

Developing Quality Of Intra Organizational Interaction Through The Role Of Social Media Interaction Exposure In PT Angkasa Pura II (Persero)

Ivana Rizki Aulia, Suryadi Poerbo², Andi Setiawan

Applied Business Administration, State Polytechnic of Semarang, Indonesia

Email: ²⁾ soepoerbo@gmail.com

ABSTRAC

This study aims to analyze the influence of the Role of Social Media Interaction Exposure in building the Quality of Intra-Organizational Interaction in the Human Resources & General Affairs Unit of the Main Branch Office of the Soekarno-Hatta International Airport PT Angkasa Pura II (Persero). The research model is developed based on a literature review. Data collection methods used are interviews and questionnaires. The questionnaire used is the Agree-Disagree Scale with a 10-point scale and the sample collection method used is a total sampling with a sample of 50 employees in the Human Resources & General Affairs Unit of the Main Branch Office of the Soekarno-Hatta International Airport PT Angkasa Pura II (Persero). The analysis technique used is the validity test, reliability test, normality test, heterocedasticity test, multicollinearity test, linearity test, multiple linear regression analysis, t test, F test and coefficient of determination. These results indicate that the Usability (X1) and Information Quality (X2) variables have a significant positive effect on the Quality of Intra-Organizational Interaction (Y). This research only examines the effect of the Role of Social Media Interaction Exposure on the Quality of Intra-Organizational Interaction of BUMN institutions, for further research it can examine the effect of the Role of Social Media Interaction Exposure on Online Engagement variables in addition it can use research objects in other industries such as government agencies. It is recommended that the company must make standard operating procedure (SOP) to set social media used to complete their work.

Keywords: *Social Media, Usability, Information Quality and Personal Service Agility and Inter-Organizational.*

Membangun Kualitas Interaksi Intra Organisasi Melalui Peran Sosial Media *Interaction Exposure* Pada PT Angkasa Pura II (Persero)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Peran Sosial Media *Interaction Exposure* dalam membangun Kualitas Interaksi Intra Organisasi pada Unit *Human Resources & General Affairs* Kantor Cabang Utama Bandara Internasional Soekarno-Hatta PT Angkasa Pura II (Persero). Model penelitian dikembangkan berdasarkan tinjauan literatur. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan kuesioner. Kuesioner yang digunakan adalah *Agree-Disagree Scale* dengan skala 10 poin dan metode pengumpulan sampel yang digunakan adalah total sampling dengan sampel 50 karyawan pada Unit *Human Resources & General Affairs* Kantor Cabang Utama Bandara Internasional Soekarno-Hatta PT Angkasa Pura II (Persero). Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, uji linearitas, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *Usability* (X1), *Information*

Quality (X2) berpengaruh signifikan positif terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y). Penelitian ini hanya menguji pengaruh Peran Sosial Media *Interaction Exposure* terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi lembaga BUMN, untuk penelitian selanjutnya dapat menguji pengaruh Peran Sosial Media *Interaction Exposure* terhadap terhadap variabel *Online Engagement* selain itu dapat menggunakan obyek penelitian pada industri lain seperti lembaga pemerintahan. Perusahaan disarankan untuk membuat standar operasional prosedur (SOP) untuk mengatur sosial media yang digunakan untuk menyelesaikan pekerjaan.

Kata kunci: Sosial Media, *Usability*, *Information Quality*, *Personal Service Agility* dan Intra Organisasi.

PENDAHULUAN

Perilaku organisasi memberi perhatian khusus terhadap pekerjaan dengan mengkaji dan melakukan pengamatan terkait perilaku yang timbul dari pengaruh organisasi terhadap manusia (karyawan) dan sebaliknya untuk mengetahui apakah perilaku tersebut mempengaruhi kinerja organisasi (Nelson, Quick, & Khandelwal, 2016). Kajian perilaku tersebut meliputi kepuasan kerja, ketidakhadiran, produktivitas, kinerja manusia dan manajemen dll. Manajemen yang dikelola dengan tepat, berdaya guna dan didasari dengan prinsip pengelolaan yang efisien dan efektif, dapat memberi kekuatan terhadap kemampuan suatu perusahaan dalam menjalankan roda bisnisnya (Jamaludin, 2019).

Salah satu kunci sukses dari suatu tata kelola manajemen yang baik ialah adanya komunikasi yang baik didalamnya. Komunikasi memegang peranan penting bagi suatu organisasi, dimana persepsi interpersonal menunjang efektivitas komunikasi dalam suatu organisasi (Naway, Letak, & Yusuf, 2017). Kemampuan komunikasi yang dimiliki setiap karyawan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kinerja karyawan (Fuad, 2017). Lantaran komunikasi berperan penting dalam menentukan apakah proses komunikasi antar anggota tim tersebut disetujui atau tidak, maka itu artinya baik tidaknya kualitas komunikasi suatu organisasi berpengaruh terhadap kualitas interaksi intra organisasi yang juga berdampak kepada performa suatu organisasi.

Pengelolaan manajemen di Kantor Cabang Utama Bandara Internasional Soekarno-Hatta PT Angkasa Pura II (Persero) secara keseluruhan dikelola oleh beberapa unit kerja yang saling terintegrasi sehingga memberikan kinerja strategis. Salah satu unitnya ialah Unit *Human Resources & General Affairs* yang memiliki tugas utama mengelola sumber daya manusia secara keseluruhan diperusahaan, mulai dari perencanaan SDM, pelatihan sampai dengan manajemen kinerja. Mengingat krusialnya tugas dari Unit *Human Resources & General Affairs* maka dibutuhkan suatu *platform* media untuk memudahkan pekerjaan kantor. Penerapan penggunaan sosial media ditengah waktu kerja menjadi hal yang lumrah dilakukan khususnya oleh Unit *Human Resources & General Affairs* Kantor Cabang Utama Bandara Internasional Soekarno-Hatta di PT Angkasa Pura II (Persero). Hal tersebut lantaran sosial media selain menjadi pendukung setiap karyawan dalam menjalankan kinerjanya juga memberi serangkaian layanan yang membantu karyawan dalam berkomunikasi, berinteraksi serta berbagi informasi. Banyak hal yang dapat dilakukan dengan sosial media, selain sebagai strategi menyelesaikan pekerjaan kantor, tata kelola manajemen dan komunikasi antar karyawan juga dapat meningkatkan keterampilan, pengetahuan, produktivitas serta mempromosikan inovasi.

Menghadapi hal tersebut, dalam menunjang kinerjanya ditengah peraturan WFH (*Work from Home*), Unit *Human Resources & General Affairs* mengatasinya

dengan memanfaatkan sosial media untuk sarana berkomunikasi antar sesama karyawan maupun mendukung penyelesaian pekerjaan. Melalui pemanfaatan sosial media memberi keuntungan berupa efisiensi waktu dan juga biaya. Waktu dapat efisien sebab dalam melakukan interaksi tidak harus dilakukan tatap muka. Dampaknya ialah penghematan dari segi waktu dan biaya. Selain itu penggunaan dan pemanfaatan social media dari masing-masing karyawan yang juga berdampak terhadap kualitas interaksi intra organisasi. Komunikasi yang terjadi melalui pemanfaatan sosial media secara otomatis menentukan budaya komunikasi yang menggambarkan seberapa baik interaksi komunikasi yang terjadi di suatu organisasi. Komunikasi yang baik didukung dan dikelola oleh seluruh lapisan elemen manajemen dengan menjaga dan menyampaikan informasi secara benar, akurat dan dapat dipertanggungjawabkan sehingga tercipta kualitas informasi (*information quality*) dan interaksi dalam/intra organisasi menjadi tinggi.

Sesuai dengan data yang telah dipaparkan tersebut ditemukan indikasi-indikasi masalah yang timbul dalam perusahaan antara lain pemanfaatan sosial media oleh karyawan yang belum maksimal dalam membantu aktivitas dan menyelesaikan pekerjaan kantor. Setiap karyawan baru memanfaatkan sebagian kecil fungsi dari sosial media karena kurangnya pengetahuan. Seperti yang diungkap dalam penelitian yang dilakukan oleh Leftheriotis, Giannakos, and Pappas (2016) yang menemukan bahwa nilai utilitarian dan hedonis mempengaruhi karyawan dalam menggunakan media sosial lebih banyak untuk pekerjaan. Selanjutnya karyawan belum memanfaatkan sosial media secara efektif dan efisien. Padahal penggunaan media sosial dapat meningkatkan efektif dan efisiensi juga penghematan biaya dalam menyelesaikan pekerjaan di kantor. Selain itu, perusahaan tidak ada pengembangan kewajiban bagaimana seorang karyawan melaporkan *progress* pekerjaan

melalui sosial media karena tidak memiliki sistem baku pelaporan menggunakan sosial media. Padahal dengan pemanfaatan sosial media yang baik maka dapat berdampak pada penggunaan waktu yang lebih singkat dan juga penggunaan sumber daya yang lebih sedikit untuk menyelesaikan pekerjaan serta perusahaan tidak memiliki SOP tentang penyampaian informasi melalui sosial media. Menurut Maturi (2018) ada beberapa alasan yang mendasari mengapa pekerjaan sebagian besar perusahaan dilakukan melalui jaringan online tidak dilarang, salah satunya ialah fakta bahwa perusahaan tidak memiliki kebijakan yang sesuai untuk mengatur penggunaan sosial media. Adanya perubahan dan transformasi digital, setiap perusahaan menghadapi serangkaian tantangan tertentu termasuk pemotongan anggaran, menuanya jajaran direksi dan staf karyawan yang dimiliki, dan birokrasi yang dapat menghalangi kemajuan. Tantangan ini dapat diatasi dengan mempersiapkan perencanaan dan tindakan antisipasi sejak awal, sehingga perusahaan tidak gagap dalam mengatasi kemajuan teknologi yang muncul di kemudian hari.

Upaya tersebut didukung oleh konsep sosial media *interaction exposure* yang berorientasi terhadap kualitas interaksi organisasi intra organisasi, dimana dalam penggunaan sosial media untuk membantu pekerjaan kantor dibutuhkan evaluasi baik secara eksplisit ataupun implisit untuk menentukan apakah penggunaan sosial media bagi setiap individu (*usability*) memiliki dampak terhadap kualitas interaksi intra organisasi (Pavel Manakhov & Ivanov, 2016). Melihat fakta tersebut akhirnya menyadarkan bahwa penting untuk meneliti kualitas interaksi intra organisasi. Maka dari itu, penelitian ini ingin meneliti apakah penggunaan sosial media oleh karyawan dapat meningkatkan kualitas interaksi intra organisasi.

Tinjauan Pustaka

Usability

Usability didefinisikan sebuah kemampuan untuk mengetahui mudah tidaknya dalam menyelesaikan suatu tugas ataupun pekerjaan (Brata & Liang, 2020). *Usability* merupakan komponen yang terdiri dari kemudahan dan kesenangan, maka teknologi harus dapat menyediakan atribut yang dibutuhkan oleh pengguna yaitu utilitas. Dengan demikian usability cenderung lebih fokus pada tugas daripada pada pengalaman (Vermeeren et al., 2010). Penggunaan media social sebagai fasilitator proses komunikasi sehingga tercipta interaksi komunikasi intra organisasi diadakan sebuah evaluasi pengalaman pengguna dari sudut pandang pragmatis dan hedonis. Tingkat pengalaman pengguna didefinisikan sebagai nilai dari setiap parameter pragmatis dan hedonis. Untuk mengumpulkan wawasan terperinci mengenai kualitas pragmatis, waktu dan tingkat keberhasilan disebut sebagai parameter untuk efisiensi dan kebenaran. Terdapat beberapa pendekatan kegunaan (*usability*). Pendekatan pada kualitas pragmatis maupun hedonis seperti keberhasilan dalam penyelesaian tugas (efektivitas), waktu penyelesaian tugas (efisiensi) dan kepuasan dalam kondisi diluar ruang yang nyata.

Information Quality (IQ)

Berbagai penelitian telah mengidentifikasi berbagai dimensi IQ. Kualitas data yang buruk berdampak terhadap kehidupan sosial dan ekonomi. Upaya peningkatan kualitas data dengan pendekatan dan alat praktis, berfokus secara sempit pada akurasi (Kahn, Strong, & Wang). Data memiliki konseptualisasi kualitas data yang jauh lebih luas dari kesadaran para profesional sistem informasi. Data memiliki kualitas dalam dirinya sendiri. Kontekstual menyoroti persyaratan bahwa kualitas data harus dipertimbangkan dalam konteks tugas yang ada. Selain itu ada representasi dan aksesibilitas yang menekankan pentingnya

peran sistem. Temuan ini sejalan dengan pemahaman bahwa data berkualitas tinggi harus baik secara intrinsik, sesuai secara kontekstual untuk tugas, terwakili dengan jelas serta dapat diakses. Mengadopsi kerangka konseptual (Wang & Strong, 1996) tentang IQ yang dikelompokkan menjadi menjadi empat yaitu yaitu kualitas intrinsik, kontekstual, representasional, dan aksesibilitas. Masing-masing dimensi tersebut terdiri dari beberapa faktor, seperti yang telah diilustrasikan. Penemuan ini sejalan dengan pemahaman akan hal data berkualitas tinggi harus secara intrinsik baik, sesuai secara kontekstual untuk tugas tersebut, diwakili dengan jelas, dan dapat diakses. Ciri yang menonjol lain adalah bahwa atribut kualitas data dikumpulkan, alih-alih didefinisikan secara teoritis atau berdasarkan pengalaman. Melainkan memberikan bukti tambahan untuk suatu hirarki struktur dimensi kualitas data.

Personal Service Agility

Menurut Schmidt (2017) *agility* ialah suatu kemampuan dari sebuah tim pengembang untuk bereaksi secara kontinu dan cepat dalam lingkungan dinamis terhadap perubahan yang diharapkan dan tidak terduga agar dapat menerima dan menggunakan keuntungannya. *Agility* diperuntukkan untuk seluruh organisasi dengan melibatkan stakeholder, manajemen dan pihak lainnya dalam pendekatan gesit holistik. Maksudnya ialah bagaimana bereaksi secara kontinu dan cepat terhadap perubahan yang tidak terduga namun juga diharapkan. Faktor penting dalam rangka mengenali dan mengimplementasikan perubahan ialah kesediaan secara kontinu. Hanya pengguna yang kontinu memeriksah yang dapat bereaksi dengan cepat untuk mencegah suatu konsekuensi negatif yang akan terjadi. Dalam penggunaan social media, *personal service agility* diperlukan sebab tindakan terjadi karena merupakan respon terhadap suatu perubahan sehingga mencapai pendekatan yang fleksibel (Quick, Schenk, Schmidt, Towara, & Governance, 2018). Penggunaan sosial media dalam proses

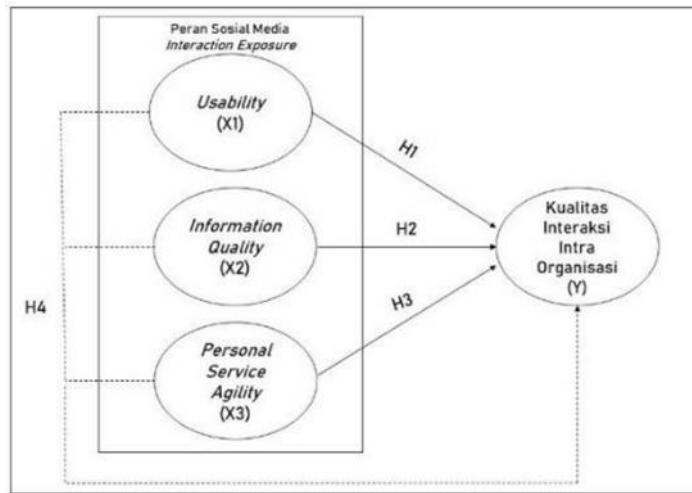
interaksi komunikasi intra organisasi memiliki keuntungan yang diterima tidak hanya oleh pengguna namun juga bagi penyedia. Pemahaman ini secara tersirat bermaksud melihat kualitas tanggung jawab sehingga dapat diketahui bahwa kelincahan merupakan salah satu bagian penting dari sebuah tanggung jawab. Sebuah tanggung jawab ialah sebuah keputusan terhadap perubahan yang dapat dikenal dan diterima dengan cepat yang kemudian meningkatkan daya tanggap. Kelincahan daya tanggap digambarkan sebagai suatu kemampuan tim.

Pengaruh Peran Sosial Media *Interaction Exposure* terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi

Perkembangan secara global terkait digital pada era ini telah mendisrupsi berbagai hal (Laksamana, 2018). Hal tersebut berdampak pada hampir seluruh aspek dan sisi operasional perusahaan seperti layanan dan bisnis terkait (Holland, Cooper, & Hecker, 2019). Upaya memberikan nilai tambah melalui inovasi dan kecermatan dalam rangka menghadapi era digital seperti saat ini diperlukan untuk memperoleh capaian terbaik dalam *digital transformation*. Telah berkembangnya teknologi dengan pesat menyebabkan pekerjaan kantor pun dapat ditangani dengan metode memanfaatkan social media dengan tujuan untuk memudahkan pekerjaan kantor maupun meningkatkan kualitas interaksi intra

organisasi (Robertson & Kee, 2017). Dalam memanfaatkan peran social media *interaction exposure* sendiri dibutuhkan suatu kemampuan individu dalam menggunakan dan memanfaatkan teknologi yang tersedia (*usability*) sehingga terciptalah proses kelancaran suatu kegiatan komunikasi. Komunikasi yang notabene merupakan suatu perjalanan proses transmisi informasi atau pesan yang disandikan tersebut dapat ditransmisikan ke penerima informasi dengan baik atau tidak bergantung dengan kualitas informasi (*Information Quality*). Kualitas informasi (*Information Quality*) yang baik dapat menyebabkan keteraturan interaksi antar karyawan maupun dengan pihak lain. Sejalan dengan pernyataan yang menyatakan bahwa komunikasi merupakan penentu banyak sedikitnya pekerjaannya tim (Colquitt, Lepine, Wesson, & Gellatly, 2019). Maka juga diperlukan kemampuan dari individu untuk bereaksi secara kontinu dan cepat dalam lingkungan dinamis terhadap perubahan yang diharapkan dan tidak terduga agar dapat menerima dan menggunakan dengan maksimal (*personal service agility*). Sebab menurut Fayezi, Zutshi, and O'Loughlin (2017) *agility* merupakan kemampuan strategis yang membantu suatu organisasi untuk dapat merasakan serta merespon ketidakpastian Intraal dan eksternal melalui integrasi efektif hubungan dengan cepat.

Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Baskar, Nesakumar, Rayappan, Doraipandian, and Physical (2017), Han and Shah (2020) dan Youn, Lee, and Textiles (2019).

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan teori dan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- H1: *Usability* berpengaruh secara signifikan terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi.
- H2: *Information Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi.
- H3: *Personal Service Agility* berpengaruh secara signifikan terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi.
- H4: *Usability*, *Information Quality* dan *Personal Service Agility* secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi.

METODE PENELITIAN

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 responden, dengan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian kali ini menggunakan *total sampling*.

Metode Analisis

Skala interval dalam penelitian ini menggunakan *Agree-Disagree Scale* dengan rentang nilai dari angka 1-10. Melalui data

yang dikumpulkan terdapat beberapa metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Analisis Deskripsi Persepsi Responden

Teknik analisis indeks digunakan untuk mendapatkan gambaran deskriptif responden atas item-item pertanyaan yang diajukan (Ferdinand, 2014). Angka jawaban responden dimulai dari skor minimum 1 dan maksimum 10.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Sekaran and Bougie (2016) dan Ramadhayanti (2019), uji validitas merupakan tes yang digunakan untuk mengukur sejauh mana alat ukur tersebut menjalankan fungsi ukurnya terhadap sesuatu yang diukur.

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk memastikan kuesioner penelitian yang terdiri dari indikator variabel konstruk tersebut *reliable* atau tidak sebagai data (Ghozali, 2018).

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mendapatkan *best fit model* dalam model regresi berganda sehingga memenuhi kriteria

BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*) dan persamaan regresi yang dihasilkan valid jika digunakan untuk memprediksi suatu masalah (Lupiyoadi & Ikhsan, 2015). Kriteria BLUE dapat dicapai bila memenuhi syarat asumsi klasik yaitu Uji Multikolonieritas, Uji Heterokedatisitas, Uji Linearitas dan Uji Normalitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018), Model Analisis Linier Berganda adalah model persamaan regresi dengan lebih dari satu variabel independent.

Uji Signifikansi

Uji signifikansi dalam penelitian ini terdapat 3 (tiga) uji, yaitu:

- a. **Uji Signifikansi Parsial (Uji t)**
Metode uji ini digunakan untuk menguji koefisien variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen yang diusulkan hipotesis. *T-test* pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh sebuah variabel independen secara individu (Ghozali, 2018).
- b. **Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**
F-test pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel yang termasuk variabel independen yang termasuk dalam model memiliki pengaruh secara bersamaan pada variabel dependen (Ghozali, 2018).
- c. **Uji Koefisien Determinasi (R^2)**
Mengacu pada Ghozali (2018), koefisien determinasi (*adjustable R2*) digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model menggambarkan variasi dalam variabel dependen secara substansial.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskripsi Persepsi Responden

Melalui uji ini terdapat hasil deskripsi persepsi responden dalam penelitian ini adalah:

- a. *Usability* (X1)
Rata-rata untuk keseluruhan indikator variabel *usability* adalah sebesar 72,00 dengan indikator tertinggi adalah *content* (X1.4) dengan nilai indeks sebesar 75,80.
- b. *Information Quality* (X2)
Rata-rata untuk keseluruhan indikator variabel *information quality* adalah sebesar 72,35 dengan indikator tertinggi adalah *accessibility* (X2.4) dengan nilai indeks sebesar 73,00.
- c. *Personal Service Agility* (X3)
Rata-rata untuk keseluruhan indikator variabel *personal service agility* adalah sebesar 72,70 dengan indikator tertinggi adalah Kreativitas (X3.1) dengan nilai indeks sebesar 73,00.
- d. Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y)
Rata-rata untuk keseluruhan indikator variabel kualitas interaksi intra organisasi adalah sebesar 76,45 dengan indikator tertinggi adalah *Share Informasi* (Y1.3) dengan nilai indeks sebesar 77,00.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Perhitungan uji validitas dilakukan dengan program SPSS versi 23.0, dengan menggunakan 30 responden dalam menguji validitas dan reliabilitas. Penelitian ini menggunakan *r* tabel dengan tingkat kesalahan sebesar 5% dan dengan nilai sebesar $df = 30 - 2 = 28$

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

No	Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan	Cronbach Alpha (α)	Keterangan
1.	Usability	(X _{1.1}) Easy of Use	0,953	0,3610	Valid	0,903	Reliabel
		(X _{1.2}) Customization	0,960	0,3610	Valid		
		(X _{1.3}) Download Delay	0,944	0,3610	Valid		
		(X _{1.4}) Content	0,950	0,3610	Valid		
2.	Information Quality	(X _{2.1}) Intrinsic Quality	0,824	0,3610	Valid	0,887	Reliabel
		(X _{2.2}) Contextual Quality	0,906	0,3610	Valid		
		(X _{2.3}) Representational Quality	0,898	0,3610	Valid		
		(X _{2.4}) Accessibility	0,890	0,3610	Valid		
3.	Personal Service Agility	(X _{3.1}) Kreativitas	0,750	0,3610	Valid	0,907	Reliabel
		(X _{3.2}) Improvisasi	0,882	0,3610	Valid		
		(X _{3.3.1}) Kemampuan Beradaptasi	0,900	0,3610	Valid		
		(X _{3.3.2}) Kemampuan Beradaptasi	0,807	0,3610	Valid		
4.	Kualitas Interaksi	(Y _{1.1}) Reputasi	0,822	0,3610	Valid	0,910	Reliabel
		(Y _{1.2}) Keamanan	0,870	0,3610	Valid		
	Intra Organisasi	(Y _{1.3}) Share Informasi	0,810	0,3610	Valid		
		(Y _{1.4}) Kemudahan Komunikasi	0,800	0,3610	Valid		

Sumber: *Print Out Data Primer yang Diolah*, (2020)

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dijelaskan bahwa ke-4 (empat) variabel dalam penelitian sudah memenuhi syarat lulus uji validitas ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan reliabilitas ($\alpha > 0,07$), oleh karena hal tersebut data dalam penelitian ini dikatakan valid dan reliabel.

Uji Asumsi Klasik

- a. Uji Normalitas
Nilai signifikansi sebesar $0,200 > 0,05$ dinyatakan data berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan jika model regresi tersebut hasilnya konsisten yaitu memiliki distribusi normal, uji *Kolmogorov-Smirnov*. hasil uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada Tabel 2.

**Tabel 2. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.41696980
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.043
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

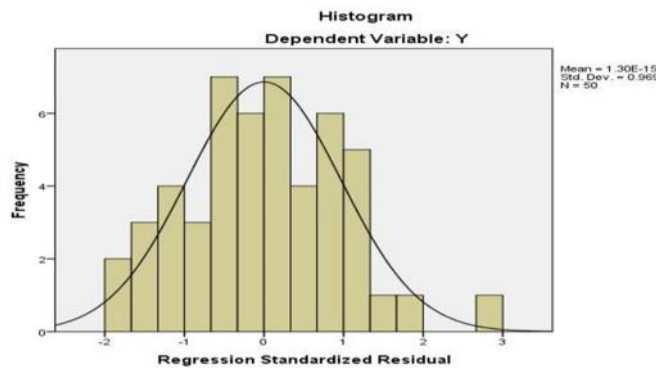
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: *Print Out Data Primer yang Diolah, (2020)*

Hal ini menunjukkan jika model regresi tersebut hasilnya konsisten yaitu memiliki distribusi normal. Selanjutnya dengan menggunakan grafik

histogram pada Gambar 2, dan grafik plot pada Gambar 3 menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

Gambar 2. Grafik Histogram



Sumber: *Print Out Data Primer yang Diolah, (2020)*

Gambar 3. Grafik Histogram



Sumber: *Print Out Data Primer yang Diolah, (2020)*

Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa keseluruhan variabel bebas memiliki nilai Tolerance diatas 10%

dan VIF dibawah 10. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1 <i>Usability</i>	0,138	7,263
X2 <i>Information Quality</i>	0,176	5,689
X3 <i>Personal Service Agility</i>	0,156	6,414

Dependent variable: Y

Sumber: *Print Out data Primer yang Diolah (2020)*

Uji Heterokedastisitas

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi masing-masing variabel bebas memiliki nilai signifikansi lebih dari 5% atau 0,05. Hal tersebut menyatakan variabel bebas

dalam penelitian tidak terjadi heterokedastisitas dengan menggunakan uji *glejser*. Pada Tabel 4, merupakan hasil uji *glejser*:

Tabel 4. Hasil Uji Glejser

Coefficients^a	
Model	Sig.
(Constant)	0,031
X1 <i>Usability</i>	0,139
X2 <i>Information Quality</i>	0,144
X3 <i>Personal Service Agility</i>	0,665

a. Dependent Variable: Abs_RES

Sumber: *Print Out Data Primer yang Diolah, (2020)*

Uji Linearitas

Model regresi dikatakan memiliki hubungan yang linear apabila tingkat signifikansi > 0,05 dan $t_{hitung} < t_{tabel}$. Apabila salah satu syarat tersebut tidak

terpenuhi maka model regresi tidak dapat dikatakan memiliki hubungan yang linear. Berdasarkan data pada Tabel 5 dapat dikatakan data memenuhi kedua syarat yang berarti bahwa data dalam penelitian ini linear.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

Variabel	Signifikansi Linearity	Deviation From Linearity	Nilai Signifikansi	Keterangan
<i>Usability</i>	0,000	0,861	0,05	Linear
<i>Information Quality</i>	0,000	0,068	0,05	Linear
<i>Personal Service Agility</i>	0,000	0,100	0,05	Linear

Sumber: *Print Out Data Primer yang Diolah*, (2020)

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk menghitung pengaruh variabel-variabel independen yaitu *Usability* (X1), *Information Quality* (X2), dan *Personal Service Agility* (X3) terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y). Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh hasil sebagai berikut:

$$Y = 0,663 + 0,304X1 + 0,416X2 + 0,313X3$$

Berdasarkan persamaan regresi berganda, hasil persamaan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Variabel *Usability* (X1)
Variabel *Usability* (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y) dengan nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0,304. Koefisien regresi tersebut artinya setiap kenaikan variabel *Usability* (X1) akan berpengaruh terhadap peningkatan Kualitas Interaksi Intra Organisasi dengan asumsi variabel lain adalah konstan atau tetap tidak berubah.
- b. *Information Quality* (X2)

Variabel *Information Quality* (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y) dengan nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0,416. Koefisien regresi tersebut artinya setiap kenaikan variabel *Information Quality* (X2) akan berpengaruh terhadap peningkatan Kualitas Interaksi Intra Organisasi dengan asumsi variabel lain adalah konstan atau tetap tidak berubah.

- c. Variabel *Personal Service Agility* (X3)
Variabel *Personal Service Agility* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y) dengan nilai *unstandardized coefficients* sebesar 0,313. Koefisien regresi tersebut artinya setiap kenaikan variabel *Personal Service Agility* (X3) akan berpengaruh terhadap peningkatan Kualitas Interaksi Intra Organisasi dengan asumsi variabel lain adalah konstan atau tetap tidak berubah.

Uji Signifikansi

a. Uji F

Hasil Uji F pada Tabel 6, diperoleh nilai Fhitung sebesar 152,054 sedangkan Ftabel pada signifikansi 2,5% dan $df_1=k-1$ ($3-1= 2$), $df_2=n-k$ ($50-3=47$) sebesar 2,80 yang artinya $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Tingkat signifikansi dari Tabel 6 adalah $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa hasil Uji F pada penelitian ini menerangkan

bahwa variabel *Usability* (X1), *Information Quality* (X2), dan *Personal Service Agility* (X3) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y) pada Unit *Human Resources & General Affairs* Kantor Cabang Utama Bandara Internasional Soekarno-Hatta PT Angkasa Pura II (Persero).

Tabel 6. Hasil Uji Simultan (F)

Variabel	F	Sig.
Regression	152,054	0.000
Residual		
Total		

- a. Dependent Variable: Y
- b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: *Print Out Data Primer yang Diolah*, (2020)

b. Uji t

Berdasarkan Tabel 7, dapat dilihat bahwa thitung lebih besar dari pada ttabel dan nilai signifikansinya adalah $> 0,025$ yang berarti bahwa variabel *usability* dan *information quality* memiliki pengaruh secara parsial yang signifikan terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y) pada Unit *Human Resources & General Affairs* Kantor Cabang Utama

Bandara Internasional Soekarno-Hatta PT Angkasa Pura II (Persero). Sedangkan variabel *Personal Service Agility* tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y) pada Unit *Human Resources & General Affairs* Kantor Cabang Utama Bandara Internasional Soekarno-Hatta PT Angkasa Pura II (Persero).

Tabel 7. Uji Parsial (t)

No	Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Hasil Signifikansi	Nilai Signifikansi	Keterangan
1	<i>Usability</i> (X ₁)	2,815	2,01	0,007	0,025	Signifikan
2	<i>Information Quality</i> (X ₂)	3,666	2,01	0,001	0,025	Signifikan
3	<i>Personal Service Agility</i> (X ₃)	2,302	2,01	0,026	0,025	Tidak Signifikan

Sumber: *Print Out Data Primer yang Diolah*, (2020)

c. Koefisien Determinasi (R²)

Berdasarkan hasil Tabel 8, menunjukkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,902. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) yaitu *Usability* (X1), *Information Quality* (X2), dan

Personal Service Agility (X3) mempengaruhi variabel dependen yaitu Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y) sebesar 90,2% sedangkan sisanya $100\% - 90,2\% = 34,5\%$ dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b**

Model	Adjusted R Square
1	0,902

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: *Print Out Data Primer yang Diolah*, (2020)

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan mengenai Peningkatan Retensi Pelanggan Melalui *Sustainable Service Quality* (SSQ) maka dapat diambil kesimpulan, yaitu:

- a. Hasil Analisis Deskriptif Presepsi Responden menggunakan tabel indeks dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *Usability* (X1) memiliki nilai indeks rata-rata 72,00, variabel *Information Quality* (X2) memiliki nilai indeks rata-rata 72,35, variabel *Personal Service Agility* (X3) memiliki nilai indeks rata-rata 72,20 dan variabel Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y) memiliki nilai indeks rata-rata 76,45. Maka dapat dinyatakan bahwa seluruh variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini memiliki nilai indeks rata-rata dengan interpretasi tinggi.
- b. Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) menunjukkan bahwa variabel independen *Usability* (X1), *Information Quality* (X2) dan *Personal Service Agility* (X3) berpengaruh signifikan secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y).
- c. Hasil Uji Signifikansi Parsial (Uji T) menunjukkan bahwa dua variabel independen *Usability* (X1) dan *Information Quality* (X2) berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap variabel dependen Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y), sedangkan *Personal Service Agility* (X3) tidak berpengaruh signifikan positif secara parsial terhadap

variabel dependen Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y).

- d. Berdasarkan Hasil Koefisien Determinasi (R²) dapat disimpulkan bahwa variabel *Usability* (X1), *Information Quality* (X2) dan *Personal Service Agility* (X3) memberikan pengaruh sebesar 90,2% terhadap variabel Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y), sedangkan sisanya 100% - 90,2% = 9,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Saran

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang diharapkan dapat dikembangkan dalam penelitian selanjutnya, Adapun keterbatasan dan saran bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

- a. Variabel X3 yaitu *Personal Service Agility* dianggap gagal, maka harus diteliti lagi dengan merumuskan variabel lain. Hal tersebut didukung oleh beberapa penelitian terdahulu (Kartika & Ningsih, 2017; Rosliana, 2018) dan Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kasali (2013), *agility* merupakan respon pertama terhadap perubahan secara merata mulai dari pergerakan ekonomi sampai dengan pergerakan secara cepat segala aspek kehidupan. *Agility* (kelicahan) setiap karyawan berdampak terhadap kinerja perusahaan, dimana berdasarkan basis pengetahuan setiap karyawan dalam menghadapi segala persoalan yang terjadi, terlebih suatu perubahan yang mengakibatkan proses penyesuaian pekerjaan dengan cepat dan tepat tidak

serta merta berhasil tanpa adanya interaksi antar karyawan. *Agility* yang dimiliki setiap individu dalam banyak keahlian dapat mengikuti pergerakan kebutuhan industri saat ini. Penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Teece, Peteraf, and Leih (2016) yang menyatakan pentingnya *agility* dalam organisasi dan strategi menghadapi inovasi yang dinamis dan penelitian yang dilakukan oleh Imtihan, Mutawalli, and Bagye (2020) menyatakan poin penting dari sebuah *agility* yaitu selain berfokus pada kecepatan dan ketanggapan ditengah perubahan yang dinamis, diperlukan interaksi antar anggota tim, karena tanpa adanya interaksi yang baik maka proses penyelesaian pekerjaan tidak akan berjalan sesuai rencana.

- b. Penelitian ini hanya menguji pengaruh *Usability* (X1), *Information Quality* (X2) dan *Personal Services Agility* (X3) terhadap Kualitas Interaksi Intra Organisasi (Y). Berdasarkan hasil temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka menarik untuk diteliti lebih lanjut mengenai peran *social media interaction exposure* dalam meningkatkan kinerja perusahaan pada aspek lain (Broekhuis, van Velsen, & Hermens, 2019; Sonderegger, Schmutz, & Sauer, 2016).
- c. Obyek penelitian ini adalah perusahaan jasa kebandarudaraan yaitu pada Unit *Human Resources & General Affairs* Kantor Cabang Utama Bandara Internasional Soekarno-Hatta PT Angkasa Pura II (Persero). Penelitian yang akan datang diharapkan dapat menggunakan obyek pada perusahaan jasa lain seperti Angkasa Pura I dan PT PELNI (Persero). Selain itu obyek penelitian dapat dilakukan pada industri jasa lainnya seperti jasa kepelabuhanan atau perkeretaapian pada PT Pelabuhan Indonesia (Persero) dan PT Kertea Api Indonesia (Persero).

- d. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan jumlah responden lebih dari 50 responden (Jonemaro, Alfianto, & Arwani, 2018).

DAFTAR PUSTAKA

- Baskar, C., Nesakumar, N., Rayappan, J. B. B., Doraipandian, M. J. S., & Physical, A. A. (2017). A framework for analysing E-Nose data based on fuzzy set multiple linear regression: Paddy quality assessment. *267*, 200-209.
- Brata, K. C., & Liang, D. (2020). Comparative study of user experience on mobile pedestrian navigation between digital map interface and location-based augmented reality. *International Journal of Electrical & Computer Engineering* (2088-8708), *10*.
- Colquitt, J., Lepine, J. A., Wesson, M. J., & Gellatly, I. R. (2019). *Organizational behavior: Improving performance and commitment in the workplace* (Vol. 375): McGraw-Hill Irwin New York, NY.
- Fayezi, S., Zutshi, A., & O'Loughlin, A. (2017). Understanding and development of supply chain agility and flexibility: a structured literature review. *International Journal of Management Reviews*, *19*(4), 379-407. doi:10.1111/ijmr.12096
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen edisi kelima. *Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang*.
- Fuad, A. (2017). Peran komunikasi interpersonal dalam menghadapi konflik organisasi. *ORASI: Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, *6*(1).
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Han, J., & Shah, S. J. J. o. S. E. (2020). The Ecosystem of Scaling Social Impact: A New Theoretical Framework and Two Case Studies. *11*(2), 215-239.

- Holland, P., Cooper, B., & Hecker, R. (2019). Social media at work: a new form of employee voice? In *Employee voice at work* (pp. 73-89): Springer.
- Jamaludin, J. (2019). ANALISIS EFISIENSI RELATIF TERHADAP PEMANFAATAN ASET TETAP DENGAN MENGGUNAKAN DATA ENVELOPMENT ANALYSIS (STUDI PADA PEMERINTAH DAERAH PROVINSI NTB). *Jurnal SEKURITAS (Saham, Ekonomi, Keuangan dan Investasi)*, 2(2), 33-59.
- Kahn, B. K., Strong, D. M., & Wang, R. Y. J. C. o. t. A. (2002). Information quality benchmarks: product and service performance. *45*(4), 184-192.
- Laksamana, A. (2018). *Public Relations in the Age of Disruption: 17 Pengakuan Professional PR & Kunci Sukses Membangun Karier pada Era Disrupsi: Bentang B first*.
- Leftheriotis, I., Giannakos, M. N., & Pappas, I. O. (2016). *Social Media Use For Work: Does Work Experience Really Matter?* Paper presented at the MCIS.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis. Jakarta: Salemba Empat*.
- Maturi, A. (2018). *The impact of social networking sites on employees' performance*. Paper presented at the 2018 15th Learning and Technology Conference (L&T).
- Naway, F., Letak, P., & Yusuf, D. (2017). *Komunikasi dan Organisasi Pendidikan. Gorontalo: Ideas Publishing*.
- Nelson, D. L., Quick, J. C., & Khandelwal, P. (2016). *Organizational behavior: A South Asian perspective*. In: Delhi: Cengage Learning India.
- Pavel Manakhov, P. D., & Ivanov, V. D. (2016). *Defining Usability Problems* 8.
- Quick, R., Schenk, N., Schmidt, F., Towara, T. J. J. o. M., & Governance. (2018). The impact of corporate governance on auditor choice: evidence from Germany. *22*(2), 251-283.
- Ramadhayanti, A. (2019). *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar: Elex media komputindo*.
- Robertson, B. W., & Kee, K. F. J. C. i. H. B. (2017). Social media at work: The roles of job satisfaction, employment status, and Facebook use with co-workers. *70*, 191-196.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*: John Wiley & Sons.
- Vermeeren, A. P., Law, E. L.-C., Roto, V., Obrist, M., Hoonhout, J., & Väänänen-Vainio-Mattila, K. (2010). *User experience evaluation methods: current state and development needs*. Paper presented at the Proceedings of the 6th Nordic conference on human-computer interaction: Extending boundaries.
- Wang, R. Y., & Strong, D. M. J. J. o. m. i. s. (1996). Beyond accuracy: What data quality means to data consumers. *12*(4), 5-33.
- Youn, S.-y., Lee, K.-H. J. F., & Textiles. (2019). Proposing value-based technology acceptance model: testing on paid mobile media service. *6*(1), 13.

