menunjukkan adanya hubungan kuat antara kualitas layanan terhadap kepuasan. Penelitian Lee & Lin (2005) pada obyek pelanggan belanja *online* menyatakan bahwa kualitas layanan *website* berhubungan dengan kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Studi Carlson & O'cass (2010) pada obyek *website* olah raga di Australia menyatakan bahwa kualitas layanan berhubungan positif dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan studi tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H_2: Kualitas layanan *website* berpengaruh positif terhadap kepuasaan.

Berbagai studi menunjukkan adanya hubungan kuat anatara kualitas layanan terhadap niat untuk menggunakan. Studi Cronin *et al.* (2000) pada obyek pelanggan terhadap pengguna *website* menunjukkan bahwa ada hubungan langsung antara kualitas layanan *website* terhadap niat untuk menggunakan. Hasil yang sama ditunjukan oleh studi Udo *et al*.

(2010) pada obyek pelanggan belanja *online* bahwa kualitas layanan *website* mempunyai efek langsung terhadap kepuasan pengguna dan niat untuk menggunakan.Berdasarkan studi tersebut dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

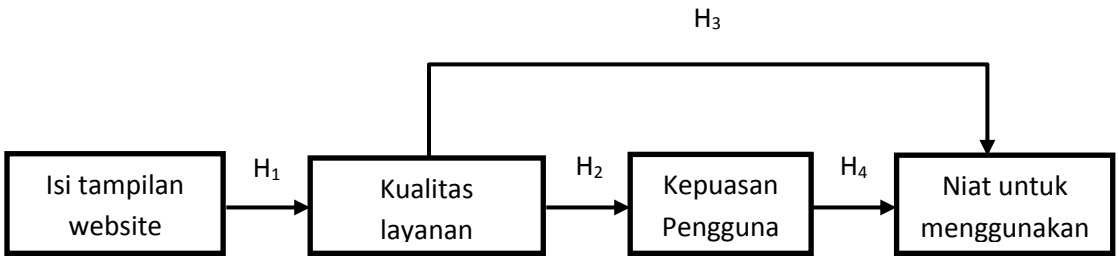
H_3: Kualitas layanan *website* berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan.

4. Kepuasan Pengguna

Delone & McLean (2003) menyatakan bahwa kepuasan pengguna SI adalah sejauh mana aplikasi mampu membantu pengguna dan membuat nilai bagi pengguna internal maupun pengguna eksternal. Kolter (1997) mengartikan kepuasan pengguna sebagai tingkat perasaan individu setelah membandingkan performansi (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Oleh karenanya kepuasan pengguna adalah sejauh mana aplikasi mampu memberikan nilai bagi pengguna sehingga dapat menimbulkan perasaan puas terhadap produk, sesuai dengan harapannya.

Berbagai studi menunjukkan ada hubungan kuat antara kepuasan terhadap niat menggunakan. Penelitian Carlson & O'cass (2010) pada obyek *website* olah raga di Australia dengan sampel para pelanggannya menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berhubungan positif terhadap niat menggunakan. Kemudian studi Cornin & Taylor (1992) pada obyek pabrik industri di Amerika Tenggara mengatakan bahwa kepuasan berpengaruh kuat terhadap niat menggunakan. Berdasarkan studi tersebut dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut.

H_4: Kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan.



Gambar 1. Model Penelitian

METODE PENELITIAN

Obyek Penelitian Rumah Sakit Umum Daerah Dr. Moewardi. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan desain *non probability sampling* dimana penentuan sampel tidak melalui proses matematis. Teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*melalui pengambilan sampel dari pasien yang pernah menggunakan layanan *website* pada RSUD Dr. Moewardi minimal satu kali penggunaan dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden. Analisis data dan pengujian hipotesis dibantu dengan menggunakan *software* SPSS, dan SEM dengan Aplikasi AMOS 21.

HASIL ANALISIS

Pengujian validitas terhadap item pertanyaan kuesioner dinyatakan valid. Dimana semua item pertanyaan mempunyai *factor loading* lebih besar dari 0,4 dan tidak terjadi nilai ganda. Sedangkan pengujian reliabilitas menunjukkan nilai KMO sebesar 0,886 yang berarti bahwa semua variabel mempunyai *Cronbach Alpha* yang cukup besar yaitu di atas 0,60.

Pengujian normalitas dengan menggunakan SEM didapatkan nilai *critical ratio* (c.r) sebesar 70,942. Walaupun nilai normalitas *multivariate* melebihi dari syarat sebesar ± 2,58, namun data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berasal dari jawaban responden yang sangat beragam,

sehingga sulit untuk mendapatkan data yang terdistribusi normal *multivariate* secara sempurna. Hasil pengujian normalitas dituangkan dalam tabel 1.

Selanjutnya uji *goodness of fit* dilakukan untuk menguji kesesuaian model dengan datanya. Hasil pengujian menunjukkan bahwa model mempunyai *goodness of fit* yang sangat baik, artinya model sesuai/cocok dengan datanya. Hasil uji *goodness of fit* dapat disajikan pada tabel 2.

Tabel 1. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Min	Max	Skew	c.r	kurtosis	c.r
KuLaWeb4	3,000	5,000	,027	,155	-,216	-,624
KuLaWeb3	3,000	5,000	,039	,223	-,247	-,714
KuLaWeb2	3,000	5,000	,004	,023	-,150	-,432
KuLaWeb1	3,000	5,000	-,034	-,199	-,250	-,723
KePeng4	3,000	5,000	-,159	-,917	,288	,831
KePeng3	3,000	5,000	-,014	-,078	-,024	-,069
KePeng2	3,000	5,000	,002	,014	-,105	-,302
KePeng1	2,000	5,000	-,096	-,553	,076	,218
NiatMeng5	2,000	5,000	-,198	-1,144	-,422	-1,218
NiatMeng4	2,000	5,000	-,203	-1,174	-,345	-,997
NiatMeng3	2,000	5,000	-,189	-1,090	-,397	-1,146
NiatMeng2	1,000	5,000	-,564	-3,253	-,095	-,273
NiatMeng1	1,000	5,000	-,504	-2,910	-,300	-,867
TaWeb7	3,000	5,000	,145	,838	1,317	3,802
TaWeb6	3,000	5,000	,077	,443	1,436	4,146
TaWeb5	3,000	5,000	,127	,731	1,632	4,711
TaWeb4	3,000	5,000	,039	,225	1,253	3,617
TaWeb3	3,000	5,000	-,065	-,377	1,249	3,604
TaWeb2	3,000	5,000	-,101	-,584	1,063	3,069
TaWeb1	3,000	5,000	-,177	-1,021	1,026	2,961
Multivariate					297,616	70,942

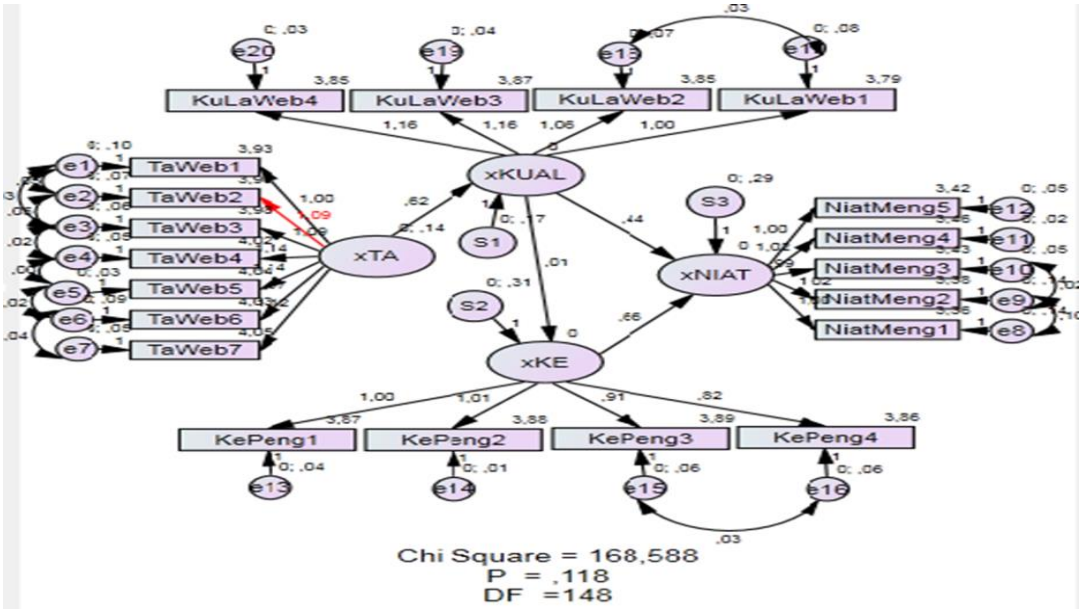
Sumber: Diolah dari data primer (2016)

Tabel 2. Hasil *Goodness of fit*

Indeks	Nilai kritis	Hasil	Keterangan
Chi Square	Diharapkan kecil	168.588	
Normed Chi Square (CMIN/DF)	≤ 2.00	0.020	Sangat Baik
Goodness of fit index (GFI)	≥ 0.90	1.000	Sangat Baik
Adjusted Goodness fit of index (AGFI)	≥ 0.90	0.999	Sangat Baik
Root Mean Square Residual (RMR)	≤0.04	0.000	Marginal
Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	≤ 0.08	0.000	Sangat Baik
Tucker lewis index (TLI)	≥ 0.90	1.030	Sangat Baik
Comparative fit index (CFI)	≥0.90	1.000	Sangat Baik
Normed fit index (NFI)	≥ 0.90	1.000	Sangat Baik

Sumber: Diolah dari data primer(2016)

Uji hipotesis dilakukan dengan menganalisis hubungan sebab - akibat (kausalitas) antar variabel dengan model berdasarkan nilai *critical ratio* (c.r) nya. Jika arah hubungan sesuai dengan hipotesis penelitian serta didukung nilai c.r yang memenuhi persyaratan maka disimpulkan bahwa hipotesis mendapat dukungan kuat, sehinggavariabel yang dihipotesiskan berpengaruh signifikan. Rangkuman analisis pengujian hipotesis terlihat pada gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Hasil Pengujian Hipotesis

Adapun rangkuman keluaran pengujian hipotesis dapat disajikan dalam tabel 3 sebagai berikut:

Keterangan:
Niat : Niat untuk Menggunakan
KE : Kepuasan Pengguna
KUAL: Kualitas Layanan Website
TA : Isi Tampilan Website

Tabel 3. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis	Estimate	C.R	P tabel	Keterangan
NIAT <--- KE	0,659	8,836		Signifikan
KE <--- KUAL	0,013	0,141	,888	Tidak Signifikan
NIAT <--- KUAL	0,442	4,977		Signifikan
KUAL <--- TA	0,619	6,616		Signifikan

Sumber: Diolah dari data primer, 2016

PEMBAHASAN

Hasil pengujian hipotesis 1 menunjukkan bahwa isi tampilan *website* berpengaruh positif terhadap kualitas layanan *website*, sehingga H_1 terdukung. Hal ini mengindikasi bahwa semakin baik isi tampilan *website* maka akan meningkatkan kualitas layanan *website*. Hasil ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Koernig (2003) bahwa isi tampilan *website* berpengaruh positif terhadap kualitas layanan *website* pada obyek konsumen perusahaan jasa. Studi Udo *et al*. (2010) menyatakan bahwa isi tampilan *website* berpengaruh positif terhadap kualitas layanan *website* pada obyek pelanggan belanja *online*. Hal tersebut mengindikasi bahwa isi tampilan *website* yang komprehensif dan lengkap dalam memberikan informasi layanan yang diberikan organisasi dapat mendukung peningkatan kualitas layanan yang dipersepsikan baik oleh penggunanya yang akhirnya akan berpengaruh pada kepuasan dan niat menggunakan *website*.

Pengujian hipotesis 2 menunjukkan ada pengaruh negatif dan tidak signifikan antara variabel kualitas layanan *website* dengan kepuasan pengguna, sehingga H_2 tidak terdukung. Hasil pengujian ini berbeda dengan studi sebelumnya yang menemukan ada pengaruh positif antara kualitas layanan *website* dengan kepuasan pengguna (Lee & Lin, 2005; Carlson & O'cass, 2010; Sinaga, 2010; Budi, 2011; Anggraeni & Yasa, 2012). Studi yang menunjukkan konsistensi bahwa kualitas layanan *website* berhubungan dengan kepuasan pelanggan secara keseluruhan dilakukan Lee & Lin (2005) pada obyek pelanggan belanja *online*. Sedangkan beberapa studi yang mengatakan bahwa kualitas layanan *website*berhubungan positif dengan kepuasan pengguna dilakukan oleh Carlson & O'cass (2010) pada obyek pengguna *website* olah raga di

Australia, Sinaga (2010) pada obyek pengguna internet online, serta Budi (2011) pada obyek mahasiswa Universitas Airlangga. Selanjutnya studi Anggraeni & Yasa (2012) mengatakan bahwa kualitas layanan *website online* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, pada obyek pelanggan pengguna internet *banking*. Perbedaan obyek dimungkinkan menyebabkan perbedaan hasil penelitian yang disebabkan karena perbedaan tujuan penelitian. Kualitas layanan *website* rumah sakit yang dipersepsikan tidak mudah dan lambat dalam pencarian informasi menjadi penyebab tidak puasnya individu dalam menggunakan *website*.

Pengujian hipotesis 3 menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan *website* dengan niat untuk menggunakan, sehingga H_3 terdukung. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan *website*akan meningkatkan niat untuk menggunakan. Hasil ini didukung oleh penelitian Cronin *et al*. (2000) pada obyek konsumen industri jasa, bahwa kualitas layanan *website* mempunyai efek langsung terhadap kepuasan pengguna dan niat untuk menggunakan oleh. Studi lain oleh Udo *et al.* (2010) pada obyek pelanggan belanja *online*, menunjukkan bahwa kualitas layanan *website* berhubungan positif terhadap niat untuk menggunakan. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen rumah sakit perlu memperbaiki kualitas layanan *website* berupa kemudahan dan kecepatan yang merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan penggunanya yang akhirnya berdampak pada tingginya niat untuk menggunakan.

Hasil pengujian hipotesis 4 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengguna memiliki pengaruh signifikan terhadap niat untuk menggunakan, sehingga H_4 terdukung. Hal ini berarti bahwa semakin tinggi kepuasan pengguna

akan meningkatkan niat untuk meng-gunakan *website* Rumah Sakit. Hasil ini mendukung studi Cronin & Taylor (1992) pada obyek pabrik industri di Amerika Tenggara dengan sampel dari pelanggannya bahwa kepuasan pelanggan memiliki hubungan positif terhadap niat untuk mengunakan. Hal ini juga didukung studi Carlson & O'cass (2010) pada obyek *website* olah raga di Australia bahwa kepuasan mempunyai pengaruh kuat terhadap niat untuk menggunakan.Dari studi sebelumnya mengindikasi bahwa kepuasan pengguna terhadap *website* merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi keinginan individu untuk terus menggunakan *website*.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan: (1) menguji pengaruh isi tampilan *website* terhadap kualitas layanan *website,* (2) menguji pengaruh kepuasan pengguna terhadap niat untuk menggunakan, (3) menguji pengaruh kualitas layanan *website* terhadap kepuasan pengguna, (4) menguji pengaruh kualitas layanan *website* terhadap niat untuk menggunakan di RSUD Dr. Moewardi. Hasil ini mengindikasi bahwa semakin baik isi tampilan *website* Rumah Sakit, semakin meningkat kualitas layanan *website* yang pada akhirnya dapat meningkatkan keinginan konsumen untuk menggunakan layanan *website* di Rumah Sakit Dr. Moewardi. Selanjutnya pengujian pada isi tampilan *website* menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan *website*. Hasil juga menunjukkan ada hubungan negatif antara kualitas layanan *website* dengan kepuasan pengguna, serta kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat untuk menggunakan *website* Rumah Sakit.

IMPLIKASI MANAGERIAL

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan *website* tidak berpengaruh signifikan dengan kepuasan pengguna, sehingga perlu dilakukan perbaikan pada kualitas layanan *website* Rumah Sakit, antara lain dengan memberi layanan yang cepat pada konsumen(seperti membuat tampilan *website* lebih mudah dibuka dan mengurangi kalimat yang tidak penting), kemudahan bagi pengguna dalam mencari informasi (seperti menampilkan gambar yang menarik pada setiap menu agar mudah untuk mencari). Selain itu pihak Rumah Sakit perlu menyediakan situs yang mengikuti perkembangan (seperti mengganti tampilan *website* dengan mengikuti perkembangan zaman), dan yang terakhir situs web memberikan informasi yang berkualitas tinggi, misalkan menambahkan informasi kesehatan yang lebih luas sehingga pasien bisa menambah pengetahuan tentang kesehatan. Selanjutnya Penelitian ini memiliki keterbatasan yaitu obyek yang digunakan hanya satu sehingga studi tidak dapat digeneralisasi pada obyek yang berbeda. Oleh karena itu studi selanjutnya perlu diperluas dengan menggunakan obyek dan variabel lain dalam pembentukan niat untuk menggunakan *website*.

Apendiks

Isi tampilan *website*

Tampilan *website* RSUD Dr.Moewardi proporsional dalam jumlah gambar dan grafik yang ideal.
Tampilan *website* RSUD Dr. Moewardi mempunyai grafik yang menarik.
Isi tampilan *website* RSUD Dr. Moewardi mempunyai tujuan yang berguna.
Isi situs web berisi informasi yang bermanfaat.
Tampilan *website* RSUD Dr. Moewardi mudah dalam memunculkan informasi kesehatan.
Tampilan *website* RSUD Dr. Moewardi memberikan informasi yang dibutuhkan pengguna.
Tampilan *website* RSUD Dr. Moewardi memberikan informasi layanan kesehatan.

Kualitas layanan *website*

Web site RSUD Dr. Moewardi memberikan layanan yang cepat.
Tampilan *website* RSUD Dr. Moewardi memudahkan mencari informasi kesehatan.

Tampilan *website* RSUD Dr. Moewardi selalu mengikuti perkembangan.
Tampilan *website* RSUD Dr. Moewardi memberikan informasi kesehatan yang berkualitas.

Kepuasan Pengguna
Saya puas menggunakan *website* RSUD Dr. Moewardi.
Saya menggunakan situsweb RSUD Dr. Moewardi dengan bijaksana.
Saya melakukan hal yang benar terhadap situs web RSUD Dr. Moewardi.
Situs web RSUD Dr. Moewardi sudah memuaskan pelanggan.

Niat Untuk menggunakan
Dimasa depan saya hanya akan menggunakan *website* RSUD Dr. Moewardi
Dimasadepan akanmenggunakan layanan *website* RSUD Dr. Moewardi.
Saya akan mengunjungi layanan *website* RSUD Dr. Moewardi dimasa depan.
Saya akan berbicara hal positif tentang *website* RSUD Dr.Moewardi.
Saya merekomendasikan situs web RSUD Dr. Mewardi kepada orang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Anggraeni, M.S., dan Yasa, N.K. 2012. E-Service Quality terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal keuangan dan perbankan*, 16(2), pp. 293-306.

Anderson, R. and Srinivasan. S. 2003. E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology and Marketing*, 20(2), pp. 123-38.

Bansal, H., McDougall, G., Dikolli, S., Sedatole, K. 2004. Relating E-Satisfaction to Behavioral Outcomes. *Journal of Services Marketing*, 18 (4), pp. 290-302.

Barnes, S. J. dan Vidgen, R.T. 2006. Data Triangulation and Web Quality Metrics: A Case Study in Government. *Information & Management*, 43(6), pp. 767-777.

Brady, M.K. dan Robertson, C.J. 2001. Searching for A Consensus on The Antercedent Role of Service Quality and Satisfaction: An Exploratory Cross National Study. *Journal of Business Research*, 51(1), pp. 53-60.

Budi, R.F. 2011. Pengaruh Kualitas Layanan Web Terhadap Tinkat Kepuasan Pengguna Google Scholar. *Skripsi*. Unpublish. Surabaya, Universitas Airlangga.

Carlson, J. dan O'Cass, A. 2010. Exploring The Relationships Between E-Service Quality, Satisfaction, Attitudes and Behaviours in Content-Driven E-Service Web Sites. *Jurnal of Services Marketing*, 24(2),pp.112-127.

Chen, S.Y., dan Macredie, R.D. 2005. The Assessment of Usability of Electronic Shoping: A Heuristic Evaluation. *International Journal of Information Management*, 25 (6), pp. 516-532.

Cornin, J.J.J. Brady. M.K. Hult, T.M. 2000. Assessing The Effect of Quality, Value, Customer Satisfaction on Customer Behavioral Intentions in Service Environment. *Journal of retailing*, 76 (2), pp. 193-216.

Cornin, J. dan Taylor. S. 1992. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Jurnal of Marketing*, 56, pp. 55-68.

Davis, M.M. dan Heineke. J. 1998. How Disconfirmation, Perception and Actual Waiting Times Impact Customer Satisfaction. *International Journal of Service Industry Management*, 9 (1), pp. 64–73.

Delone, W.H. dan McLean, E.R. 2003. The DeLone and McLean Model of Information Systems Success:A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems / Spring*, 19 (4), pp. 9–30.

DeLone, W.H. dan McLean, E.R. 1992. Information Systems Success: The Quest for Dependent Variable. *Information System Research*, 3, pp.60-95.

Ghozali, I. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* , Badan Penerbit. Universitas Diponegoro, Semarang.

_____. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Huang, M.H. 2000. Information Load:Its Relathionship To Online Exploratory and Shopping Behavior. *International Journal of information management*, 20 (5), pp. 337-347.

Koerning, S.K. 2003. E-Scapes: The Electronic Physical Environment and Service Tangibility. *Phsychology & Marketing*, 20 (2), pp.157-167.

Kotler, P. 1997. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Penerbit PT. Prenhalindo. Jakarta.

Lee, G. and Lin, H. 2005. Customer Perceptions of E-Service Quality in Online Shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 33 (2), pp. 161-76.

Petter, S. dan McLean,E.R. 2009. A Meta-Analytic Assessment of The Delone and Mclean IS Success Model: Anexamination of IS Success At The Individual Level. *Information and Management*, 46, pp. 159 – 166.

Sinaga, P.P. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Skripsi*. Unpublish. Universitas Diponegoro, Semarang.

Sugiyono, 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung. IKAPI.

Wu, J.H., dan Wang, Y.M. 2006. Measuring KMS Success: A Respecification of The Delone and Mclean's Model. *Information & Management*, 43, pp. 728–739.

Zeithmal,V.A. Berry, L.L. dan Parasuraman, A. 1996. The Behavioral Consequences Of Service Quality. *Journal of Marketing*, 60 (2), pp. 31-46.