

WEBQUAL 4.0 UNTUK EVALUASI KUALITAS LAYANAN WEBSITE E-COMMERCE ALZAF.COM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE

Luci Kanti Rahayu¹, Wida Prima Mustika², Wahid Fajar Wahyudi³

Manajemen Informatika, AMIK BSI Jakarta¹

Sistem Informasi, STMIK Nusa Mandiri Jakarta²

Sistem Informasi, STMIK Nusa Mandiri Jakarta³

e-mail : luci.lkr@bsi.ac.id¹ , wida.wpm@nusamandiri.ac.id², wahing.wah@gmail.com³

Abstrak

Website merupakan media komersial yang digunakan oleh perusahaan/organisasi untuk melakukan kegiatan bisnis. Layanan suatu website perlu diukur untuk mengetahui tingkat kualitas suatu website. Dalam penelitian ini, untuk mengukur kualitas website alzafa.com dengan menggunakan webqual 4.0. Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir. Adapun instrument-instrument penelitian yang digunakan dalam webqual 4.0 adalah usability, information quality, service interaction dan kepuasan pelanggan. Dalam proses analisa menggunakan teknik survey terhadap 50 responden. Dalam tahap analisa data yang terdiri dari uji validasi, uji realibilitas dan penilaian dengan skala likert. Uji validasi menggunakan rumus Bevariate Pearson dan uji realibilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach's. Sedangkan penilaian menggunakan skala likert digunakan 5 interval yaitu: Sangat Puas, Puas, Netral, Kurang Puas dan Sangat Tidak Puas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel usability mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel keputusan pembelian online. Kata Kunci: E-Commerce, Kualitas Website, Webqual

I. PENDAHULUAN

E-commerce merupakan kegiatan jual beli barang atau jasa melalui jaringan informasi yang disebut dengan *internet*. Perkembangan *e-commerce* sangatlah cepat, sehingga banyak perusahaan-perusahaan yang membuat layanan *online* atau *e-commerce*. Hal tersebut menyebabkan banyak perusahaan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas layanan *web* kepada konsumennya. Dengan pengukuran kualitas *web e-commerce* akan dapat menjawab kebutuhan pelanggan terhadap kualitas *website* yang dikelola perusahaan *e-commerce*.

Dengan adanya layanan jasa berupa *e-commerce* ini dapat dinikmati oleh konsumen, karena selama ini konsumen ingin membeli produk diharuskan untuk mendatangi tempat penjual. Hal tersebut tidak efisien bagi para konsumen yang memiliki kesibukan yang sangat padat. Dengan adanya *e-commerce* ini maka konsumen dapat mengakses dan melakukan pemesanan produk dari berbagai tempat. Salah satu perusahaan layanan jasa *e-commerce* adalah CV. Aktiva Medika Mandiri dengan *website* alzafa.com. Sebagai toko *online* obat herbal memiliki tantangan untuk menarik

konsumen di tengah persaingan bisnis *online* yang semakin ketat. Salah satu cara menarik konsumen dengan meningkatkan kualitas *website*.

Dengan latar belakang tersebut penulis menganalisis *website* alzafa.com untuk memperoleh penilaian *website* alzafa.com berdasarkan persepsi pengguna akhir dengan judul "Evaluasi Kualitas Layanan Website E-Commerce Alzafa.com Menggunakan Metode Webqual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online"

II. KAJIAN LITERATUR

2.1 E-Commerce

Menurut Pratama (2015:4) mengatakan bahwa "*E-Commerce* merupakan suatu cara dalam mempermudah suatu transaksi layanan jual beli maupun pembayarannya dengan memanfaatkan jaringan *internet*. *E-Commerce* dapat mempermudah penjual maupun pembelinya dalam melakukan transaksi cukup dengan adanya koneksi *internet* tanpa harus melakukan tatap muka."

2.2 WebQual 4.0

WebQual (www.webqual.co.uk) adalah pengukuran berdasarkan *quality function deployment* (QFD). Pengertian dari Webqual yaitu “*Structured and disciplined process that provides a means to identify and carry the voice of the customer through each stage of product and or service development and implementation*” (Slabey, 1990) dalam Budi Hermana(2009).

Dari pengertian diatas Webqual adalah suatu pengukuran untuk mengukur kualitas dari sebuah website berdasarkan instrumen-instrumen penelitian yang dapat dikategorikan kedalam empat variable yaitu : usability, kualitas informasi, services interaction dan overall. Kesemuanya adalah pengukuran kepuasan konsumen atau user terhadap kualitas dari website tersebut. Webqual biasanya digunakan untuk menganalisa beberapa website diantaranya website pembelian, sekolah, pendidikan dan website internet banking. Instrumen-instrumen pada webqual 4.0 adalah pengembangan dari versi-versi pendahulunya yaitu webqual 1.0, webqual 2.0 dan webqual 3.0 serta penggabungan dan penyesuaian dari servqual. Adapun instrumen-instrumen penelitian yang digunakan dalam webqual 4.0 mengacu pada tabel 1.

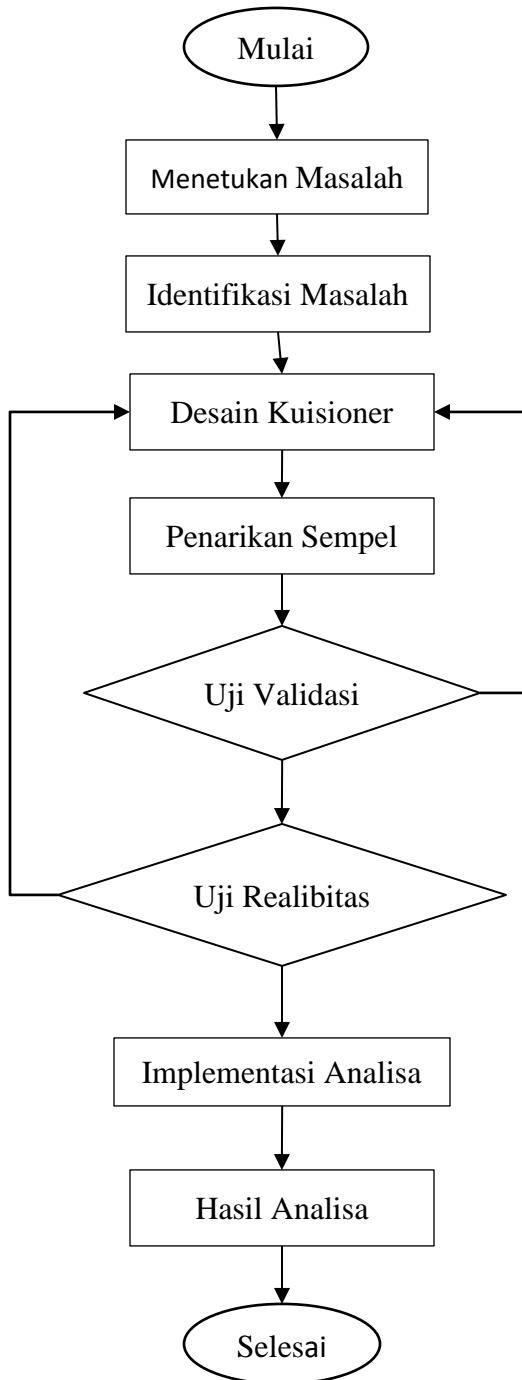
Tabel 2.1. Instrument Webqual 4.0

Quality	Description
Usability	
1	I find site easy to learn to operate
2	My interaction with the site is clear and understandable
3	I find site easy to navigate
4	I find the site easy to use
5	The site has an attractive appearance
6	The design is appropriate to the type of site
7	The site conveys a sense of competency
8	The site creates a positive experience for me
Information Quality	
9	Provides accurate information
10	Provides believable information
11	Provides timely information
12	Provides relevant information
13	Provides easy to understand information
14	Provides information at the right level of detail
15	Present the information in an appropriate format
Interaction Quality	
16	Has a good reputation
17	It feels safe to complete transaction
18	My personal information feels secure
19	Creates a sense of personalization
20	Conveys a sense of community
21	Makes it easy to communicate with the organization
22	I feel confident that goods/services will be delivered as promised
Overall impression	

Kualitas yang diidentifikasi dalam *WebQual* 1.0 membentuk titik awal untuk menilai kualitas informasi dari suatu *website* di *WebQual* 2.0. Namun demikian, dalam penerapan *WebQual*, pada *website* berjenis B2C (*Business to Consumer*) terlihat jelas bahwa perspektif interaksi kualitas tidak terwakili dengan baik dalam *WebQual* 1.0. Terkait dengan kualitas pelayanan, terutama *Servqual*, digunakan untuk meningkatkan aspek kualitas informasi dari *WebQual* dengan kualitas interaksi. Kualitas layanan umumnya didefinisikan dengan seberapa baik layanan yang disampaikan apakah sesuai dengan eskpektasi pelanggan. Pengembangan *WebQual* 2.0 memerlukan beberapa perubahan signifikan pada instrumen *WebQual* 1.0 . Dalam rangka memperluas model untuk kualitas interaksi, Barnes dan Vidgen (2001) melakukan analisis terhadap instrumen *Servqual* dan membuat perbandingan rinci antara *Servqual* dan *WebQual* 1.0. Tinjauan ini berhasil mengidentifikasi pertanyaan yang mubazir dan kemudian wilayah yang tumpang tindih dihapus, hasilnya sebagian besar pertanyaan-pertanyaan kunci dalam *Servqual* tidak sesuai dengan *WebQual* 2.0, jumlah instrumen dengan 24 pertanyaan tetap dipertahankan Barnes dan Vidgen (2001).

III. METODOLOGI PENELITIAN

Gambar 3.1 Desain Penelitian



Tahapan metodologi penelitian dijelaskan secara umum sebagai berikut:

1. Menentukan Masalah
Tahap ini adalah melakukan pengumpulan bahan literatur dan informasi berkaitan dengan judul penelitian atau masalah yang sedang dihadapi.
2. Identifikasi Masalah
Melakukan identifikasi tentang masalah apa saja yang akan dibahas berkaitan dengan evaluasi kualitas layanan *website e-commerce Alzafa.com*. Ada beberapa kriteria yang harus dinilai dalam penelitian ini, sehingga penelitian ini membutuhkan waktu yang relatif lama, karena data yang diolah masih secara manual sehingga memungkinkan terjadinya kesalahan yang sangat besar.
3. Desain Kuesioner
Pada tahap ini penulis membuat desain kuesioner untuk disebar. Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data jawaban-jawaban para responden, para responden ini yaitu konsumen atau pembeli di *website Alzafa.com*
4. Penarikan Sampel
Pada tahap ini penulis melakukan penarikan sampel dengan menyebarkan kuesioner yang telah di buat kepada para konsumen yang telah membeli di *website alzafa.com*. Setelah menyebarkan kuesioner penulis dapat mengolah data yang ada.
5. Uji Validasi
Uji validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa baik suatu instrumen mengukur konsep yang seharusnya diukur. Variabel-variabel yang akan diuji dalam penelitian ini ada 4 macam, yaitu *usability, information quality, interaction quality dan Kepuasan pelanggan*. Metode tersebut terdapat dalam persamaan yaitu :

$$R \text{ Hitung} = \frac{N \cdot \Sigma XY - (\Sigma X) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{\{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} - \{N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

R_{hitung} = Koefisien korelasi antara skor butir (X) dengan skor butir (Y)

N = Banyaknya responden

ΣX = Jumlah skor variabel (X)

ΣY = Jumlah skor variabel (Y)

ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor variabel (X)

ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor variabel (Y)

ΣXY = Jumlah perkalian skor item dengan skor butir (X) dan skor variabel (Y)

Pengujian menggunakan uji dua pihak dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut:

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji dua pihak dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

6. Uji Realibitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui bahwa hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan beberapa kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* terhadap responden. Dengan rumus, yaitu :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = Reabilitas Instrumen

k = Banyaknya Butir Pertanyaan

$\Sigma \sigma_b^2$ = Jumlah Varian Butir

σ_t^2 = Varian Total

Semakin besar nilai $\alpha_{cronbach}$ yang didapat, maka semakin tinggi tingkat reliabilitas penelitian yang dilakukan.

7. Implementasi Analisa

Setelah melakukan uji realibitas, selanjutnya penulis mengolah data yang telah di dapat untuk mendapatkan hasil yang telah di teliti.

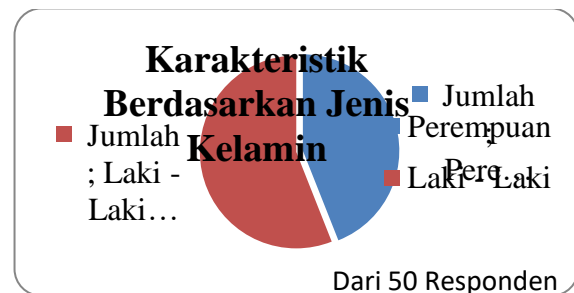
8. Hasil Analisa

Menganalisa hasil pengolahan data berdasarkan hasil penelitian dan teori yang ada dengan menggunakan perhitungan metode *WebQual 4.0* sehingga diperoleh hasil penelitian dan dapat ditarik kesimpulan dan terciptanya solusi sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

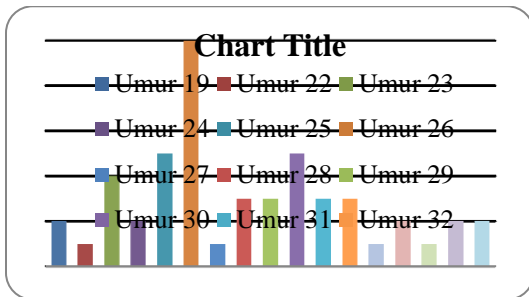
1.1 Karakteristik Responden

Setelah didapatkan kuisisioner, terdapat 50 responden yang mengisi questioner dengan penilaian yang bervariasi. Hasil tanggapan responden terhadap *website Alzafa.com* berdasarkan kakteristik penilaian yaitu jenis kelamin dan umur responden ditunjukkan pada gambar 1 di bawah ini



Gambar 2. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 50 orang responden, yang terdiri dari 22 orang atau 44% responden berjenis kelamin perempuan dan 28 orang atau 56% responden berjenis kelamin laki-laki. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini jumlah responden laki-laki lebih banyak jumlahnya daripada jumlah responden perempuan



Gambar 3. Karakteristik Berdasarkan Umur

Berdasarkan informasi pada table diatas, Dapat disimpulkan bahwa responden yang berumur 26 tahun merupakan responden terbanyak yang mengisi kuesioner penelitian ini, disusul dengan responden dengan umur 25 tahun dan 30 tahun yang terpaut beda 5 orang responden dengan yang berumur 25.

1.2 Tampilan Website Alzafa.com

Website Alzafa.com memiliki berbagai macam halaman yang memuat beragam konten. Berbagai halaman tersebut terbagi dalam beberapa kategori, diantaranya halaman utama, tanaman herbal nusantara, tentang Alzafa.com, yang terbagi atas halaman kontak kami, kebijakan refund, produk, kebijakan privasi, dan syarat dan ketentuan alzafa.com, katalog dan bukti pengiriman.

Berikut tampilan halaman utama website alzafa.com:



Gambar 3. Halaman Utama Alzafa.com

1.3 Uji Validasi

Korelasi Bevariate Pearson adalah salah satu rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji validitas data dengan program SPSS dengan demikian penulis menggunakan Rumus Bivariate Pearson (Korelasi Pearson Product Moment) dalam melakukan Uji Validitas.

$$R \text{ Hitung} = \frac{N \cdot \Sigma XY - (\Sigma X) \cdot (\Sigma Y)}{\sqrt{\{N \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2\} \{N \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2\}}}$$

Keterangan :

R_{hitung} = Koefisien korelasi antara skor butir (X) dengan skor butir (Y)

N = Banyaknya responden

ΣX = Jumlah skor variabel (X)

ΣY = Jumlah skor variabel (Y)

ΣX^2 = Jumlah kuadrat skor variabel (X)

ΣY^2 = Jumlah kuadrat skor variabel (Y)

ΣXY = Jumlah perkalian skor item dengan skor butir (X) dan skor variabel (Y)

Dari hasil analisis menggunakan SPSS 22 didapat nilai r hitung hasil butir-butir pertanyaan kuesioner dengan skor total. Kemudian nilai ini dibandingkan dengan nilai r tabel yang dicari pada signifikan 5% dengan uji 2 sisi dan N(jumlah responden)= 50.

$$DF = N - 2$$

$$DF = 50 - 2$$

$$DF = 48$$

$$DF 48 = 0,278711$$

Dari hasil r table sebesar 0,278711 kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Jika r hitung \geq r tabel (uji dua pihak dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika r hitung $<$ r tabel (uji dua sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Tabel 2. Uji Validasi

No Butir Pertanyaan	R hitung	R table	Keterangan
Kegunaan (Usability)			
P1	0,355	0,278711	Valid
P2	0,683	0,278711	Valid
P3	0,689	0,278711	Valid
P4	0,541	0,278711	Valid
P5	0,599	0,278711	Valid
P6	0,366	0,278711	Valid
P7	0,385	0,278711	Valid
P8	0,738	0,278711	Valid
Kualitas Informasi (Information Quality)			
P9	0,515	0,278711	Valid
P10	0,559	0,278711	Valid
P11	0,604	0,278711	Valid
P12	0,586	0,278711	Valid
P13	0,629	0,278711	Valid
P14	0,656	0,278711	Valid
Kualitas Interaksi (Service Interaction)			
P15	0,760	0,278711	Valid
P16	0,573	0,278711	Valid
P17	0,515	0,278711	Valid
P18	0,569	0,278711	Valid
P19	0,639	0,278711	Valid
P20	0,634	0,278711	Valid
Kepuasan Pelanggan			
P21	0,453	0,278711	Valid
P22	0,523	0,278711	Valid
P23	0,550	0,278711	Valid
P24	0,673	0,278711	Valid
P25	0,577	0,278711	Valid
P26	0,362	0,278711	Valid
P27	0,391	0,278711	Valid

1.4 Uji Realibitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui bahwa hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan

beberapa kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur yang dapat memberikan hasil yang relatif sama apabila dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama. Pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* terhadap responden. Dengan rumus, yaitu:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r11 = Reabilitas Instrumen

k = Banyaknya Butir

Pertanyaan

= Jumlah Varian Butir

= Varian Total

Semakin besar nilai α *cronbach* yang didapat, maka semakin tinggi tingkat reliabilitas penelitian yang dilakukan.

Pada hasil uji realibitas dengan hasil Alpha sebesar 0.914592, kemudian nilai di bandingkan dengan nilai r tabel signifikansi 5% sebesar 0,278 kesimpulannya adalah

$$\text{Alpha} = 0.914592 > r \text{ tabel} = 0,278$$

Artinya item-item pada angket Evaluasi layanan *website* Alzafa.com dapat dikatakan terpercaya atau reliabel sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

1.5 Skala Likert

Pada metode ini, perhitungan kepuasan pelanggan terhadap *website* alzafa.com menggunakan pengukuran skala *likert*. *Likert's Summated Ratin* (LSR) sangat bermanfaat untuk membandingkan skor sikap seseorang dengan distribusi skala

$$RS = \frac{m - n}{b}$$

Keterangan:

Rs = Rentang Skala

m = angka tertinggi dalam pengukuran

n = angka terendah dalam pengukuran

b = banyaknya kelas / kategori yang di bentuk

$$RS = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Tabel 3. Skala Numerik

Sangat Tidak Setuju	STS	1 s/d 1,8
Tidak Setuju	TS	1,8 s/d 2,6
Netral	N	2,6 s/d 3,4
Setuju	S	3,4 s/d 4,2
Sangat Setuju	SS	>4,2

Dari hasil perhitungan interval di atas kemudian dapat dibuat tabel perhitungan tingkat kepuasan terhadap kualitas layanan website alzaifa.com dengan tabel skala likert dibawah ini:

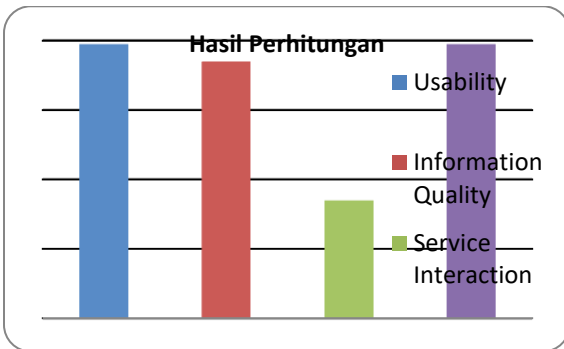
1. Skor : Jumlah total masing-masing variabel
2. Rata-rata : Skor penilaian
(SS*5)+(S*4)+(N*3)+(TS*2)+(STS*1) dibagi dengan jumlah responden

Tabel 4. Hasil Perhitungan Kepuasan Pelanggan Terhadap Website Alzaifa.com Menggunakan Skala Likert

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS	Skor	Rata-	Interpretasi
Usability									
1	Saya merasa mudah untuk mempelajari cara pengoperasian website?	12	30	7	1	0	203	4.06	Puas
2	Saya merasa mudah berinteraksi dengan website mudah dipahami?	5	33	11	1	0	192	3.84	Puas
3	Saya merasa mudah untuk bernavigasi dilana website?	4	27	17	2	0	183	3.66	Puas
4	Saya merasa website mudah untuk digunakan?	7	30	12	1	0	193	3.86	Puas
5	Website memiliki tampilan menarik?	13	25	12	0	0	201	4.02	Puas
6	Desain tampilan website sesuai dengan jenis website "toko online"?	21	22	7	0	0	214	4.28	Sangat Puas
7	Website memberikan pengalaman positif bagi pengguna?	14	29	7	0	0	207	4.14	Puas
Jumlah		76	196	73	5	0	1393	27.9	
Information Quality									
8	Website memberikan informasi akurat?	11	27	12	0	0	199	3.98	Puas
9	Website memberikan informasi yang terpercaya?	9	28	13	0	0	196	3.92	Puas
10	Website memberikan informasi tepat waktu?	11	29	10	0	0	201	4.02	Puas
11	Website memberikan informasi yang relevan?	11	27	12	0	0	199	3.98	Puas
12	Website memberikan informasi yang mudah dipahami?	7	30	13	0	0	194	3.88	Puas
13	Website memberikan informasi sesuai dengan kadar yang dibutuhkan	6	32	9	3	0	191	3.82	Puas
14	Website memberikan informasi sesuai dengan format?	4	34	12	0	0	192	3.84	Puas
Jumlah		59	207	81	3	0	1372	27.4	
Service Interaction									
15	Website memiliki reputasi yang baik?	4	31	14	1	0	188	3.76	Puas
16	Saya merasa aman melakukan transaksi?	8	33	7	2	0	197	3.94	Puas
17	Saya merasa aman untuk memberikan informasi pribadi saya?	7	29	14	0	0	193	3.86	Puas
18	Website memberi ruang untuk personalisasi ?	4	38	8	0	0	196	3.92	Puas
19	Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan penjual?	7	35	8	0	0	199	3.98	Puas
20	Saya merasa yakin bahwa barang akan dikirim sebagaimana yang di janjikan?	9	28	13	0	0	196	3.92	Puas
Jumlah		39	194	64	3	0	1169	23.4	
Kepuasan Pelanggan									
21	Saya menyukai tampilan website ini?	6	32	12	0	0	194	3.88	Puas
22	Saya menyukai pelayanan yang ada pada website alzaifa.com?	7	34	9	0	0	198	3.96	Puas
23	Saya senang bertransaksi pada website alzaifa.com?	7	33	9	1	0	196	3.92	Puas
24	Saya tidak menunggu lama untuk mengakses website alzaifa.com?	11	26	10	3	0	195	3.9	Puas
25	Informasi yang disediakan website ini sangat bermanfaat bagi saya?	8	31	11	0	0	197	3.94	Puas
26	Petugas selalu online untuk melayani pelanggan?	10	27	13	0	0	197	3.94	Puas
27	Website ini bias diakses dengan menggunakan gadget?	21	25	4	0	0	217	4.34	Sangat Puas
Jumlah		70	208	68	4	0	1394	27.9	

2. KESIMPULAN

Dari tabel perhitungan data kuisioner kepuasan pelanggan terhadap website alzaifa.com yang di olah menggunakan Skala Likert menunjukkan mayoritas mendapatkan interpretasi "Puas" dari responden, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan atau konsumen puas terhadap kualitas website alzaifa.com. Terlihat pada gambar 4.



Gambar 4. Hasil Perhitungan

Dari data Tersebut hasil tertinggi yaitu kepuasan pelanggan dengan Total Skor 1394 dengan rata-rata skor 27.9, hasil ini hampir sama dengan *Usability* dengan silisih 1 poin skor yaitu dengan total Skor 1393 dengan rata-rata skor 27.9. Dan hasil terendah adalah *Service Interaction* dengan total skor 1169 dengan rata-rata skor 23.4.

REFERENSI

- [1] Ardhana, YM Kusuma. 2012. *Membuat Website 30 Juta Rupiah*. Jakarta: Jasakom.
- [2] Furkonudin, Emi Suryadi dan Darmanto. 2016. *Evaluasi Kualitas Layanan Website E-Commerce Blibli.com Menggunakan Metode WebQual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online*. ISSN: 2302-3805. Yogyakarta: Jurnal Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Multimedia.
- [3] Irawan. 2011. *Panduan Berinternet Untuk Orang Awam*. Palembang: Maxicom.
- [4] Madcoms. 2015. *Mudah Menggunakan Internet Untuk Pemula*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- [5] Pratama, I Putu Agus Eka Pratama. 2015. *E-Commerce, E-Business dan Mobile Commerce*. Bandung: Informatika.
- [6] Putra, Zahreza Fajar Setiara, Mohammad Sholeh dan Naniek Widyastuti. 2014. *Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0*. ISSN: 2338-6312. Yogyakarta: Jurnal JARKOM Vol. 1 No. 2 Januari 2014: 174-184.
- [7] Sanjaya, Iman. 2012. *Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian Kominfo Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0*. Jakarta: Jurnal Penelitian IPTEK-KOM Volume 14, No. 1 Juni 2012: 1-14.