

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN INFORMASI WEBSITE BAAK TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS GUNADARMA

Sendi Eka Nanda¹, Bramudi Tis Anggito², Lenie Okviana³

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma^{1,2,3}

sendi.staff@gmail.com¹, bramuditisanggito@gmail.com², lenieokviana@gmail.com³

ABSTRAK

Semakin pesatnya kemajuan teknologi informasi dan komunikasi saat ini dimanfaatkan instansi pendidikan untuk memenuhi kepuasan akan kebutuhan khalayak, salah satunya Universitas Gunadarma dengan membuat *website* BAAK. BAAK Gunadarma dibentuk dengan berbagai fasilitas layanan dan informasi guna membantu memudahkan mahasiswa dalam menunjang seluruh kegiatan perkuliahan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kualitas informasi pada *website* BAAK terhadap kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan paradigma postivistik, dengan menggunakan instrumen penelitian yaitu penyebaran kuesioner kepada responden. Pengambilan jumlah sample dilakukan menggunakan teknik *random sampling* dengan unit analisisnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Teori Uses and Gratifications*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh kualitas layanan dan kualitas informasi *website* BAAK terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma sebesar 52,4% dan sisanya sebesar 47,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji hipotesis dalam penelitian ini didapatkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas layanan dan kualitas informasi *website* BAAK terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.

Kata Kunci: BAAK, Kepuasan Pengguna, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Website

PENDAHULUAN

Saat ini komunikasi semakin mudah dengan adanya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Salah satu hasil perkembangannya adalah kehadiran internet, yaitu sekumpulan jaringan yang saling terhubung dengan komputer dengan sistem yang memungkinkan perpindahan data antar komputer meski terbatas antara jarak. Oleh karena itu internet membuat penyebaran informasi yang menghubungkan antara satu individu dengan yang lainnya menjadikan informasi lebih cepat diterima tanpa dibatasi oleh ruang, jarak dan waktu.

Salah satu perkembangan yang lahir berkat adanya internet adalah *website*. Dilihat dari definisinya, *website* adalah keseluruhan jumlah dari halaman-halaman web yang terdapat dalam sebuah domain yang di dalamnya mengandung sebuah informasi (Hidayat, 2010). Dengan hadirnya *website* tentunya memudahkan para penggunanya untuk bisa mengakses informasi dari segala penjuru manapun, baik itu sebagai pemberi informasi maupun sebagai penerima informasi.

Keberadaan *website* kini dimanfaatkan institusi dengan tujuan untuk berbagi informasi dengan publiknya, seperti halnya di bidang pendidikan. Dengan adanya keberadaan *website* di bidang pendidikan, diharapkan dapat meningkatkan penyelenggaraan maupun kegiatan edukasi bagi khalayak. Salah satu contoh institusi

yang memanfaatkan keberadaan *website* di bidang pendidikan adalah Universitas Gunadarma yang membentuk sebuah *website* BAAK.

BAAK adalah Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan yang dikelola oleh Universitas Gunadarma dengan tujuan menjadi salah satu biro yang bertugas sebagai administrasi akademik bagi semua mahasiswa Universitas Gunadarma secara cepat, akurat dan terpercaya. *Website* BAAK menjadi jembatan antara pihak Universitas Gunadarma dan mahasiswa. Universitas Gunadarma menyediakan *website* BAAK Gunadarma sebagai media penyalur informasi resmi tentang perkuliahan, dikarenakan banyaknya informasi mengenai perkuliahan yang salah dan tidak akurat, oleh sebab itu Universitas Gunadarma membentuk sebuah *website* dengan alamat *www.baak.gunadarma.ac.id*.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa pengguna yang muncul setelah membandingkan kinerja yang didapatkan dengan kinerja yang diharapkan. Kepuasan pengguna menjadi suatu tujuan yang penting untuk keberlangsungan suatu *web*, yang dalam hal ini adalah *website* BAAK Gunadarma. Pengguna diibaratkan sebagai raja layaknya pembeli pada suatu transaksi jual beli. Maka dari itu pengguna harus diutamakan, terutama dalam mempermudah para pengguna mencari dan mendapatkan informasi dengan kondisi *website* yang baik.

Dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna yang sesuai harapannya, maka kualitas layanan menjadi salah satu faktor yang harus dipertimbangkan untuk mencapai sebuah kepuasan (Tjiptono & Chandra, 2007). Jika suatu layanan *website* tidak sesuai dengan harapan pengguna maka penilaian pengguna terhadap kualitas layanan pun akan menurun.

Pada dasarnya sebuah *website* selain harus memiliki kualitas layanan, dibutuhkan juga kualitas informasi yang dibutuhkan pengguna. Kualitas informasi adalah ukuran informasi yang didapatkan memiliki nilai dan bermanfaat bagi pengguna (O'Briens, 2005). Kualitas informasi suatu *website* merupakan faktor lain untuk mengukur kepuasan pengguna. Kualitas informasi pada *website* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna akan menumbuhkan kepuasan mahasiswa sebagai pengguna, dalam hal ini kesesuaian antara isi *website* BAAK Gunadarma dengan persepsi pengguna.

Uraian di atas menjadi latar belakang peneliti tertarik untuk melakukan survei secara langsung kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma dengan tujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas informasi dan kualitas layanan *website* BAAK Gunadarma terhadap kepuasan yang diperoleh mahasiswa Ilmu Komunikasi.

TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi Massa

Komunikasi massa berawal dari pengertian bahasa Inggris yaitu *mass communication* atau *mass media communication*, artinya media massa yang digunakan sebagai komunikasi. Massa dapat diartikan orang banyak, mereka tidak harus berada di lokasi tertentu, mereka bisa tersebar dimana saja, dan mendapatkan pesan komunikasi

yang sama dalam waktu yang bersamaan.

Ardianto (2004) di dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* mengatakan, bahwa komunikasi massa merupakan suatu proses organisasi media yang memproduksi dan mempublikasikan pesan kepada komunikan secara luas, selain itu dapat diartikan suatu komunikasi yang disampaikan kepada beberapa komunikan yang berbeda-beda atau heterogen dan anonim baik melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan dapat diterima bersamaan dan sekilas.

Secara umum dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa harus menggunakan media massa sebagai media penyampaian informasi kepada khalayak dalam kegiatan berkomunikasi atau dikatakan sebagai salah satu dari jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah komunikan yang tersebar, heterogen melalui media cetak atau elektronik sehingga suatu pesan yang sama diterima secara bersama-sama dan cepat.

Kualitas Layanan

Kualitas layanan didefinisikan sebagai suatu upaya yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan maupun keinginan pengguna serta penyampaiannya tepat dalam mengimbang yang diinginkan oleh pengguna, karena pengguna berhak memilih suatu kualitas layanan (Tjiptono & Chandra, 2007). Kualitas layanan merupakan salah satu faktor kunci penilaian *website* yang baik dari perspektif fungsinya dan keefektifan pengguna dalam bernavigasi (Poon, 2002). Dalam penelitian ini, kualitas layanan mengacu pada penilaian khalayak terhadap inti dari suatu pelayanan suatu *website* yaitu BAAK Gunadarma.

Menurut Parasuraman dkk., (dalam Tjiptono & Chandra, 2007) terdapat lima dimensi utama berdasarkan urutan tingkat kepentingan antara lain adalah:

1. Keandalan (*reliability*), kemampuan penyedia layanan untuk memberikan layanan sesuai dengan yang dijanjikan seperti memberikan informasi secara tepat dan memberikan layanan yang handal.
2. Ketanggapan (*responsiveness*), kemampuan penyedia layanan dalam membantu pengguna untuk merespon permintaannya secara cepat dan tanggap, tanpa adanya keterlambatan menyampaikan informasi dalam menanggapi pengguna.
3. Jaminan (*assurance*), kemampuan dalam membentuk kepercayaan dan keamanan kerahasiaan yang diperlukan dalam suatu pelayanan. Data yang tersimpan aman dan rahasia.
4. Empati (*Empathy*), bertindak untuk kepentingan pengguna, dan memberikan perhatian personal kepada semua pengguna. Jika ada pertanyaan maka penyedia layanan segera mungkin dapat merespon dengan baik.
5. Nyata (*tangibles*), berhubungan dengan tampilan nyata pada fasilitas layanan.

Kualitas Informasi

Informasi merupakan data yang telah dibuat ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti berguna bagi manusia (Laudon & Jane, 2010), berguna bagi manusia

yang dimaksud adalah ketika informasi yang diberikan mengandung kualitas di dalamnya. Kualitas informasi adalah informasi memiliki nilai bagi penggunanya (O'Briens, 2005). Menurut Jhon Burch dan Gary Grudnitski suatu informasi yang berkualitas ditunjang oleh tiga faktor antara lain:

1. Akurat (*accurate*), tidak boleh ada informasi yang salah dan tidak ambigu dalam memaknai maksud dari informasi itu sendiri. Informasi harus mencerminkan keadaan yang sebenarnya.
2. Tepat Waktu (*time liness*), informasi yang dibuat harus tepat waktu. Informasi yang tidak tepat waktu tidak akan punya nilai yang baik untuk digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan sehingga berakibat fatal dalam keputusannya.
3. Relevan (*relevancy*), informasi yang diberikan harus sesuai dengan kemanfaatan untuk penggunanya. Relevansi informasi setiap orang berbeda dengan yang lainnya.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan adalah perasaan dari pengguna setelah membandingkan antara yang diperoleh dengan harapan yang diinginkan (Husein, 2005). Selain itu kepuasan diartikan sebagai usaha dalam pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu itu menjadi memadai (Tjiptono & Chandra, 2007). Kepuasan adalah hasil penilaian komunikasi bahwa media massa telah memberikan kebutuhan khalayak. Adanya interaksi orang dengan media melalui pemanfaatan media dan kepuasan yang diperoleh (*gratifications*). Kepuasan tersebut diciptakan dari kualitas layanan dan informasi suatu media *website*. Indikator dalam mengukur kepuasan diperoleh berdasarkan penelitian Iswara (2018) yang menggunakan tiga indikator kepuasan sebagai berikut:

1. Kepuasan informasi, meliputi kepuasan yang berkaitan untuk mencari dan memperoleh informasi, informasi yang disajikan dapat bermanfaat dalam memenuhi kebutuhan sehingga merasa menjadi puas terhadap informasi yang didapatkan.
2. Kepuasan layanan interaksi, meliputi kepuasan mengenai fasilitas dan tampilan pada *website* BAAK.
3. Kepuasan penggunaan, meliputi kepuasan penggunaan dalam mengakses *website* BAAK dapat mengisi waktu luang.

Teori Uses and Gratifications

Teori milik Blumner dan Katz menyatakan sebuah model teori yang memandang khalayak sebagai *audiens* memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Teori ini menekankan pada sesuatu yang dilakukan khalayak terhadap media (Rakhmat, 2007). Hal ini sesuai dengan pernyataan Nurudin (2007) yang mengatakan bahwa dalam *Teori Uses and Gratification*, audiens aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya. Teori dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk

mendapatkan kepuasan (*gratifications*) terhadap kebutuhan seseorang (Nursih, 2014).

METODELOGI PENELITIAN

Pendekatan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode ini merupakan penelitian yang sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga desain penelitiannya. Penelitian yang dilakukan ini bersifat eksplanatif, yaitu menyoroti hubungan sebab akibat antar variabel-variabel penelitian dan menguji hipotesa yang telah dirumuskan sebelumnya. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling*. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma 2017-2020 sebanyak 345 responden, namun untuk memudahkan perhitungan maka dibulatkan menjadi 352 responden.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Uji Validitas dan Reliabilitas

Tabel 1: Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X1)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	.413	0.361	Valid
2	.460	0.361	Valid
3	.514	0.361	Valid
4	.678	0.361	Valid
5	.631	0.361	Valid
6	.562	0.361	Valid
7	.708	0.361	Valid
8	.506	0.361	Valid
9	.754	0.361	Valid
10	.470	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa 10 item pernyataan kuesioner pada variabel kualitas layanan (X1) dinyatakan valid, karena nilai r hitung > dari nilai r tabel yaitu 0,361.

Tabel 2: Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi (X2)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	.722	0.361	Valid
2	.625	0.361	Valid
3	.664	0.361	Valid

4	.569	0.361	Valid
5	.649	0.361	Valid
6	.668	0.361	Valid
7	.667	0.361	Valid
8	.648	0.361	Valid
9	.625	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa 9 item pernyataan kuesioner pada variabel kualitas informasi (X2) dinyatakan valid, karena nilai r hitung > dari nilai r tabel yaitu 0,361.

Tabel 3: Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
1	.666	0.361	Valid
2	.649	0.361	Valid
3	.502	0.361	Valid
4	.581	0.361	Valid
5	.842	0.361	Valid
6	.700	0.361	Valid
7	.622	0.361	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa 7 item pernyataan kuesioner pada variabel kepuasan pengguna (Y) dinyatakan valid, karena nilai r hitung > dari nilai r tabel yaitu 0,361.

Tabel 4: Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Kualitas Layanan	.774	Reliabel
Kualitas Informasi	.823	Reliabel
Kepuasan Pengguna	.761	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas diketahui hasil uji reliabilitas pada variabel dengan menggunakan SPSS dinyatakan reliabel, karena nilai Alpha Cronbarch > 0,60 dan reliabel untuk dijadikan instrumen penelitian.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 5: Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		352
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17710137
Most Extreme Differences	Absolute	.046
	Positive	.032
	Negative	-.046
Test Statistic		.046
Asymp. Sig. (2-tailed)		.070 ^{c,d}

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas, dari hasil output pengolahan data SPSS menggunakan metode *One Sample Kolmogrov Smirnov Test*, diketahui nilai *Asymp Sig. (2-tailed)* sebesar 0,070 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 6: Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,512	,964		3,644	,000		
	Kualitas Layanan	,455	,037	,596	12,223	,000	,573	1,745
	Kualitas Informasi	,140	,039	,177	3,623	,000	,573	1,745

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas dari hasil output pengolahan data SPSS uji multikolinieritas, diketahui nilai tolerance variabel kualitas layanan (X1) dan kualitas informasi (X2) adalah $0,573 > 0,10$. Sedangkan nilai VIF pada variabel kualitas layanan (X1) dan kualitas informasi (X2) adalah $1,745 < 10,00$. Maka dapat disimpulkan pada penelitian ini tidak terjadi gejala multikolinieritas pada model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 7: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a	
---------------------------	--

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	2,231		
	Kualitas Layanan	-,025	,024	-,076	-1,072	,284
	Kualitas Informasi	,008	,025	,023	,326	,745

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil Olah Data

Berdasarkan tabel di atas dari hasil output pengolahan data uji heteroskedastisitas, diketahui nilai Sig. pada variabel kualitas layanan (X1) sebesar 0,284. Sedangkan nilai Sig. pada variabel kualitas informasi (X2) sebesar 0,745. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 8: Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
		1	(Constant)	3,512		
	Kualitas Layanan	,455	,037	,596	12,223	,000
	Kualitas Informasi	,140	,039	,177	3,623	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hasil persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$Y = 3,512 + 0,455X_1 + 0,140X_2$$

1. Konstanta (a) sebesar 3,512 artinya bahwa nilai koefisien variabel kepuasan pengguna (Y) adalah sebesar 3,512
2. Koefisien regresi b1 pada kualitas layanan (X1) menyatakan bahwa satu unit variabel X1 meningkatkan 0,455 (45,5%) terhadap kepuasan pengguna, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh pada variabel X1 terhadap Y adalah positif.
3. Koefisien regresi b2 pada kualitas informasi (X2) menyatakan bahwa satu unit variabel X2 meningkatkan 0,140 (14,0%) terhadap kepuasan pengguna, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh pada variabel X2 terhadap Y adalah positif.
4. Nilai sig. adalah $0,000 < 0,05$. Dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh antara kualitas layanan (X1) dan kualitas

informasi (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 9: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,724 ^a	,524	,522	2,183
a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Kualitas Layanan				

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa:

1. Nilai R (koefisien korelasi) sebesar 0,724. Artinya hubungan antara kualitas layanan dan kualitas informasi *website* BAAK dengan kepuasan pengguna pada mahasiswa ilmu komunikasi sebesar 0,724 atau 72,4%. Nilai tersebut menunjukkan tingkat hubungan yang kuat antar variabel.
2. Nilai R *Square* (koefisien determinasi) sebesar 0,524. Artinya variabel kualitas layanan dan kualitas informasi *website* BAAK memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa ilmu komunikasi sebesar 52,4% dan sisanya sebesar 47,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Tabel 10: Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,512	,964		3,644	,000
	Kualitas Layanan	,455	,037	,596	12,223	,000
	Kualitas Informasi	,140	,039	,177	3,623	,000
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna						

Sumber: Hasil Olah Data SPSS

Hipotesis

- H01: Tidak terdapat pengaruh antara variabel kualitas layanan (X1) website BAAK secara parsial terhadap variabel dependen kepuasan pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi (Y)
- Ha1: Terdapat pengaruh antara variabel kualitas layanan (X1) website BAAK secara parsial terhadap variabel dependen kepuasan pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi (Y)

- Komunikasi (Y)
- H02: Tidak terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Informasi (X2) website BAAK secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi (Y)
 - Ha2: Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Informasi (X2) website BAAK secara parsial terhadap variabel dependen Kepuasan Pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi (Y)

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan hasil hipotesis sebagai berikut:

1. Nilai t hitung variabel kualitas layanan (X1) adalah 12,223 > t tabel 1,649 dan nilai Sig. 0.000 < 0.05. Maka H01 ditolak dan Ha1 diterima. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan website BAAK berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.
2. Nilai t hitung variabel kualitas informasi (X2) adalah 3,623 > t tabel 1,649 dan nilai Sig. 0.000 < 0.05. Maka H02 ditolak dan Ha2 diterima. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas informasi website BAAK berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma

Tabel 11: Hasil Uji Hipotesis (Uji f)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1833,966	2	916,983	192,363	,000 ^b
	Residual	1663,659	349	4,767		
	Total	3497,625	351			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Kualitas Layanan						

Hipotesis

- H₀₃: Tidak terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Layanan (X1) dan Kualitas Informasi (X2) website BAAK secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi (Y)
- H_{a3}: Terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Layanan (X1) dan Kualitas Informasi (X2) website BAAK secara simultan terhadap variabel Kepuasan Pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi (Y)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai F hitung pada variabel pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna sebesar 192,363 > F tabel 3,02 dan nilai Sig. 0,00 < 0,05. Maka H₀₃ ditolak dan H_{a3} diterima,

sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan kualitas informasi *website* BAAK secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini mendukung *Teori Uses and Gratifications*. Teori ini memiliki asumsi bahwa khalayak sebagai audiens dianggap aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut, yang berarti audiens bertanggung jawab dalam memilih media untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam pandangan ini sesuai dengan pernyataan bahwa dalam *Teori Uses and Gratification* komunikasi sangat aktif untuk menentukan media mana saja yang harus dipilih untuk kepuasan dalam kebutuhannya (Nurudin, 2007). Pada penelitian ini *website* BAAK selaku media memberikan layanan dan informasi administrasi akademik perkuliahan Universitas Gunadarma dan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma selaku khalayak (*audiens*) berperan aktif dalam memilih media *website* BAAK untuk memenuhi kepuasan akan kebutuhan perkuliahannya.

Berdasarkan hasil uji penelitian yang telah dilakukan, kualitas layanan dan kualitas informasi *website* BAAK berpengaruh terhadap kepuasan pengguna pada mahasiswa Ilmu Komunikasi, sehingga jika dikaitkan dengan *Teori Uses and Gratifications* apa yang dicari mahasiswa mengenai kebutuhan perkuliahan sudah terpenuhi dilihat dari kualitas layanan dan kualitas informasi *website* BAAK sebagai media berdasarkan kepuasan yang didapat. Dibuktikan dengan mahasiswa lebih memilih *website* BAAK sebagai media untuk memenuhi kepuasan akan kebutuhan perkuliahannya karena BAAK memberikan layanan yang handal dan informasi yang akurat atau terpercaya mengenai kebutuhan perkuliahan.

Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Ilmu Komunikasi selaku pengguna berusaha aktif mencari media mana yang sesuai dengan kebutuhan perkuliahannya dan melihat kualitas layanan dan kualitas informasi suatu media *website* BAAK yang baik membuat kepuasan akan kebutuhan perkuliahan dapat terpenuhi dan ini sejalan dengan *Teori Uses and Gratification*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas layanan dan kualitas informasi *website* BAAK terhadap kepuasan pengguna, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel *kualitas layanan* dan *kualitas informasi website* BAAK memberikan pengaruh terhadap *kepuasan pengguna* pada mahasiswa Ilmu Komunikasi sebesar 52,4% dan sisanya sebesar 47,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat

memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) dengan indikator ‘ketanggapan’ memiliki nilai paling rendah diantara indikator lainnya. Oleh sebab itu penulis menyarankan agar Universitas Gunadarma ke depannya lebih meningkatkan kecepatan dan ketepatan layanan *website* BAAK dalam menanggapi respon pertanyaan para mahasiswa di fitur layanan *live chat*.
2. Dalam penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel Kualitas Informasi (X2) dengan indikator ‘tepat waktu’ memiliki nilai paling rendah diantara indikator lainnya. Oleh sebab itu penulis menyarankan agar Universitas Gunadarma ke depannya dalam menyampaikan informasi administrasi dan akademik perkuliahan pada *website* BAAK lebih tepat waktu, sehingga mahasiswa sebagai pengguna lebih cepat mendapatkan kepuasan terhadap informasi yang dibutuhkan seperti informasi mengenai jadwal kuliah dan jadwal ujian.
3. Dalam penelitian ini penulis menggunakan media *website* sebagai objek penelitian, diharapkan untuk penelitian selanjutnya penulis lain bisa menggunakan media yang berbeda dan diharapkan bisa menambah variabel-variabel diluar variabel dalam penelitian ini seperti kredibilitas, konvergensi media, dll sehingga menghasilkan penemuan baru yang lebih beragam.

REFERENSI

- Ardianto, E. (2004). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Hidayat, R. (2010). *Cara Praktis Membangun Website Gratis: Pengertian Website*. PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Husein, U. (2005). *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Iswara, J. (2018). *Pengaruh Kualitas Web Okezone. com terhadap Kepuasan User (Studi Pada Mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Angkatan 2014-2015)*. Universitas Lampung.
- Laudon, K. C., & Jane, P. L. (2010). *Manajemen Information System: Managing the Digital Firm*. Prentice-Hall.
- Nursih, I. (2014). *Komunikasi Massa*. Graha Ilmu.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada.
- O’Briens, J. A. (2005). *Pengantar Sistem Teknologi Informasi Perspektif Bisnis dan Manajerial Versi Bahasa Indonesia* (fourth edi). Salemba Empat.
- Poon, S. (2002). ESDLife of Hong Kong e-government application with an e-business spirit. *Eighth Americas Conference on Information Systems on the World Wide Web*.
- Rakhmat, J. (2007). *Metode Penelitian Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2007). *Service, Quality Satisfaction*. CV Andi Offset.