

PAPER NAME

3519-113607-1-ED. edtrev.docx

AUTHOR

ibu ulfah

WORD COUNT

5038 Words

CHARACTER COUNT

33239 Characters

PAGE COUNT

14 Pages

FILE SIZE

600.5KB

SUBMISSION DATE

Jul 6, 2022 9:34 PM GMT+7

REPORT DATE

Jul 6, 2022 9:37 PM GMT+7

● 9% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 9% Internet database
- 5% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 6% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less than 15 words)



ANALISIS KUALITAS WEBSITE DENGAN METODE WEBQUAL 4.0 DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS

AZZAM AFDHALUL IHSAN
ULFAH HIDAYATI
MARDINAWATI

Politeknik Negeri Semarang
Jalan Prof. H. Soedarto, S.H, Tembalang, Semarang, Indonesia

Article History: (diisi editor)

Received :
Revised :
Accepted :
Published :

Corresponding author:

abc@email.com

Cite this article: (diisi editor)

Author, A., & Author, B. (20xx). Title.
Keunis, x(x), xx-xx.

DOI: (diisi editor)

10.32497/keunis.vvix.xxxx

Abstract: ¹³ *This study aims to analyze the quality of the Tokopedia website based on user perceptions, using the WebQual 4.0 method and knowing the gap between the level of performance and the level of user interest and indicators that are the main priority for improvement based on Importance Performance Analysis (IPA). The dimensions used in WebQual 4.0 consist of usability, information quality and interaction quality. The sample in this study was 100 respondents using the Tokopedia website. Based on the results of research using WebQual 4.0, the quality of the Tokopedia website has a WebQual Index with a score of 0.85 which can be said was good because it is close to 1,00. Based on Importance Performance Analysis, at first quadrant, there are four indicators that need to improved their performance. The average value of the gap for each dimension, the usability dimension has a 0.24 gap, the information quality dimension is -0.32 and the interaction quality is -0.32. The value of the most significant gap lies in the indicator that the Tokopedia Website guarantees the security of users' personal data information of -0.72 which means more attention and improvement should be given to the indicators that have the most significant gap.*

Keywords : Website Tokopedia, WebQual 4.0, Importance Tingkat performance Analysis

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis mutu website Tokopedia berdasar kesan pemakai menggunakan metode WebQual 4.0 dan mengetahui ketimpangan antara tingkat performa dan tingkat kebutuhan pemakai serta parameter yang menjadi prioritas utama perbaikan berdasarkan Importance Performance Analysis (IPA). Sampel pada penelitian ini yaitu 100 responden pemakai website Tokopedia. Berdasarkan WebQual 4.0, mutu website Tokopedia memiliki WebQual Index dengan skor 0,85 yang bisa dikatakan bagus karena mendekati angka 1,00. Berdasar Importance Performance Analysis yang dilakukan, diperoleh hasil pada kuadran satu terdapat empat parameter yang perlu untuk ditingkatkan kinerjanya. Nilai rata-rata gap untuk masing-masing ukuran yaitu ukuran kegunaan memiliki ketimpangan sebesar -0,24, ukuran mutu informasi sebesar -0,32 dan ukuran mutu interaksi -0,32. Nilai ketimpangan terbesar terletak pada parameter Website Tokopedia menjamin keamanan informasi data pribadi pemakai sebesar -0,72 yang

berarti harus lebih diberi perhatian dan perbaikan pada parameter yang memiliki *gap* terbesar tersebut.

Kata kunci : *Website Tokopedia, WebQual 4.0, Importance Performance Analysis*

PENDAHULUAN

E-commerce (Electronic commerce) adalah teknologi yang bisa diimplementasikan oleh suatu bisnis dalam upaya agar bisa berkompetisi dalam usaha/bisnis yang semakin lama semakin ketat. Bisnis yang mampu berkompetisi adalah bisnis yang bisa menerapkan teknologi. Diantara penerapan teknologi untuk meningkatkan kemampuan dalam kompetisi usaha adalah penerapan *electronic commerce (e-commerce)*. *E-commerce* diartikan sebagai suatu proses penjualan dan pembelian diantara dua belah pihak melalui pertukaran, jasa, barang ataupun informasi melalui media internet (Tharob, et.al, 2017). Di Indonesia bisnis *e-commerce* mengalami peningkatan yang tajam dengan adanya pandemi sejak awal tahun 2020. Adanya pembatasan aktifitas masyarakat menjadikan bisnis berbasis online tersebut mengalami pertumbuhan nilai yang pesat, yaitu sekitar 33 persen di tahun tersebut, dari sekitar Rp 253 trilyun meningkat menjadi sekitar 337 trilyun. (Atome, 2022).

Pemanfaatan teknologi dalam sistem informasi sangat membantu masyarakat dalam melakukan transaksi ekonomi baik barang atau jasa (Tharob, et.al, 2017). Transaksi jual beli secara *online* mengakibatkan berbagai macam produk barang ataupun jasa dapat di lihat produknya, harganya maupun reuiu dari pihak yang telah menggunakan produk tersebut, bahkan dapat saling berinteraksi tanpa harus bertemu muka ataupun datang ketempat dimana barang tersebut berada. Pemanfaatan *e-commerce* diharapkan mampu memberikan keutamaan dalam hal keamanan, keluwesan, kombinasi, peningkatan kedayagunaan serta peningkatan produktivitas dan laba (Fahmi, 2016). Salah satu faktor yang memicu seseorang melakukan transaksi *e-commerce* adalah *website*. *Website* berisikan seluruh informasi yang dapat membantu pengguna dalam menemukan informasi yang akan membantu dalam menjawab pertanyaan yang timbul. *Website* yang baik memiliki ciri-ciri antara lain *responsive*, tidak memiliki banyak iklan, kecepatan *loading*, dan konten menarik (Inge, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa semakin *up to date* informasi yang tersaji pada *website* maka semakin banyak pengguna yang mengakses *website* tersebut. Dilansir dari artikel yang dimuat pada CNN Indonesia (2020) faktor keamanan data menjadi sangat penting karena mencakup seluruh data baik data pribadi maupun data transaksi. Kebocoran data yang terkadang terjadi akan membuat pengguna berhati hati dalam mengunjungi website *e-commerce*, sehingga kualitas website harus selalu ditingkatkan.

Kualitas *website e-commerce* mempengaruhi banyaknya pelanggan yang memutuskan untuk berbelanja pada *e-commerce* (Rosita et al, 2014). Sehingga pengukuran kualitas website menjadi sesuatu yang sangat penting bagi perusahaan. Pengukuran kualitas website dapat menggunakan Metode WebQual 4.0 (Waliya, 2016). Beberapa penelitian yang menggunakan metode tersebut dalam menilai kualitas web antara lain Apriliani et.al (2020) melakukan penelitian menggunakan metode *WebQual 4.0* dan *Importance Performance Analysis* pada situs detik.com, hasilnya menunjukkan *website* belum sesuai dengan harapan pengguna terutama kualitas layanan dan kinerja sehingga diperlukan evaluasi dan perbaikan untuk menjaga kualitas website. Devitasari et.al (2021) melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang sama yakni *WebQual 4.0* dan *Importance Performance Analysis (IPA)* pada website tokome yang bergerak dibidang jasa pembuatan *merchandise* hasilnya menunjukkan bahwa kualitas *website* belum memenuhi ekspektasi atau keinginan pengguna. Sedangkan hasil analisa IPA menekankan beberapa indikator yang perlu diperbaiki terkait kemudahan penggunaan, keamanan, layanan, dan ketersediaan informasi yang *up to date*. Landaoe dan Sari (2018) meneliti kualitas *website* shopee menggunakan *WebQual 4.0*. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas penggunaan dan kualitas layanan sudah baik namun kualitas informasi memperoleh tanggapan yang rendah sehingga perlu melakukan filterisasi atas informas yang dimuat oleh toko online yang tergabung dalam shopee. Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu kualitas *website* menunjukkan belum maksimal baik dari aspek kualitas pengguna, kualitas informasai maupun kualitas layanan. Sedangkan IPA yang diklasifikasikan menjadi 4 kuadran mengenai informasi, *design*, kemudahan akses belum

terkelola dengan maksimal sehingga perlu dilakukan perbaikan dan evaluasi yang berkesinambungan.

Tokopedia merupakan perusahaan perdagangan elektronik atau sering disebut toko *online* yang berdiri sejak 2009. Berdasarkan peta e-commerce Indonesia pada kuartal pertama tahun 2022 jumlah pengunjung website terbanyak di negara Indonesia peringkat 1 di duduki oleh Tokopedia (Sari, 2022).

Top 5 Website E-Commerce Terpopuler di Asia Tenggara

Data peringkat website e-commerce berdasarkan jumlah pengunjung website terbanyak pada Q1 2022

Peringkat	Indonesia	Malaysia	Singapura	Thailand	Filipina	Vietnam
1	Tokopedia	Shopee	Shopee	Shopee	Shopee	Shopee
2	Shopee	PG Mall	Lazada	Lazada	Lazada	Thế Giới Di Động
3	Lazada	Lazada	Amazon	Central Online	Zalora	Điện Máy Xanh
4	Bukalapak	Zalora	Qoo10	JD Central	Ebay	Lazada
5	Orami	GoShop	Castlery	HomePro	Beauty MNL	Tiki

Sumber: IPrice Group

Gambar 1 Peringkat Website E Commerce Berdasarkan Jumlah Pengunjung

Tahun 2021, Tokopedia berhasil menduduki peringkat pertama situs e-commerce paling populer di Indonesia dengan pengunjung website terbanyak dibanding *website e-commerce* lainnya.

Toko Online	Pengunjung Web Bulanan	Ranking AppStore	Ranking PlayStore	Twitter	Instagram	Facebook	Jumlah Karyawan
1 Tokopedia	157,443,300	#2	#4	1,000,000	4,876,410	6,523,340	6,109
2 Shopee	138,776,700	#1	#1	719,900	8,348,130	24,173,450	6,193
3 Lazada	28,173,300	#3	#2	455,700	3,085,550	31,934,320	5,543
4 Bukalapak	25,760,000	#6	#7	232,300	1,776,710	2,516,190	2,503
5 Orami	16,683,300	n/a	n/a	5,720	11,770	350,940	215
6 Blibli	15,686,700	#8	#5	569,400	2,018,600	8,656,810	2,230
7 Ralali.com Ralali	5,923,300	#22	n/a	3,950	53,770	91,000	187
8 Zalora	3,310,000	#4	#8	6,440	743,730	8,008,550	625
9 JD ID	3,026,700	#7	#6	54,000	641,740	999,050	1,330
10 Sociolla	1,913,300	#5	#3	6,850	1,028,750	18,050	658

Sumber: <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>

Gambar 2 Peringkat Website E Commerce Berdasarkan Jumlah Pengunjung

Kemudahan akses yang diberikan melalui *website marketplace* akan membuat para penjual ataupun pembeli mendapatkan wadah untuk melakukan jual beli yang lebih mudah dibandingkan dengan melakukan jual beli secara konvensional. Tokopedia menyediakan layanan *marketplace* yang dapat diakses melalui portal Tokopedia dengan alamat website <https://www.tokopedia.com/>. Keberadaan *marketplace* membuat jual beli menjadi lebih efisien dan memudahkan bagi semua pihak antara penjual maupun pembeli dalam bertransaksi. Tokopedia sebagai perusahaan teknologi Indonesia dengan misi mencapai pemerataan ekonomi secara digital yang telah menjangkau 99% wilayah, menyediakan 40 lebih produk digital, 865 juta produk terdaftar dalam platform, 86,5% pebisnis baru yang bergabung sebagai penjual, 12 juta lebih penjual terdaftar, lebih dari 60% pesanan terkirim tepat waktu, sebanyak 2,5 kali peningkatan UMKM selama masa pandemi. Dampak keberadaan Tokopedia terhadap perekonomian Indonesia antara lain memberdayakan 90% penjual berskala mikro, jumlah penjualan meningkat 133%, 76,4% penjual merasakan kemudahan dalam mengelola bisnis online di Tokopedia, serta mendorong inklusi keuangan di Indonesia (Tokopedia, 2022). Berdasarkan informasi diatas, kualitas website e-commerce Tokopedia telah dikelola dengan baik seiring bertambahnya pengguna baru yang akan bertindak sebagai penjual maupun pembeli.

Tinggi rendahnya kualitas sebuah website ditentukan oleh standar. Sebuah organisasi harus dapat

menyusun strategi dalam meningkatkan layanan website untuk dapat terus bersaing (Rosita, et.al, 2014). WebQual 4.0 metode yang paling tepat dan efektif untuk melakukan sebuah pengevaluasian kualitas dari suatu website yang terdiri dari *usability* (Kegunaan), *information quality* (Kualitas Informasi) dan *service interaction quality* (Kualitas Interaksi Layanan). Teknik analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) berupaya dalam mendapatkan hasil kualitas layanan dan mengetahui atribut dari penilaian yang menjadi prioritas utama untuk melakukan evaluasi dalam menganalisis tingkat kesesuaian antara kinerja dengan harapan pengguna (Rosyadi dan Indartono, 2020).

Hasil penelitian Ardiansyah (2020) menyatakan bahwa analisis *gap/ketimpangan* memberikan hasil bahwa mutu sesungguhnya yang dinikmati oleh pemakai belum memenuhi mutu ideal (*importance*) yang diinginkan. Parameter variabel yang menjadi preferensi penting untuk perbaikan adalah parameter IQ2 pada variabel *information quality* yaitu "informasi yang bisa dipercaya" dan parameter SI2 pada variabel *service interaction* "keamanan transaksi". Penelitian yang dilakukan Abdu'a dan Wasiyanti, (2019) mengungkapkan bahwa dari 3 (tiga) ukuran WebQual 4.0 hanya ukuran *Information Quality* yang dinilai memiliki pengaruh terhadap kepuasan pemakai *website e-commerce* Shopee, sedangkan ukuran *Usability* dan *Interaction Quality* tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pemakai *website e-commerce* Shopee. Rosyadi dan Indartono (2020) melakukan riset tentang kualitas website madrasah Aliyah hasilnya menunjukkan bahwa website tersebut belum memenuhi harapan responden dan belum maksimal karena harapan (*importance*) responden lebih besar dari kinerja (*performance*) website, sehingga website Madrasah Aliyah Syamsul Huda Kedungreja perlu dilakukannya peningkatan kualitas karena belum memenuhi harapan (*importance*) responden. Akbar dan Zuliestiana (2017) menunjukkan hasil penilaian responden pada Website Quality, Lazada.co.id unggul pada 3 dimensi WebQual yaitu *usability*, *information quality* dan *service interaction* dibanding dengan mataharimall.com. Tingkat pengalaman pengelola website berperan penting dalam menunjang kualitas website.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis mutu *website* Tokopedia berdasar pada kesan pemakai menggunakan metode *WebQual 4.0* dan juga untuk mengetahui ketimpangan antara tingkat performa dan tingkat kebutuhan pemakai serta parameter yang menjadi acuan utama untuk memperbaiki menurut *Importance Performance Analysis*.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

E-Commerce

Mariza Arfina dan Robert Marpuan mendefinisikan *E-Commerce* adalah cara berbelanja atau berniaga secara daring atau penjualan langsung yang menggunakan internet dengan mengakses *website* yang menyediakan fasilitas "get and deliver" (Saswiana, 2020). Dari uraian tersebut bisa disimpulkan bahwa *E-Commerce* adalah aktivitas perniagaan atau jual beli yang hanya dilakukan melalui suatu jaringan internet. *Website Marketplace* Tokopedia memberikan fasilitas layanan yang dapat dipergunakan oleh pembeli maupun penjual untuk mendapatkan informasi maupun melakukan transaksi, fasilitas yang disediakan antara lain:

1. Melihat saldo dan pengisian saldo TokoCash yang sekarang sudah berubah karena Kerjasama dengan OVO;
2. Pembelian barang bagi pembeli dan penjualan barang bagi penjual;
3. Membayar berbagai tagihan, seperti Tiket Kereta Api, PDAM, BPJS, Voucher Game, dan yang lain lain; dan
4. Komunikasi antar penjual dan pembeli di *marketplace* Tokopedia melalui fasilitas *chat inbox*.

Mutu Website

Website adalah sarana yang dipergunakan untuk mawadahi data gambar, teks, suara, dan animasi yang dapat ditampilkan di internet dan dapat dibuka oleh komputer yang telah dihubungkan dengan jaringan internet secara global. Moustakis, Litos, Dalivigas dan Tsironis mendefinisikan *website* sebagai bagian dari keseharian yang digunakan untuk saling bertukar dan menyampaikan informasi antar komunitas pemakai. Informasi yang diberikan disampaikan dalam berbagai macam bahasa, jenis, dan bentuk, menggabungkan gambar, teks, video, dan suara untuk memberikan informasi, meyakinkan, menjual, menyajikan perspektif, bahkan diharapkan dapat mengubah kepercayaan atau sikap. Kriteria situs web yang baik mencakup kegunaan, konten, desain, navigasi, dan interaktif (Wulandari, 2018).

Hasanov dan Khalid (2015), mengungkapkan bahwa kesan pemakai tentang mutu *website* adalah berdasar fitur di *website* yang mencukupi keperluan pemakai dan mengedepankan kelebihan dari *website* tersebut. Mutu *website* meliputi mudah tidaknya *website* tersebut digunakan, baik tidaknya informasi yang disajikan dan aman tidaknya *website* yang digunakan. Mutu dari *website* yang dirasakan pemakai akan mempengaruhi pemakai dalam menggunakan *website* tersebut.

Pengukuran

Dalam pengantar penilaian pendidikan Umar mendefinisikan pengukuran sebagai suatu kegiatan untuk mendapatkan informasi data secara kuantitatif. Pengukuran mutu *website* dilakukan dengan kuesioner yang memuat tiga ukuran *WebQual 4.0* yang terdiri dari 22 parameter. Pengukuran mutu *website* berdasarkan kesan pemakai, yaitu kesan mengenai mutu layanan yang dirasakan (*actual*) dengan tingkat harapan (*ideal*) (Utami, 2021).

WebQual 4.0

WebQual 4.0 adalah metode untuk mengukur mutu *website* yang didasarkan pada kesan pemakai akhir. Barnes dan Vidgen menyatakan ada lima faktor dalam instrumen *WebQual 4.0*. Faktor-faktor ini dikelompokkan menjadi tiga komponen utama yaitu (Adi, et.al, 2020):

1. Kemudahan (*usability*) berkaitan dengan “desain situs” dan “kegunaan” misalnya kemudahan penggunaan, penampilan dan navigasi, serta gambar dikirimkan kepada pemakai.
2. Mutu informasi (*information quality*) memuat mutu isi situs yaitu kesesuaian informasi untuk keperluan pemakai, contohnya relevansi, format dan akurasi.
3. Mutu interaksi (*interaction quality*) memuat tentang pengalaman pemakai karena mereka mempelajari situs lebih dalam, dimanifestasikan oleh “empati” dan “kepercayaan” contohnya masalah transaksi dan informasi keamanan, personalisasi, pengiriman produk, dan komunikasi dengan pemilik situs.

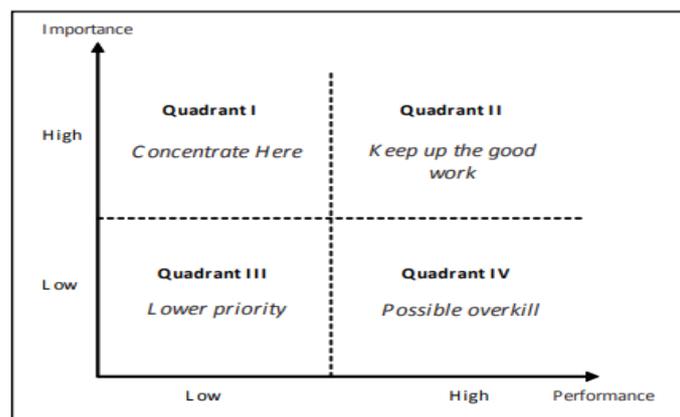
Tabel 1 Dimensi WebQual 4.0

Kategori	Indikator
Kegunaan (<i>Usability</i>)	
US1	1 I find the site easy to learn to operate
US2	My interaction with the site is clear and understandable
US3	I find the site easy to navigate
US4	I find the site easy to use
US5	The site has an attractive appearance
US6	The design is appropriate to the type of site
US7	The site conveys a sense of competency
US8	The site creates a positive experience for me
Kategori	Indikator
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	
INF1	Provides accurate information
INF2	Provides believable information
INF3	Provides timely information
INF4	Provides relevant information
INF5	Provides easy to understand information
INF6	Provides information at the right level of detail
INF7	Present the information in appropriate format
Kategori	Indikator
Interaksi Layanan (3) (<i>Service interaction</i>)	
INT1	Has a good reputation
INT2	It feels safe to complete transaction
INT3	My personal information feels secure
INT4	Creates a sense of personalization
INT5	Convey a sense of community
INT6	Make it easy to communicate with the organization
INT7	I feel confident that goods/services will be delivered as promised

Sumber: Barnes dan Vidgens, (2002) dalam Adi et.al (2020)

Importance Performance Analysis

Martilla dan James menyatakan bahwa *Importance Performance Analysis* merupakan teknik untuk mengidentifikasi atribut-atribut (parameter) tingkat kebutuhan dan kesan terhadap mutu suatu objek yang berguna untuk menentukan parameter apa yang telah sesuai dengan keinginan pemakai dan parameter apa yang harus mengalami perbaikan (Khaliq, 2018). Pada teknik ini, hal yang dilakukan dengan menghubungkan nilai tingkat *performance*/kinerja pada sumbu X dengan nilai *importance*/kepentingan pada sumbu Y. Berdasarkan hasil *Importance Performance Analysis*, akan dapat diketahui tingkatan tiap-tiap atribut (parameter) menurut hasil skor penilaian pemakai pada gambar 3 berikut.



Sumber: Gwo-Hshiang Tzeng & Hung Fan Chang, 2011
Gambar 3 Kuadran Importance Tingkat performance Analysis

Importance Performance Matrix terdiri dari 4 (empat) kuadran, dibatasi dengan dua buah garis yang saling tegak lurus pada titik (X,Y). Titik X menunjukkan tingkat performa perusahaan dan titik Y menunjukkan tingkat kebutuhan pelanggan. Penjelasan mengenai 4 (empat) kuadran pada *Importance Performance Analysis* adalah sebagai berikut:

1. Kuadran I (*Concentrate Here*)
Area yang membuat atribut-atribut yang memiliki tingkat kebutuhan yang relatif tinggi tetapi kenyataannya belum seperti harapan pemakai. Atribut-atribut dalam kuadran ini memerlukan perhatian agar kinerjanya segera ditingkatkan.
2. Kuadran II (*Keep up the good work*)
Area yang memuat atribut-atribut yang memiliki tingkat kebutuhan relatif tinggi dengan tingkat kepuasan yang relative tinggi juga. Atribut pada kuadran ini harus dipertahankan karena dimata pemakai, poin-poin pelayan jasa merupakan poin yang unggul.
3. Kuadran III (*Lower Priority*)
Area yang memuat atribut-atribut yang memiliki tingkat kebutuhan relatif rendah tetapi kinerjanya kurang istimewa sehingga tingkat kepuasan relatif rendah. Atribut dalam kuadran ini memiliki pengaruh yang sangat kecil terhadap manfaat yang diperoleh oleh pemakai.
4. Kuadran IV (*Possible Overkill*)
Area yang memuat atribut-atribut dengan tingkata kebutuhan yang relative rendah dan dirasakan oleh pemakai terlalu berlebihan dengan tingkat kepuasan yang relative tinggi.

Importance Tingkat performance Analysis terdiri atas dua komponen yaitu analisis kuadran dan analisis ketimpangan (*gap*) (Subekti (2015), penjelasan sebagai berikut:

- a. Analisis kuadran dilakukan untuk mengetahui respon pemakai terhadap parameter yang diplotkan berdasarkan tingkat kebutuhan dan kinerja dari parameter tersebut.
- b. Analisis ketimpangan (*gap*) dilakukan untuk melihat kesenjangan antara kinerja dengan harapan pemakai terhadap atribut/parameter. Analisis ini menggunakan *mean* untuk tingkat kebutuhan dan tingkat performa semua atribut/parameter yang ditemukan dalam *Importance Performance Analysis* yang telah dilakukan sebelumnya. *Gap* yang muncul adalah selisih antara nilai *mean* tingkat performa dan tingkat kebutuhan tersebut.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Berdasar waktu pelaksanaan, penelitian ini termasuk jenis *cross section*. *Cross section* merupakan penelitian dimana pengolahan data, analisis dan penarikan kesimpulan dilakukan dalam satu periode (Indrawati, 2015). Penelitian deskriptif kuantitatif ini bertujuan untuk mengetahui kualitas *website* Tokopedia berdasar kepuasan pengguna dan mengukur mutu *website* yang dirasakan (*actual*) dengan tingkat harapan (*ideal*) menggunakan metode *Importance Performance Analysis*.

Penelitian ini menggunakan skala ordinal dengan menggunakan metode *Likert*. Hayes mengemukakan bila dibandingkan dengan skala yang lain, *likert* memberikan koefisien reliabilitas yang lebih tinggi dengan jumlah item yang lebih sedikit (Indrawati, 2015). Responden dalam penelitian ini adalah pengguna *website* Tokopedia. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ukuran *WebQual 4.0*

Tabel 2 Hasil *Mean* Kinerja dan *Mean* Kepentingan

Parameter	Parameter	<i>Mean</i> Kinerja	<i>Mean</i> Kepentingan	<i>Gap</i>
1	US1	6.09	6.38	-0.29
2	US2	6.06	6.28	-0.22
3	US3	5.96	6.21	-0.25
4	US4	6.17	6.31	-0.14
5	US5	5.87	6.1	-0.23
6	US6	5.97	6.17	-0.2
7	US7	5.71	6.12	-0.41
8	US8	6.05	6.19	-0.14
9	INF1	5.79	6.26	-0.47
10	INF2	5.79	6.24	-0.45
11	INF3	5.94	6.14	-0.2
12	INF4	5.93	6.15	-0.22
13	INF5	5.93	6.24	-0.31
14	INF6	5.86	6.16	-0.3
15	INF7	5.87	6.18	-0.31
16	INT1	6.17	6.29	-0.12
17	INT2	6.07	6.24	-0.17
18	INT3	5.55	6.27	-0.72
19	INT4	5.99	6.16	-0.17
20	INT5	5.84	6.13	-0.29
21	INT6	5.82	6.22	-0.4
22	INT7	5.87	6.24	-0.37
	Total	130.3	136.6	-6.38
	Rata-rata	5.92	6.21	-0.29

Sumber: Data yang diolah, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan skor rata-rata antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang diinginkan pada indikator-indikator dalam semua dimensi *WebQual 4.0*. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan (*gap*) yang terjadi antara kedua perspektif penilaian tersebut.

WebQualIndex

WebQualIndex (WQI) adalah sebuah angka hasil penilaian yang digunakan untuk melihat mutu sebuah sistem. Dengan nilai rata-rata 0,85 (Tabel 3), maka bisa dikatakan bahwa *website* Tokopedia memiliki kualitas yang baik.

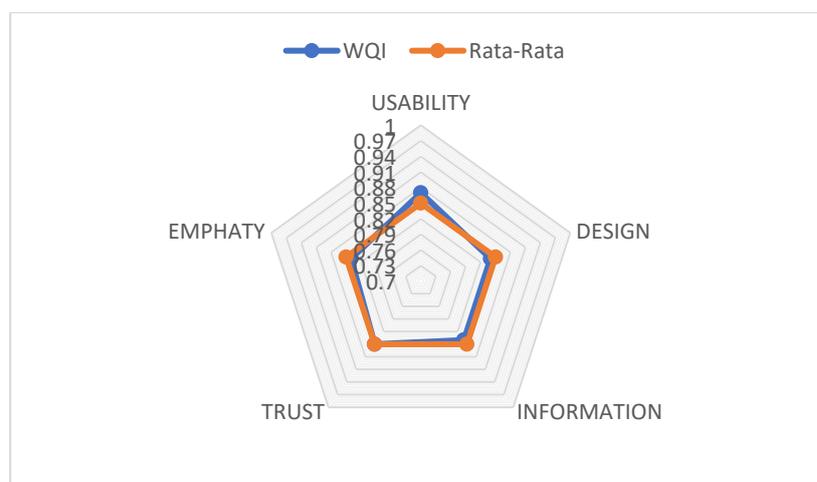
Tabel 3 Hasil *Weighted Score*, *Maximum Score* dan *WebQual Index*

Parameter	Parameter	Weighted Score	Maximum Score	WQI
1	US1	38.85	44.66	0.87
2	US2	38.06	43.96	0.87
3	US3	37.01	43.47	0.85
4	US4	38.93	44.17	0.88
5	US5	35.81	42.7	0.84
6	US6	36.83	43.19	0.85
7	US7	34.95	42.84	0.82
8	US8	37.45	43.33	0.86
9	INF1	36.25	43.82	0.83
10	INF2	37.00	43.68	0.85
11	INF3	35.55	42.98	0.83
12	INF4	36.53	43.05	0.85
13	INF5	37.00	43.68	0.85
14	INF6	36.10	43.12	0.84
15	INF7	36.28	43.26	0.84
16	INT1	38.81	44.03	0.88
17	INT2	37.88	43.68	0.87
18	INT3	34.80	43.89	0.79
19	INT4	36.90	43.12	0.86
20	INT5	35.80	42.91	0.83
21	INT6	36.20	43.54	0.83
22	INT7	36.63	43.68	0.84
Total		809.61	956.76	18.61
<i>WebQual Index</i>				0.85

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Radar Chart

Terdapat 5 faktor yang berkaitan dengan instrumen/parameter *WebQual* yaitu *usability*, *design*, *information*, *trust* dan *emphaty*. Kelima faktor tersebut dikelompokkan menjadi tiga komponen atau ukuran utama yaitu *usability*, *information quality* dan *interaction quality*. Skor maksimal pada *Radar Chart* adalah 1,0 sehingga dapat diketahui bahwa seluruh faktor dalam ketiga dimensi *WebQual* 4.0 dikatakan baik karena memiliki nilai WQI yang mendekati 1,0.

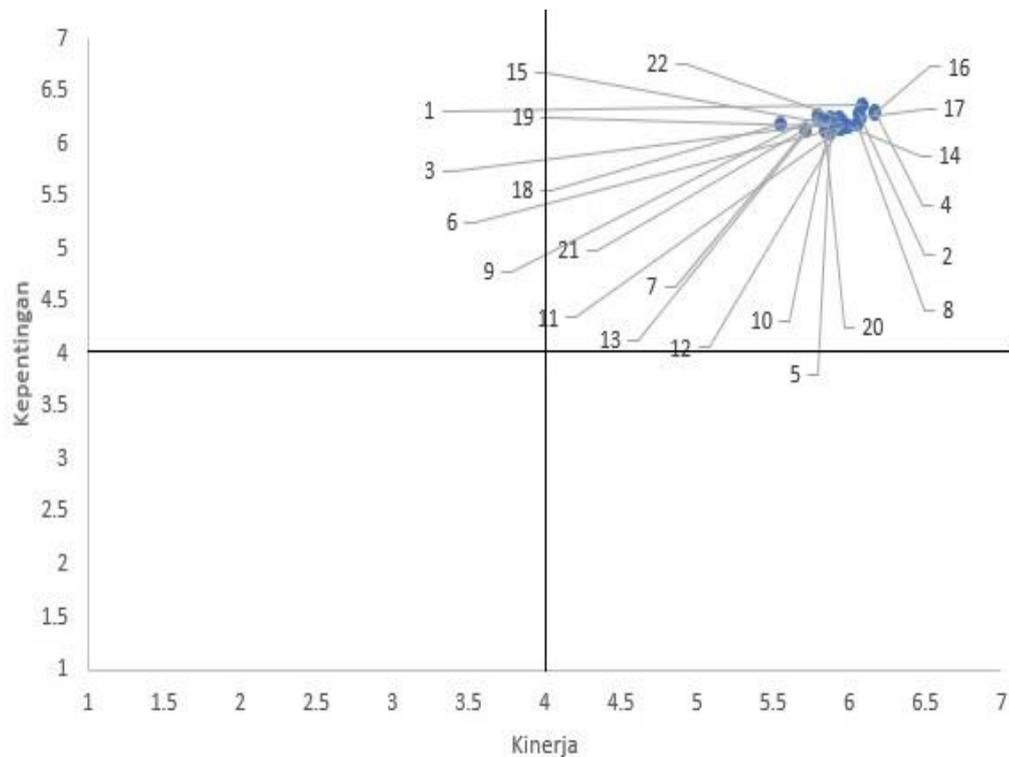


(Sumber: Data yang diolah, 2021)

Gambar 4 Skor dari *Website* Tokopedia dalam 5 faktor dari *WebQual*

Importance Performance Analysis

Hasil dari *Importance Performance Analysis* dan ketimpangan (*gap*) dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam meningkatkan tingkat harapan (*ideal*) terhadap pemakai layanan *website* Tokopedia. Untuk mengetahui faktor-faktor dalam layanan *website* Tokopedia yang perlu mendapat perhatian dan perbaikan maka dianalisis dengan memetakan parameter yang akan digambarkan dalam kuadran *Importance Performance Analysis*. Berdasarkan pemetaan *Importance Performance Analysis* maka parameter-parameter dari tiap variabel terkumpul di satu kuadran. Berikut hasil analisis kuadran *Importance Performance Analysis* pada *website* Tokopedia pada gambar berikut.



(Sumber: Data yang diolah, 2021)

Gambar 5 Kuadran Importance Tingkat performance Analysis

Kuadran Importance Performance Analysis

Berdasarkan kuadran *Importance Performance Analysis* tersebut, maka penjabaran kuadran dari masing-masing parameter sebagai berikut.

- 1) Kuadran I, merupakan parameter yang dianggap penting oleh pemakai *Website* Tokopedia namun kenyataannya tingkat performanya belum sesuai dengan harapan pemakai. Parameter pada kuadran I menjadi prioritas utama untuk diperbaiki pelaksanaannya.
- 2) Kuadran II, menunjukkan bahwa parameter layanan dalam *website* yang telah sesuai atau hampir memenuhi harapan pemakai. Parameter pada kuadran II dianggap penting oleh pemakai dan kinerjanya bukan hanya harus dipertahankan tetapi juga ditingkatkan.
- 3) Kuadran III, Parameter pada kuadran ini dianggap kurang penting oleh pemakai dan pelaksanaan oleh pengelola *website* berjalan apa adanya. Perbaikan terhadap pelaksanaan parameter dalam kuadran ini menjadi prioritas rendah.
- 4) Kuadran IV, menunjukkan adanya kinerja yang berlebihan oleh pengelola layanan, menurut kesan pemakai, parameter tersebut kurang penting.

Tabel 4 Hasil Analisis Diagram *Importance Performance Analysis* Kuadran II

No	Parameter	Parameter
1	US1	Kemudahan dalam pengoperasian <i>Website</i> Tokopedia
2	US2	Interaksi dengan <i>Website</i> Tokopedia jelas dan mudah dipahami
3	US3	Kemudahan untuk bernavigasi dalam <i>Website</i> Tokopedia
4	US4	<i>Website</i> Tokopedia mudah digunakan
5	US5	<i>Website</i> Tokopedia memiliki tampilan yang menarik
6	US6	Desain tampilan sesuai dengan <i>Website marketplace</i>
7	US7	<i>Website</i> Tokopedia mengandung kompetensi
8	US8	<i>Website</i> Tokopedia memberikan pengalaman positif bagi pemakai
9	INF1	<i>Website</i> Tokopedia memberikan informasi yang akurat
10	INF2	<i>Website</i> Tokopedia memberikan informasi yang dapat dipercaya
11	INF3	<i>Website</i> Tokopedia memberikan informasi yang tepat waktu
12	INF4	<i>Website</i> Tokopedia memberikan informasi yang relevan
13	INF5	<i>Website</i> Tokopedia memberikan informasi yang mudah dipahami
14	INF6	<i>Website</i> Tokopedia memberikan informasi yang sangat detail
15	INF7	<i>Website</i> Tokopedia menyajikan informasi dalam format yang sesuai dengan kebutuhan
16	INT1	<i>Website</i> Tokopedia memiliki reputasi yang baik
17	INT2	<i>Website</i> Tokopedia menjamin keamanan dalam bertransaksi
18	INT3	<i>Website</i> Tokopedia menjamin keamanan data pribadi pemakai
19	INT4	<i>Website</i> Tokopedia memberikan kesan menarik minat dan perhatian
20	INT5	<i>Website</i> Tokopedia memberikan ruang untuk masukan/kritik
21	INT6	<i>Website</i> Tokopedia memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan pihak Tokopedia
22	INT7	Pemakai merasa yakin bahwa produk layanan <i>Website</i> Tokopedia yang disampaikan seperti yang dijanjikan

Sumber: Data yang diolah, 2021

Hasil analisis kuadran *Importance Performance Analysis* dapat dilihat parameter-parameter berada pada kuadran II yang berarti pemakai merasa tingkat performa sudah sesuai dengan tingkat kebutuhan yang diharapkan dan perlu dipertahankan namun masih perlu peningkatan.

Ketimpangan (Gap)

Gap menggambarkan seberapa besar selisih atau perbedaan antara tingkat harapan (kepentingan) dan tingkat kinerja. Nilai *gap* perlu diketahui untuk menentukan parameter yang memiliki ketimpangan (*gap*) terbesar hingga ketimpangan (*gap*) terkecil. Ketimpangan antara tingkat performa dan tingkat kebutuhan dapat menunjukkan seberapa besar perbedaan antara kesan dengan harapan dari pemakai *website*. *Gap* dengan angka positif akan diperoleh apabila nilai kesan pemakai lebih tinggi dari nilai harapan sehingga menunjukkan bahwa harapan pemakai terpenuhi sedangkan *gap* dengan angka negatif akan diperoleh apabila nilai kepentingan pemakai lebih besar dari nilai kinerja. Hal ini menunjukkan bahwa kepentingan (harapan) pemakai belum terpenuhi. Nilai kepentingan yang semakin tinggi dan nilai kinerja yang semakin rendah menunjukkan semakin besar *gap* yang terjadi. Ketimpangan (*gap*) pada masing-masing ukuran *WebQual 4.0* dapat dilihat pada tabel 5. Hasil analisis *gap* untuk masing-masing ukuran adalah sebagai berikut.

1. Parameter 1 sampai 8 termasuk variabel *usability* dengan rata-rata skor *gap* sebesar -0,24 yang mana tingkat kebutuhan (harapan) para pemakai terhadap variabel *usability* pada *website* Tokopedia dapat dikatakan tinggi. Namun, pada tingkat performa (kesan) pemakai dikatakan rendah sehingga menghasilkan nilai negatif pada perhitungan skor *gap*. Hal ini berarti terdapat perbedaan antara kepentingan (harapan) dengan kinerja (kesan) pemakai terkait *website* Tokopedia.
2. Parameter 9 sampai 14 termasuk variabel *information quality* dengan rata-rata skor *gap* yang diperoleh sebesar -0,32. Tingkat harapan para pemakai terhadap variabel *information quality* dikatakan tinggi namun tingkat kinerja (kesan) pemakai rendah sehingga menghasilkan nilai negatif pada perhitungan skor *gap*.

3. Parameter 15 sampai 23 termasuk variabel *interaction* dengan rata-rata skor *gap* yang diperoleh sebesar -0,32. Variabel *interaction* memiliki skor *gap* yang tinggi seperti parameter 9 sampai 14. Hal ini menunjukkan bahwa kepentingan (harapan) pemakai yang lebih besar dibandingkan dengan kinerja (kesan). Dari hasil tersebut menunjukkan $Gap < 0$ atau bernilai negatif yang berarti mutu *website* tersebut belum dapat memenuhi kepentingan (harapan) pemakai.

Tabel 5 Nilai Ketimpangan Tiap Variabel

Parameter	Mean Kinerja	Mean Kepentingan	Gap
Ukuran Kegunaan			
US1	6.09	6.38	-0.29
US2	6.06	6.28	-0.22
US3	5.96	6.21	-0.25
US4	6.17	6.31	-0.14
US5	5.87	6.1	-0.23
US6	5.97	6.17	-0.2
US7	5.71	6.12	-0.41
US8	6.05	6.19	-0.14
Total			-1.88
Rata-rata			-0.24
Ukuran Mutu Informasi			
INF1	5.79	6.26	-0.47
INF2	5.79	6.24	-0.45
INF3	5.94	6.14	-0.2
INF4	5.93	6.15	-0.22
INF5	5.93	6.24	-0.31
INF6	5.86	6.16	-0.3
INF7	5.87	6.18	-0.31
Total			-2.26
Rata-rata			-0.32
Ukuran Mutu Interaksi			
INT1	6.17	6.29	-0.12
INT2	6.07	6.24	-0.17
INT3	5.55	6.27	-0.72
INT4	5.99	6.16	-0.17
INT5	5.84	6.13	-0.29
INT6	5.82	6.22	-0.4
INT7	5.87	6.24	-0.37
Total			-2.24
Rata-rata			-0.32

Sumber: Data primer yang diolah, 2021

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan skor rata-rata antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang diinginkan pada indikator-indikator dalam semua dimensi *WebQual* 4.0. Diantara yang memiliki ketimpangan besar antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan ada pada indikator *website* meyakinkan dan kompeten, memberikan informasi yang akurat, memberikan informasi yang dapat dipercaya, menjaga keamanan informasi pribadi, dan memiliki kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan.

Hubungan Antara Hasil *WebQual* dan Hasil *Importance Performance Analysis*

Setelah dilakukan pengujian, diketahui hasil ketimpangan terbesar antara tingkat performa dan tingkat kebutuhan terletak pada parameter *Website* Tokopedia menjamin keamanan data pribadi pemakai dengan nilai

gap sebesar -0,72, kemudian parameter *Website* Tokopedia memberikan informasi yang akurat dengan nilai gap sebesar -0,47 dan *Website* Tokopedia mengandung kompetensi dengan nilai -0,41. Hasil ketimpangan dari 2 parameter terbesar terletak pada kuadran II. Parameter yang memiliki ketimpangan terbesar adalah *Website* Tokopedia menjamin keamanan data pribadi pemakai dan parameter *Website* Tokopedia memberikan informasi yang akurat yang artinya parameter tersebut dianggap penting oleh pemakai dan kinerja sudah sesuai dengan harapan tetapi harus kinerjanya harus tetap diawasi agar tidak berpindah ke kuadran I.

KESIMPULAN

Berdasarkan *WebQual* 4.0, *website* Tokopedia memiliki mutu yang baik dan pada skala *WebQual index* (semakin baik jika mendekati nilai 1,00), nilai *website* Tokopedia diperoleh sebesar 0,85 (85%) serta keseluruhan nilai mutu *website* Tokopedia terhadap ukuran *usability*, *information quality*, dan *interaction quality* berada dalam mutu yang baik menurut penilaian pemakai.

Berdasarkan analisis ketimpangan (*gap*) antara tingkat performa dan tingkat kebutuhan pemakai terhadap mutu *website* Tokopedia terdapat perbedaan yang memperlihatkan adanya ketimpangan (*gap*) antara tingkat performa yang dirasakan oleh pemakai dan tingkat kebutuhan yang diharapkan, hal ini ditunjukkan dari selisih tingkat performa dan tingkat kebutuhan bahwa keseluruhan parameter pada *WebQual* 4.0 bernilai negatif dengan nilai rata-rata -0,29. Hasil ini menunjukkan bahwa kinerja dari mutu *website* Tokopedia belum mampu memenuhi kepentingan dari para pemakai. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa tingkat performa yang dirasakan belum mampu memenuhi tingkat kebutuhan yang diinginkan pemakai *website* Tokopedia.

Berdasarkan kuadran *Importance Performance Analysis* dapat diketahui parameter sudah memenuhi harapan dari pemakai *website* Tokopedia, namun pada dua parameter dengan ketimpangan terbesar yaitu terdiri dari parameter *Website* Tokopedia menjamin keamanan data pribadi pemakai, *Website* Tokopedia memberikan informasi yang akurat. *Website* Tokopedia memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan pihak Tokopedia, dan Pemakai merasa yakin bahwa produk layanan *Website* Tokopedia yang disampaikan seperti yang dijanjikan. Parameter ini perlu perhatian karena selisih antara mean kinerja dan mean kepentingan yang cukup tinggi. Pengawasan yang perlu dijaga pada parameter-parameter tersebut dengan cara mengontrol *website* Tokopedia secara rutin, meningkatkan mutu informasi dengan cara memberikan informasi secara efektif dan efisien, lalu meningkatkan mutu keamanan data pemakai agar tidak mudah diretas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu'a, A. R., & Wasiyanti, S. 2019. Pengukuran Kualitas E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pemakai Menggunakan Metode *WebQual* 4.0. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 21(2), 143–148. <https://doi.org/10.31294/p.v21i2.6357>.
- Adi, D. R., Satrio H.W., Niken H.W. 2020. Evaluasi Kualitas *Website* SMA Negeri 1 Balikpapan Menggunakan Metode *WebQual* 4.0 dan *Importance Performance Analysis* (IPA) - *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 4(2), 994-1002.
- Akbar, Y.T., Zuliestiana, D.A. 2017. Analisis Benchmark Website Quality Pada Lazada.Co.Id dan Mataharimall.Com. *E-Proceeding of Management*, 4(2), 1-8.
- Apriliani, D., Fikry, M., Hutajulu, M.J. 2020. Analisa Metode *WebQual* 4.0 dan *Importance Performance Analysis* (IPA) pada Kualitas Situs Detik.com. *Jurnal Ilmiah Merpati* 8(1), 34-45. DOI: <https://doi.org/10.24843/JIM.2020.v08.i01.p04>.
- Ardiansyah, Y. 2020. Analisis Mutu Website Lazada Menggunakan Metode *WebQual* dan *Importance* Tingkat *Performance Analysis*. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Terapan*, 7(2), 2061.
- Atome. 2022. Menengok Perkembangan e-commerce di Indonesia. Dengan alamat <https://www.atome.id/blog/menengok-perkembangan-e-commerce-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 1 Juli 2022 pukul 20.00 WIB.
- CNN Indonesia. 2021. Kronologi Lengkap 91 Juta Akun Tokopedia Bocor dan Dijual. dengan alamat <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200503153210-185-499553/kronologi-lengkap-91-juta->

akun-tokopedia-bocor-dan-dijual. Diakses pada tanggal 29 Juni 2021 pukul 10.00 WIB.

Fahmi, I. 2016. *Perilaku Organisasi*. Bandung: Alfabeta.

Hasanov, J., & Khalid, H. 2015. The Impact of Website Quality on Daring Purchase Intention of Organic Food in Malaysia: A WebQual Model Approach. *Procedia Computer Science*, 72, 382–389. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.153>.

Indrawati. 2015. *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi*. Aditama.

Inge. 2022. Mengenal 4 Ciri-Ciri Website yang Baik & Berkualitas. Dengan alamat <https://www.socadigital.com/4-ciri-ciri-website-yang-baik-dan-berkualitas/>. Diakses pada tanggal 6 Juli 2022 pukul 10.13 WIB.

Iprice Insight. 2022. *Peta E-commerce Indonesia*. Dengan alamat <https://iprice.co.id/insights/mapofecommerce/>. Diakses pada tanggal 6 Juli 2022 pukul 15.24 WIB.

Khaliq, R. 2018. Importance Tingkat performance Analisis dalam Kasus Kepuasan Komsumen Usaha Laundry. *Jurnal Alhadharahvol* 17(34), 47-64.

Landaoe, E.M., Sari, P.K. 2018. Analisis Kualitas Website E-Commerce pada Website Shopee.co.id di Indonesia dengan Menggunakan Metode WebQual 4.0. *E-Proceeding of Management* 5(3), 2988-2995.

Utami, S. N. 2021. Pengukuran: Pengertian Para Ahli, Macam, Cara Penggunaan, dan Rumusnya. Dengan alamat <https://www.kompas.com/skola/read/2021/09/01/153853369/pengukuran-pengertian-para-ahli-macam-cara-penggunaan-dan-rumusny?page=all>. Diakses pada tanggal 29 Juni 2021 pukul 10.15 WIB.

Putri, R.A., Fenalosa, A. 2022. [Laporan] Perusahaan E-Commerce Mana yang Paling Berpengaruh di Asia Tenggara pada Q1 2022?. Dengan alamat <https://iprice.co.id/trend/insights/laporan-perusahaan-e-commerce-mana-yang-paling-berpengaruh-di-asia-tenggara-pada-q1-2022/>. Diakses pada tanggal 6 Juli 2022 pukul 15.21 WIB.

Rosita P. S., Rahmadani. E.R., A. Bima M.W. 2014. *Benchmarking Website E-commerce Menggunakan Teknik Pengukuran WebQual*. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2014*, 190-196.

Rosyadi, M.A., Indartono. K. 2020. *Evaluasi Kualitas Layanan Website Menggunakan WebQual 4.0 Dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi kasus: Madrasah Aliyah Syamsul Huda Kedungreja)*. *Jurnal Ilmiah Komputer Grafis* 14(1), 1-13.

Saswiana, Saswiana. (2020). "Pengaruh E-Commerce terhadap Perilaku Konsumen dan Keputusan pembelian Produk Daring Shop (Studi kasus Mahasiswa STIEM Bongaya makassar)". *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 5 (1), 60-69.

Subekti, Sitti dan Purnama, M.H. (2015). Analisis Kualitas Pelayanan Terminal kargo di bandar Udara Juwata Tarakan. *Warta Ardhia Jurnal Perhubungan Udara*. 41(1), 29-38.

Sari, A.R. 2021. 5 Situs E-commerce Paling Populer di Indonesia 2021. Dengan alamat <https://bisnis.tempo.co/read/1532856/5-situs-e-commerce-paling-populer-di-indonesia-2021>. Diakses pada tanggal 6 Juli 2022 pukul 16.33 WIB.

Tharob, Mingkid, Papatungan. (2017). Analisis Hambatan Bisnis Daring Bagi Mahasiswa UNSRAT. *E-Journal Acta Diurna*, 6(2).

Tzeng, G. H., & Chang, H. F. (2011). Applying importance-tingkat performance analysis as a service quality measure in food service industry. *Journal of Technology Management and Innovation*, 6(3), 106–115. <https://doi.org/10.4067/S0718-27242011000300008>.

Tokopedia. 2022. Homepage Tokopedia. Dengan alamat <https://www.tokopedia.com/about/>. Diakses pada tanggal 6 Juli 2022 pukul 15.52 WIB.

Wulandari, F. D. (2018). Analisa Kesuksesan *Website* PT Pelabuhan Indonesia III Surabaya Menggunakan Model Delone dan Mclean. Skripsi. Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.

Waliya, R. 2016. Pengaruh Kualitas Website E-Commerce terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan WebQual 4.0. *Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer*. 21(2), 129-135.

● **9% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 9% Internet database
- Crossref database
- 6% Submitted Works database
- 5% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	Universitas Putera Batam on 2018-11-21 Submitted works	2%
2	123dok.com Internet	1%
3	repository.radenfatah.ac.id Internet	<1%
4	Universitas Diponegoro on 2019-12-10 Submitted works	<1%
5	Universitas Putera Batam on 2019-11-11 Submitted works	<1%
6	ejournal.bsi.ac.id Internet	<1%
7	mafiadoc.com Internet	<1%
8	openlibrary.telkomuniversity.ac.id Internet	<1%

9	repository.uin-suska.ac.id Internet	<1%
10	bppk.depkeu.go.id Internet	<1%
11	sciencegate.app Internet	<1%
12	media.neliti.com Internet	<1%
13	Izmi Habiba, Ganda Wijaya. "Pengukuran Kualitas Website Skill Acade..." Crossref	<1%
14	coursehero.com Internet	<1%
15	docplayer.info Internet	<1%