

## **IMPLEMENTASI METODE WEBQUAL 4.0 DAN CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) UNTUK MENGUKUR KUALITAS WEBSITE E-COMMERCE**

**Sudarto**

STMIK Mikroskil Medan, Jurusan Sistem Informasi, sudarto@mikroskil.ac.id

**Erlanie Sufarnap**

STMIK Mikroskil Medan, Jurusan Sistem Informasi, erlanie@mikroskil.ac.id

**Djoni**

STMIK Mikroskil Medan, Jurusan Sistem Informasi, djoni@mikroskil.ac.id

**Sophya Hadini Marpaung**

STMIK Mikroskil Medan, Jurusan Sistem Informasi, sophya.marpaung@mikroskil.ac.id

### **Abstract**

This research was conducted to evaluate the usability and user satisfaction of the website using the Webqual 4.0 method which refers to three variables, namely Service Interaction Quality, Information Quality and Usability Quality. To measure user satisfaction using the Customer Satisfaction Index (CSI). This research was conducted using a descriptive approach. Where, the data collected comes from questionnaires, notes or memos of researchers and other supporting documents in order to get a picture of the reality in developing the potential of the website in depth and thoroughly. The websites that are used as objects in this research are the JD.ID, Sociolla and Bhinneka websites. Based on the existing population of 4040 active students, the Slovin method was used to determine the number of samples, so the sample in this study was 364 respondents. Data collection was carried out by distributing questionnaires using google form, Instagram and whatapps. The results of this study indicate that the service quality of the three websites is categorized as good and very good. Meanwhile, the CSI calculation results show that users are satisfied and very satisfied with the three websites. So it can be said that the three websites have provided convenience and satisfaction to users in making various transactions.

### **Keywords:**

*Usability; WebQual 4.0; CSI; Website; User Satisfaction.*

### **Abstrak**

Penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi terhadap usability dan kepuasan pengguna dari website dengan menggunakan metode Webqual 4.0 yang merujuk pada tiga variabel yaitu Service Interaction Quality, Information Quality dan Usability Quality. Untuk mengukur kepuasan pengguna menggunakan Customer Satisfaction Index (CSI). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Dimana, data yang dikumpulkan berasal dari kuisioner, catatan atau memo peneliti dan dokumen pendukung lainnya sehingga didapatkan gambaran realita dalam mengembangkan potensi website secara mendalam dan tuntas. Website yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini adalah website JD.ID, Sociolla dan Bhinneka. Berdasarkan populasi yang ada sebesar 4040 mahasiswa/i aktif digunakan metode slovin untuk menentukan jumlah sampel, maka diperoleh sampel dalam penelitian ini sebesar 364 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner dengan menggunakan google form, Instagram dan whatapps. Hasil dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa kualitas layanan ketiga website dikategorikan baik dan sangat baik. Sedangkan hasil perhitungan CSI memperlihatkan pengguna merasa puas dan sangat puas terhadap ketiga website. Maka dapat dikatakan bahwa ketiga website telah memberikan kemudahan dan kepuasan kepada pengguna dalam melakukan berbagai transaksi.

### **Kata Kunci:**

*Usability; WebQual 4.0; CSI; Website; Kepuasan Pengguna.*

## 1. PENDAHULUAN

Selama 2018, fenomena digital terus menguat sehingga berdampak diberbagai sektor seperti halnya di sektor perbelanjaan online. Di era saat ini, kemajuan tersebut memberikan dampak positif yang sangat efektif dalam berbagai aktivitas bisnis. Mulai dari aktivitas pemesanan barang hingga penjualan barang kembali, semuanya dilakukan dengan mudah, kapan saja, dimana saja, dan pihak - pihak yang akan bertransaksi secara fisik tidak perlu harus dipertemukan. Transaksi jual beli secara online dikenal dengan istilah *e-commerce* yang proses jual belinya, pemasaran, pembayaran dan dukungan pada pelanggannya dilakukan melalui peranan teknologi informasi serta layanan web. Para konsumen mulai beralih dari toko konvensional ke toko online dengan adanya berbagai kemudahan dan keragaman fitur yang ditawarkan. Menurut hasil survei dari Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2019 ada sekitar 15,08 % unit usaha di Indonesia yang merupakan usaha di *e-commerce* dan sebanyak 53,10 % menjual produknya ke konsumen akhir serta 14,69 juta transaksi terjadi setiap tahunnya[1].

Seiring dengan fenomena *e-commerce* di Indonesia yang semakin meningkat, tentunya masih menimbulkan berbagai permasalahan. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat sepanjang tahun 2019, terdapat 34 kasus pengaduan atau komplain pelanggan terhadap berbagai *website e-commerce* di Indonesia. Sekitar 28,2 % mayoritas pelanggan mengeluh soal barang yang tidak diterima. Aduan kasus lain mencakup barang pesanan yang tidak sesuai spesifikasi (15,3 %) dan pengembalian dana atau *refund* (15,3 %). Ada juga keluhan terhadap sistem transaksi (12,8 %), penipuan (12 %), lain-lain (7 %), sistem server (5,1 %), dan sistem pembajakan akun (2,5 %). Rata-rata pelanggan mengadu dikarenakan sulitnya berkomunikasi dengan perwakilan *contact person* perusahaan dan komunikasi pelanggan dengan mesin di lapangan sangat sulit. Konsumen merasa buntu karena dialog dengan perusahaan hanya melalui sistem *chatting*. Maka dalam hal ini, perusahaan harusnya dapat menyediakan fitur khusus yang dapat membantu menghubungkan pelanggan dalam berkomunikasi secara efektif dengan *customer service*.

Dengan banyaknya *website e-commerce* yang ada di Indonesia, masing-masing website telah menyediakan navigasi yang hampir sama, mengkombinasi *image* yang besar dan kecil untuk menampilkan merk dan produknya [2]. Namun demikian, tentunya perbedaan kualitas berbagai *website e-commerce* sangat menarik untuk dievaluasi. Gabungan dari berbagai kriteria yang mencakup kualitas, metrik kualitas, rekomendasi kriteria, spesifik domain dan hal-hal lainnya merupakan beberapa faktor dalam menentukan sebuah kualitas website yang baik sehingga hubungan antara kebutuhan dan implementasi dapat saling terkait [3]. Tingkat kepuasan pengguna website itu sendiri sangat dipengaruhi dari kualitas website. Kualitas dari website akan semakin tinggi jika semakin banyaknya pengguna yang mengakses website tersebut. Salah satu langkah penting yang perlu dilakukan dalam mengembangkan website tersebut agar sesuai dengan tujuan dan harapan para penggunanya adalah dengan mengukur kualitas website tersebut.

Salah satu metode untuk mengukur kualitas suatu website adalah *webQual 4.0*. Metode *webqual 4.0* yang merupakan sebuah metode dalam melakukan pengukuran terhadap kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir. Pada *WebQual* versi 4.0, aspek kualitas site (*site quality*) digantikan dengan *usability*. Perubahan aspek tersebut dikarenakan *usability* lebih menekankan dari sisi persepsi pengguna, bukan dari sisi pengembang [4]. Literatur dalam interaksi manusia dan komputer (*human computer interaction*) dan *Web usability* merupakan acuan untuk dimensi *usability* pada metode *WebQual 4.0* [5]. Selain itu, terjadinya peningkatan kepuasan pengguna karena didasari adanya persepsi pengguna tentang kualitas layanan website yang dirasakan saat ini, dapat sesuai dengan tingkat harapan pengguna. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan website yaitu *Customer Satisfaction Index (CSI)*. *CSI* merupakan analisis kuantitatif berupa persentase pelanggan dalam suatu survey kepuasan pelanggan. *CSI* merupakan indeks yang dapat mengetahui dan menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan berdasarkan berbagai tingkat kepentingan dari masing – masing atribut setiap produk dan jasa [6]. Dengan mengimplementasikan metode *CSI*, indeks kepuasan pelanggan terhadap layanan website *e-commerce* akan diketahui[7]. Dalam penelitian ini, akan dilakukan evaluasi terhadap *usability* dan kepuasan pengguna dari website. Sehingga hasil dari evaluasi terhadap *usability* website tersebut, dapat digunakan sebagai rekomendasi dalam meningkatkan performa/kinerja website, baik dari sisi kecepatan, kemudahan akses, keakuratan maupun kelengkapan informasi dalam website tersebut dan meningkatkan kepuasan para pengguna.

## 2. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 2.1. Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan mengenai situasi atau kejadian baik satu variabel dan menghubungkan pada variabel lainnya [8]. Dimana, data yang dikumpulkan berasal dari kuisioner, catatan atau memo peneliti dan dokumen pendukung lainnya sehingga didapatkan gambaran realita dalam mengembangkan potensi website secara mendalam dan tuntas. Website yang dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini adalah website JD.ID, Sociolla dan Bhinneka. Berdasarkan hasil riset Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa mahasiswa/i dan para

karyawan merupakan pasar potensial dari kegiatan usaha di *e-commerce*, maka populasi penelitian merupakan pengguna dari mahasiswa/i yang ada di STMIK-STIE Mikroskil tahun ajaran 2015 – 2020 yang berjumlah 4040 orang. Hal ini juga dengan mempertimbangan ketersediaan tenaga peneliti, waktu dan dana yang terbatas. Berdasarkan populasi yang ada sebesar 4040 mahasiswa/i aktif, maka diperoleh sampel dalam penelitian ini sebesar 364 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisioner dengan menggunakan *google form*, *Instagram* dan *whatapps*. Rincian subsample ditunjukkan pada tabel 1.

Tabel 1. Subsample

Program Studi	Jumlah Populasi	Rumus Proporsi	Jumlah Sub Sampel
Teknik Informatika(S-1)	1414	$\frac{1414}{4040} \times 364$	127
Sistem Informasi(S-1)	1472	$\frac{1472}{4040} \times 364$	133
Akuntansi (S-1)	631	$\frac{631}{4040} \times 364$	57
Manajemen (S-1)	523	$\frac{523}{4040} \times 364$	47
<b>Total</b>	<b>4040</b>		<b>364</b>
<b>Total Responden</b>			

Kuesioner ini disusun berdasarkan pertanyaan yang sudah ditentukan pada metode WebQual 4.0 dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dengan menggunakan skala *Likert*, dimana kategori terdiri dari jawaban sangat setuju (SS) sampai sangat tidak setuju (STS), dimana angka 5 (lima) menunjukkan tanggapan yang bersifat positif (Sangat Setuju) terhadap pertanyaan yang diajukan, sedangkan angka 1 (satu) menunjukkan tanggapan bersifat negatif (Sangat Tidak Setuju).

## 2.2. Hasil Uji Kualitas Data

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk mencari nilai minimum, maximum, *mean* (rata-rata), dan simpangan baku (*standart deviation*) yang berhubungan dengan statistik data untuk data (kuisioner) yang telah dikumpulkan. Dalam penelitian ini, analisis dilakukan menggunakan SPSS untuk menghitung nilai minimum, maximum, mean, simpangan baku, validitas, realibity, dan MOI (Mean of Importance). Excel juga digunakan untuk menghitung *Webqual index*, *Weight Score*, dan juga *Costumer Satisfaction Indeks* (CSI). Hasil dari beberapa perhitungan berdasarkan 22 indikator pada variabel *Service Interaction Quality* (SIQ), *Information Quality* (IQ), dan *Usability Quality* (UQ) dan 364 responden ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2. Analisis Deskriptif

Variabel	Indikator	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviasi
(service interaction quality)	SIQ_01	364	1	5	4,00	0,577
	SIQ_02	364	2	5	3,68	0,633
	SIQ_03	364	2	5	4,00	0,598
	SIQ_04	364	2	5	3,90	0,633
	SIQ_05	364	2	5	4,06	0,600
	SIQ_06	364	2	5	3,79	0,639
	SIQ_07	364	1	5	3,53	0,928
	SIQ_08	364	2	5	3,90	0,583
(information quality)	IQ_01	364	2	5	3,85	0,573
	IQ_02	364	2	5	3,91	0,535
	IQ_03	364	2	5	3,88	0,555
	IQ_04	364	2	5	3,99	0,538
	IQ_05	364	2	5	3,94	0,567
	IQ_06	364	2	5	3,94	0,497
(usability quality)	UQ_01	364	2	5	4,08	0,557
	UQ_02	364	2	5	4,03	0,589
	UQ_03	364	2	5	3,97	0,584
	UQ_04	364	2	5	4,07	0,528
	UQ_05	364	2	5	4,04	0,513

	UQ_06	364	2	5	4,04	0,521
	UQ_07	364	2	5	3,95	0,535
	UQ_08	364	1	5	4,00	0,658

Data yang di peroleh adalah nilai minimum 2 (dua) yang menunjukkan adanya responden yang tidak setuju pada pernyataan peneliti, dan nilai maksimum 5 (lima) yang menunjukkan adanya responden yang sangat setuju dengan pernyataan peneliti. Mengacu pada nilai rata-rata (mean), menunjukkan bahwa pengguna website JD.id, Sociolla dan Bhinnka “Setuju” dengan *Service Interaction Quality(SIQ)*, *Information Quality(IQ)*, dan *Usability Quality(UQ)* yang ada. Untuk nilai *standart deviasi* yang lebih kecil dari *mean* menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam setiap atribut mempunyai variasi data yang kecil, sehingga simpangan data pada *Service Interaction Quality (SIQ)*, *Information Quality (IQ)*, dan *Usability Quality (UQ)* ini dapat dikatakan baik. Setelah berhasil melakukan analisis uji deskriptif dilanjutkan dengan uji validitas dan uji realibilitas. Dimana hasilnya ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	<i>r</i> hitung	<i>r</i> table	Status
(service interaction quality)	SIQ_01	0,682	0,103	Valid
	SIQ_02	0,419	0,103	Valid
	SIQ_03	0,669	0,103	Valid
	SIQ_04	0,719	0,103	Valid
	SIQ_05	0,593	0,103	Valid
	SIQ_06	0,662	0,103	Valid
	SIQ_07	0,678	0,103	Valid
	SIQ_08	0,687	0,103	Valid
(information quality)	IQ_01	0,749	0,103	Valid
	IQ_02	0,730	0,103	Valid
	IQ_03	0,775	0,103	Valid
	IQ_04	0,745	0,103	Valid
	IQ_05	0,777	0,103	Valid
	IQ_06	0,743	0,103	Valid
(usability quality)	UQ_01	0,780	0,103	Valid
	UQ_02	0,776	0,103	Valid
	UQ_03	0,722	0,103	Valid
	UQ_04	0,728	0,103	Valid
	UQ_05	0,635	0,103	Valid
	UQ_06	0,653	0,103	Valid
	UQ_07	0,681	0,103	Valid
	UQ_08	0,751	0,103	Valid

Berdasarkan tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa kolerasi antara masing-masing pernyataan (SIQ\_01 sampai dengan SIQ\_08) terhadap total skor *Service Interaction Quality(SIQ)*, *Information Quality(IQ)*, dan *Usability Quality(UQ)* menunjukkan hasil yang signifikan dan valid, dimana *r* hitung > *r* tabel. Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pernyataan *Service Interaction Quality(SIQ)*, *Information Quality(IQ)*, dan *Usability Quality(UQ)* adalah valid.

Setelah dilakukan uji validitas dengan SPSS, selanjutnya agar penelitian ini dapat dipercaya sebagai alat pengumpul data, maka dilanjutkan dengan menguji realibilitas atau menguji tingkat kepercayaan, dimana uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui ukuran satuan kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang disusun dalam bentuk kuesioner. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika, nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,7-0,9. Dimana Cronbach Alpha adalah untuk melihat apakah ada indikator-indikator yang tidak konsisten. Hasil perhitungan uji reliabilitas dari variabel *Service Interaction Quality(SIQ)*, *Information Quality(IQ)*, dan *Usability Quality(UQ)* ditunjukkan pada tabel 4.

**Tabel 4.** Hasil Uji realibilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Atribut	Status
<i>Service Interaction Quality</i>	0,784	8	Reliabilitas
<i>Information Quality</i>	0,847	6	Reliabilitas
<i>Usability Quality</i>	0,864	8	Reliabilitas

Berdasarkan tabel 4 diatas hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel *Service Interaction Quality*, *information Quality* dan *Usability Quality* mempunyai *Cronbach's Alpha* > 0,7-0,9 sehingga dapat dikatakan bahwa semua indikator pengukuran untuk masing-masing variabel yang disusun di kuesioner dinyatakan reliabilitas.

### 2.3. Hasil Webqual Index

Setelah mendapat hasil deskriptif dan juga hasil uji kualitas data maka dilanjutkan dengan menguji hasil *webqual index* dimana itu adalah salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna dan dilanjutkan dengan menentukan rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut atau *Mean of Importance* (MOI). Setelah menentukan *Mean of Importance* (MOI) maka dilanjutkan dengan menentukan *maximum score*, nilai rata kinerja, *weight score*. Setelah menentukan rata-rata dari hasil antara nilai yang diberikan responden terhadap kualitas website dari masing-masing pertanyaan *Weight Score*, maka dilanjutkan untuk menentukan *WebQual Index* (WQI). Dimana *Webqual Index* (WQI) adalah sebuah angka hasil penilaian yang digunakan untuk melihat kualitas sebuah sistem. Melalui WQI, patokan terhadap kualitas sebuah sistem dapat ditentukan berdasarkan bobot kepentingan dan jawaban yang diberikan oleh responden terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner [9]. Untuk mengetahui *webqual index* (WQI) dari masing-masing website, sebelumnya harus terlebih dahulu diketahui bobot kepentingan, *weight score*, *maximum score* sehingga nantinya bisa didapatkan nilai *webqual index* (WQI) dari masing-masing website. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 5.

**Tabel 5.** Hasil Perhitungan Webqual Index

Variabel	Indikator	JD.ID			SOCIOLLA			BHINNEKA		
		<i>Max.Sc ore</i>	<i>Weight Score</i>	<i>WQ I</i>	<i>Max.Sc ore</i>	<i>Weight Score</i>	<i>WQ I</i>	<i>Max.Sc ore</i>	<i>Weight Score</i>	<i>WQ I</i>
<i>(Service Interaction Quality)</i>	SIQ_01	19.99	15.98	0.80	20.98	16.67	0.79	17.40	21.6	1.24
	SIQ_02	18.40	13.54	0.74	20.52	17.37	0.85	17.47	21.77	1.25
	SIQ_03	20.00	16.00	0.80	20.95	17.66	0.84	17.56	16.65	0.95
	SIQ_04	19.52	15.24	0.78	21.13	17.89	0.85	17.31	22.43	1.30
	SIQ_05	20.30	16.48	0.81	21.26	18.06	0.85	17.66	16.45	0.93
	SIQ_06	18.96	14.37	0.76	21.36	17.37	0.81	17.56	17.72	1.01
	SIQ_07	17.65	12.46	0.71	20.95	17.46	0.83	17.54	19.04	1.09
	SIQ_08	19.49	15.19	0.78	21.00	17.41	0.83	17.56	20.77	1.18
<i>(Informati on Quality)</i>	IQ_01	19.27	14.85	0.77	21.14	17.69	0.84	17.17	21.23	1.24
	IQ_02	19.55	15.28	0.78	21.13	17.66	0.84	17.66	22.29	1.26
	IQ_03	19.41	15.07	0.78	21.15	17.71	0.84	17.19	18.65	1.08
	IQ_04	19.93	15.89	0.80	21.26	17.89	0.84	17.43	16.74	0.96
	IQ_05	19.70	15.52	0.79	21.06	17.55	0.83	17.87	17.11	0.96
	IQ_06	19.71	15.54	0.79	20.25	16.22	0.80	17.66	17.24	0.98
<i>(Usability Quality)</i>	UQ_01	20.40	16.65	0.82	21.24	17.85	0.84	16.81	21.53	1.28
	UQ_02	20.14	16.22	0.81	21.40	18.13	0.85	16.81	17.85	1.06
	UQ_03	19.87	15.79	0.79	21.54	18.36	0.85	17.14	18.65	1.09
	UQ_04	20.35	16.56	0.81	21.18	17.76	0.84	16.47	16.37	0.99
	UQ_05	20.19	16.31	0.81	21.44	18.20	0.85	16.50	20.04	1.21
	UQ_06	20.18	16.29	0.81	21.32	17.99	0.84	17.04	19.63	1.15
	UQ_07	19.74	15.59	0.79	20.89	17.27	0.83	17.32	16.25	0.94
	UQ_08	19.99	15.98	0.80	21.09	17.59	0.83	17.74	19.38	1.09
<b>Total</b>		432.70	340.78	0.79	464.23	387.73	0.84	380.87	419.39	1.10

Pada tabel 5 di atas menerangkan bahwa total dari *maximum score* adalah 432.700 dan total dari *weight score* adalah 340,779, sehingga perhitungan untuk nilai *WebQual Index* pada website JD.id adalah 0,79 berarti bahwa tingkat kualitas website JD.id dikategorikan memiliki layanan yang baik. Berikutnya, diketahui total dari *maximum score* adalah 464.23 dan total dari *weight score* adalah 387,73, sehingga perhitungan untuk nilai *WebQual Index*

pada website Sociolla adalah 0,84 berarti bahwa tingkat kualitas website Sociolla dikategorikan memiliki layanan yang sangat baik. Serta total dari *maximum score* adalah 380,87 dan total dari *weight score* adalah 419,39, sehingga perhitungan untuk nilai *WebQual Index* pada website Bhinneka adalah 1,10 berarti bahwa tingkat kualitas website Bhinneka dikategorikan memiliki layanan yang sangat baik. Hasil dari WQI ketiga website tersebut menunjukkan bahwa kualitas layanan dari website *e-commerce* sangat baik. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang diperoleh oleh J.Andry et.al tahun 2019 bahwa analisis *website E-Commerce* menggunakan metode Webqual 4.0 yang berfokus pada dimensi *Usability*, *Information Quality* dan *Service Interaction Quality* menunjukkan bahwa rata-rata responden dari mahasiswa merasa puas dengan fasilitas, menu dan konten yang ada [10].

Pengukuran yang didapat dari *Webqual Index* digunakan untuk menentukan standart dari sebuah website secara keseluruhan, maka setelah itu dilanjut dengan pengukuran dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI). Metode ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna secara menyeluruh dengan memperhatikan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa. Nilai CSI dalam penelitian ini dibagi dalam lima kriteria, dari tidak puas sampai dengan sangat puas seperti yang terdapat pada tabel 6.

**Tabel 6. Kriteria Nilai CSI [11]**

No	Nilai Index (100%)	Kriteria
1	81% - 100%	Sangat Puas
2	66% - 80%	Puas
3	51% - 65%	Cukup Puas
4	35% - 50%	Kurang Puas
5	0% - 34%	Tidak Puas

Hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 8.

**Tabel 7. Hasil Perhitungan CSI**

No	Nama Website	Nilai CSI	Keterangan
1	JD.id	78.8%	Puas
2	Sociolla	84%	Sangat Puas
3	Bhinneka	69.3%	Puas

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh nilai CSI pada JD.id dalam skala sebesar 0,788 atau 78,8 %. Maka index kepuasan pengguna pada website JD.id berada pada rentang 66% - 80% yang memiliki kriteria bahwa website JD.id dikalangan Mahasiswa STMIK-STIE Mikroskil merasa puas terhadap kinerja layanan yang diberikan. Untuk website Sociolla diperoleh nilai CSI dalam skala sebesar 0,84 atau 84%. Maka index kepuasan pengguna pada website Sociolla berada pada rentang 81% - 100% yang memiliki kriteria bahwa website Sociolla dikalangan Mahasiswa STMIK-STIE Mikroskil merasa sangat puas terhadap kinerja layanan yang diberikan. Dan website Bhinneka memperoleh nilai CSI dalam skala sebesar 0,693 atau 69,3%. Maka index kepuasan pengguna pada website Bhinneka berada pada rentang 66% - 80% yang memiliki kriteria bahwa website Bhinneka dikalangan Mahasiswa STMIK-STIE Mikroskil merasa puas terhadap kinerja layanan yang diberikan. Hasil ini menunjukkan bahwa rata pengguna merasa puas terhadap kinerja layanan ketiga website *e-commerce* tersebut. Hal ini selaras dengan hasil penelitian yang didapat oleh Aryadita et.al tahun 2017, bahwa rata – rata responden merasa puas dengan konten (fasilitas, tampilan,informasi) dari *website e-commerce* [9].

## 2.4. Pembahasan

Pembahasan analisis kualitas terhadap website JD.id, Sociolla dan Bhinneka menggunakan metode *Webqual 4.0* dibagi berdasarkan (tiga) dimensi, yaitu *service interaction quality*, *information quality*, dan *usability quality*. Ketiga variabel disusun dalam bentuk kuesioner untuk memperoleh persepsi responden mengenai kualitas yang dirasakan dan yang diharapkan pada saat menggunakan layanan ketiga website tersebut, dimana jumlah responden adalah 364 (tiga ratus enam empat). Pembahasannya adalah sebagai berikut:

### a. Kualitas Layanan Interaksi (*Service Interaction Quality*)

Untuk menganalisis kualitas layanan interaksi ketiga website terdapat 8 (delapan) atribut pada variabel ini yang dinilai berdasarkan kepentingan dan kinerja. Berdasarkan Nilai *Webqual Index* (WQI) dimana terdapat beberapa nilai atribut dari nilai terendah ke nilai tertinggi pada variabel ini. Pada website JD.id dengan nilai WQI tertinggi sebesar 0,80 yaitu website memiliki suasana komunitas yang baik. dan nilai WQI terendah 0,71, sehingga perlu dipertimbangkan untuk mengoptimalkan website dalam meningkatkan kepercayaan atas informasi yang disampaikan. Pada website Sociolla, berdasarkan nilai WQI sebesar 0,85 maka sudah secara

- optimal membangun interaksi antara pengguna dengan website dan website memiliki tampilan yang bagus dan menarik dan memiliki reputasi yang baik. Dan untuk website Bhinneka, sudah secara optimal menyediakan kualitas layanan interaksi *website* pada pengguna.
- b. **Kualitas Informasi (*Information Quality*)**  
Untuk menganalisis kualitas informasi ketiga website terdapat 6 (enam) atribut pada variabel ini yang dinilai berdasarkan kepentingan dan kinerja. Berdasarkan Nilai *Webqual Index* (WQI) dimana terdapat beberapa nilai atribut dari nilai terendah ke nilai tertinggi pada variabel ini. Bahwa website JD.id sudah menyediakan informasi secara akurat tetapi perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan kualitas penyampaian informasi yang tepat waktu kepada pengguna. Untuk website Sociolla sudah menyediakan informasi secara akurat, terpercaya, tepat waktu dan relevan, walau demikian, perlu dipertimbangkan untuk menyajikan informasi dalam format yang tepat. Pada website Bhinneka, para pengguna menganggap bahwa informasi yang tersedia pada website dapat dipercaya. Namun demikian, perlu dipertimbangkan agar website dapat menyediakan informasi yang lebih relevan dan lebih mudah dipahami.
  - c. **Kualitas Kegunaan (*Usability Quality*)**  
Untuk menganalisis kualitas *usability* ketiga website terdapat 8 (delapan) atribut pada variabel ini yang dinilai berdasarkan kepentingan dan kinerja. Berdasarkan Nilai *Webqual Index* (WQI) dimana terdapat beberapa nilai atribut dari nilai terendah ke nilai tertinggi pada variabel ini. Pada website JD.id dengan nilai WQI tertinggi sebesar 0,82 yaitu website JD.id mudah untuk dioperasikan, walaupun demikian perlu dipertimbangkan untuk mengoptimalkan dalam memberikan kemudahan pada navigasi. Sementara pada website Sociolla, berdasarkan nilai WQI sebesar 0,85 lebih optimal dalam memberikan kemudahan pada navigasi menu dan perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan pengalaman positif bagi pengguna dalam mengakses website. Pada website Bhinneka, sudah secara optimal memberikan kemudahan dalam mengoperasikan website bagi pengguna tetapi website, namun perlu dipertimbangkan untuk meningkatkan website dalam menyampaikan kompetensinya.
  - d. ***Customer Satisfaction Index* (CSI)**  
Dari hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan skor rata-rata tingkat kinerja dari masing-masing atribut webqual. Kepuasan pengguna penting dalam mengetahui tingkat kepuasan pengguna, maka pengelolaan dapat melakukan evaluasi secara berskala untuk memperbaiki apa yang kurang bagus dan dapat meningkatkan pelayanan yang memiliki nilai yang lebih bagus. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) masuk dalam kategori puas dan sangat puas. Ini artinya para pengguna website merasa puas dan sangat puas terhadap kinerja layanan yang diberikan oleh website. Walaupun demikian, perlu dipertimbangkan untuk dapat lebih mengoptimalkan kualitas website agar pengguna merasakan kinerja dari atribut-atribut website semakin lebih baik.

### 3. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dari ketiga kualitas website dengan berfokus pada tiga dimensi berdasarkan metode WebQual 4.0, pengguna merasa website JD.id, Sociolla dan Bhinneka sudah memberikan kemudahan dan kepuasan dalam melakukan berbagai transaksi. Walaupun demikian, masih ada beberapa hal yang harus menjadi pertimbangan bagi ketiga pihak pengelola website untuk meningkatkan kualitas layanan pada website seperti *Service Interaction Quality* dan *Usability Quality*.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik, *Statistik E-Commerce 2019*. 2019.
- [2] A. Meyliana, "Pengukuran Kualitas Situs Jual Beli Online Menggunakan Metode WebQual," *Indones. J. Softw. Eng.*, vol. 4, no. 1, pp. 14–20, 2018, doi: 10.31294/ijse.v4i1.6232.
- [3] E. Rohrer, R. Motz, and A. Diaz, "Modelling a Web site quality-based recommendation system," *Int. J. Web Inf. Syst.*, vol. 7, no. 4, pp. 396–420, 2011, doi: 10.1108/17440081111187574.
- [4] M. J. Roche, A. L. Pincus, M. R. Lukowitsky, K. S. Ménard, and D. E. Conroy, "An integrative approach to the assessment of narcissism," *J. Pers. Assess.*, vol. 95, no. 3, pp. 237–248, 2013, doi: 10.1080/00223891.2013.770400.
- [5] U. da C. Leonidio, R. M. da S. Montezano, and F. A. de Carvalho, "Evaluation of the perceived Quality of the Website of an Online Bookstore: an Empirical Application of the Carnes and Vidgen Model," *JISTEM J. Inf. Syst. Technol. Manag.*, vol. 8, no. 1, pp. 109–

- 130, 2011, doi: 10.4301/s1807-17752011000100006.
- [6] S. A. Fudhila Nengsih, R. Lestari, and R. Husna, “Integrasi Metode Importance Performance Analysis Dan Model Kano Dalam Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus: Perpustakaan Universitas Andalas),” *J. Mat. UNAND*, vol. 5, no. 3, p. 31, 2016, doi: 10.25077/jmu.5.3.31-39.2016.
- [7] S. M. Widodo and J. Sutopo, “Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-commerce Model Business to Customer,” *J. Inform. Upgris*, vol. 4, no. 1, pp. 38–45, 2018.
- [8] W. Sastika, “Analisis Pengaruh Kualitas Website (WebQual 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian pada Website e-commerce Traveloka,” *Sentika*, vol. 2016, no. Sentika, pp. 18–19, 2016.
- [9] H. Aryadita, D. A. Widyastuti, and N. H. Wardani, “Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0,” *Anal. Kualitas Layanan Website E-Commerce Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metod. Webqual 4.0*, vol. 10, no. 1, pp. 29–35, 2017, doi: 10.15408/sijsi.v10i1.7747.
- [10] J. F. Andry, K. Christianto, and F. R. Wilujeng, “Using Webqual 4.0 and Importance Performance Analysis to Evaluate E-Commerce Website,” *J. Inf. Syst. Eng. Bus. Intell.*, vol. 5, no. 1, p. 23, 2019, doi: 10.20473/jisebi.5.1.23-31.
- [11] O. G. Hekhmattyar and D. Supriyadi, “Measurement Satisfaction Information System Quality Service On BSI Using Webqual And CSI,” *Indones. J. onComputer Inf. Technol.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–6, 2017.