

ANALISA TINGKAT KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP KUALITAS WEBSITE GROBMART.COM MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0

Isnaini Rizki Rahmawati^{1*}, Sulistianto Sutrisno Wanda²

^{1, 2} Universitas Nusa Mandiri, Indonesia

11212296@nusamandiri.ac.id^{1*}

Sulistianto.sow@nusamandiri.ac.id²

Received: 10-11- 2023	Revised: 17-11-2023	Approved: 24-11-2023
-----------------------	---------------------	----------------------

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju, memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai kehidupan, salah satunya pada bidang pemasaran atau marketing. Salah satunya adalah CV Grobmart yang menggunakan media website sebagai interaksi dengan pengguna atau pelanggannya dengan bantuan admin jika terdapat pelanggan yang membutuhkan bantuan secara langsung (tidak melalui website). Akan tetapi, beberapa pelanggan sering mengeluhkan kinerja website dari CV Grobmart dan respon dari penjual tidak memberikan kepuasan kepada pelanggan, hal itu yang menyebabkan ulasan penilaian pada CV Grobmart kurang baik. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui alasan pengguna website grobmart.com memberikan ulasan yang kurang atas kepuasan pelayanan website yang mereka dapatkan. Metode yang digunakan dalam pengujian data kali ini menggunakan validasi, reliabilitas, dan Webqual 4.0. Variabel kemudahan pengguna (X1) didapatkan nilai signifikansi 0,149 yakni lebih besar dari 0,05, serta variabel information quality (X2) didapatkan nilai signifikansi 0,851 yakni lebih besar dari 0,05. Hasil uji t pada variabel kualitas interaksi pelayanan (X3) didapatkan nilai signifikansi 0,004 yakni lebih kecil dari 0,05.

Kata kunci: Analisis, Kualitas Website, Kepuasan Pengguna, Webqual 4.0

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi yang semakin maju, memberikan dampak yang signifikan dalam berbagai kehidupan, salah satunya pada bidang pemasaran. Selain banyaknya database yang dikelola, keamanan dan keakuratan data menjadi penyebab keharusan suatu bidang pemasaran menggunakan teknologi informasi pada kinerja sehari-harinya. Selain pekerjaan menjadi lebih efektif dan efisien, kinerja yang dilakukan juga dapat terorganisir. Walaupun pengelolaan database dapat diatasi akan tetapi, tidak semua lapisan masyarakat dapat menerima dengan baik, karena penilaian pengguna dan kepuasan pengguna berbeda-beda.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seorang yang merupakan hasil dari perbandingan dari persepsi kinerja produk dan harapannya. Kesetiaan pelanggan terhadap suatu perusahaan sangat perlu dipertahankan dan ditingkatkan (Oktamala & Zuraidah, 2021). Kepuasan dapat mempengaruhi konsumen atau pengguna untuk menggunakan produk atau layanan itu kembali.

Keberhasilan suatu usaha dalam memasarkan produknya sangat di tentukan oleh ketepatan strategi yang dipakai. Dalam bidang pemasaran,

pihak pemasar perlu menentukan strategi pemasaran dengan cara mengkaji setiap karakteristik konsumen berdasarkan perilaku mereka yang diterapkan ke dalam harapan dan keinginan konsumen atau pengguna. Dengan mengetahui alasan mengapa konsumen melakukan transaksi atau menggunakan produk kita, maka dapat diketahui strategi apa yang tepat digunakan, dengan kata lain pihak pemasar harus mengaktualisasikan setiap harapan konsumen agar menjadi suatu kepuasan atas kepuasan yang pihak pemasar berikan.(Febriyani et al., 2021).

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis sebuah aplikasi atau website adalah webqual 4.0. Menurut Arifin (Arifin, 2018) webqual 4.0 adalah alat atau metode yang dapat digunakan untuk menilai kualitas suatu *website* melalui pandangan atau persepsi pengguna. Dalam menentukan kualitas *website*, webqual 4.0 memakai 3 indikator atau variabel, yaitu *usability* (kemudahan penggunaan), *information quality* (kualitas informasi), serta *service interaction quality* (kualitas interaksi layanan)(Andreyas et al., 2021).

Dalam metode webqual 4.0, tiap indikator memiliki item-item tersendiri sebagai parameter untuk menganalisa kualitas *website*. Pada indikator pertama yaitu *usability*, indikator ini fokus pada pandangan pengguna mengenai tampilan dan interaksi *website*. Item-item yang terdapat didalamnya seperti penilaian tentang kemudahan dan tampilan. *Information quality*, item-itemnya mengukur tentang bagaimana informasi yang ditampilkan pada *website*, apakah informasi yang diberikan jelas, relevan, dapat dipercaya dan mudah dipahami. Terakhir, yaitu indikator *service interaction quality*, indikator ini berisi tentang penilaian dalam wujud keyakinan serta perasaan empati seperti tentang transaksi dan keamanan data, personalisasi serta komunikasi dengan administrator ataupun pengelola *website*(Rahmatullah et al., 2019)(Chandra et al., 2022).

Penggunaan metode webqual 4.0 diketahui efektif dalam memastikan kualitas suatu *website*, hal ini didukung oleh pendapat Fauziah dan Wulandari (Fauziah & Wulandari, 2018) yaitu variabel dari webqual 4.0 yang meliputi *usability* (X1), *information quality* (X2), dan *service interaction quality* (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Salamah, Dkk (Salamah et al., 2020) juga menyebutkan dalam penelitiannya bahwa kualitas *website* dapat dikatakan baik apabila memiliki informasi jelas dan dapat mudah dimengerti, memiliki tampilan yang atraktif dan menarik. Untuk dari segi interaksi layanan *website* yang paling baik yaitu memberikan kemudahan untuk ruang berkomunikasi serta memberikan kualitas informasi yang terkini, akurat, detail, cepat dan terpercaya.

Dalam pelayanan kepada pelanggan atau pengguna CV grobmart menyediakan platform *website* sebagai perantara nya, sedangkan untuk informasi mengenai produk yang diperjualbelikan pengguna juga dapat mencari informasi pada *website* ataupun media sosial yang dimiliki CV Grobmart. Dalam hal tersebut pengoperasian *website* dan media sosial CV Grobmart tidak luput dari peran staff atau karyawan CV Grobmart, akan tetapi dari ulasan yang diberikan pengguna atau pelanggan pada CV

Grobmart mengenai kualitas website dan pelayanan staff, beberapa pengguna mengeluhkan kualitas dari website dan juga staff, beberapa pengguna menyatakan bahwa terkadang website mengalami error dan tidak stabil, proses pembayaran yang terkendala, pengiriman produk yang terkadang lama dan respon dari customer service yang terkadang lama.

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan salah satunya dapat digunakan metode *Webqual 4.0*. Kelebihan dari metode ini adalah karena kemampuannya untuk menangkap subjektivitas yang terjadi pada pengumpulan data yang diambil melalui kuesioner, dan kemampuannya untuk dapat mengetahui variabel yang harus diperhatikan untuk ditingkatkan berdasarkan nilai potensial kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat mengetahui apa saja yang perlu ditingkatkan kualitasnya pada permasalahan apakah kemudahan pengguna, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Kualitas Website Grobmart.com dalam hal ini : Kemudahan Pengguna (*usability*), Kualitas Informasi (*information quality*), dan Kualitas Interaksi Layanan (*service interaction quality*) dapat berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna. Selain itu, tujuan khusus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kemudahan pengguna, kualitas informasi, dan pengaruh kualitas interaksi layanan. Kemudahan Pengguna (*Usability*) Nielsen dalam (Priyanto et al., 2017) kemudahan pengguna merupakan indikator yang menilai kemudahan *user interface* saat digunakan. Indikator ini juga dapat digunakan oleh pengelola website untuk meningkatkan kemudahan pengguna kedepannya. Barnes mengemukakan dalam (Al Baiti et al., 2017) kualitas informasi mencakup informasi yang mudah dimengerti, informasi yang sesuai, informasi yang *up to date*, informasi yang dapat dipercaya, informasi yang detail, serta informasi dengan format desain yang sesuai. Barnes & Vidgen (Ishtafana, 2019) menjelaskan bahwa kualitas interaksi di dalamnya mencakup kemampuan untuk membentuk rasa aman dalam bertransaksi, mempunyai reputasi yang baik, memfasilitasi komunikasi, menciptakan perasaan yang lebih personal, memiliki kepercayaan dalam memberikan informasi personal, mampu menciptakan komunitas tertentu, dan memberikan kepercayaan bahwa janji-janji akan ditepati.

Analisa penelitian ini dapat diartikan sebagai berikut, membandingkan dua hal atau dua nilai variabel untuk mengetahui selisihnya atau rasionya kemudian diambil kesimpulannya $(X-Y) = \text{selisih}$, $X/Y = \text{rasio}$. menguraikan atau memecahkan suatu keseluruhan menjadi bagian-bagian atau komponen-komponen yang lebih kecil, agar dapat mengetahui komponen yang menonjol (memiliki nilai ekstrem), membandingkan antara komponen yang satu dengan komponen lainnya (dengan menggunakan angka selisih atau angka rasio), dan membandingkan salah satu atau beberapa komponen dengan keseluruhan (secara presentase). Memperkirakan atau dengan menentukan besarnya pengaruh secara

kuantitatif dari perubahan suatu (beberapa) kejadian terhadap sesuatu (beberapa) kejadian lainnya, serta memperkirakan/meramalkan kejadian lainnya. Kejadian (*event*) dapat dinyatakan sebagai perubahan nilai *variable*(Misbahuddin & Hasan, 2022).

METODE PENELITIAN

Metode pengumpulan data pada penelitian ini yaitu dengan wawancara dan penyebaran kuesioner. Wawancara yaitu pengumpulan data dengan tatap muka serta tanya jawab secara langsung antara peneliti dan narasumber(Sumartini et al., 2020). Kuesioner yaitu suatu alat pengumpulan data dengan metode survey yang dilakukan dengan memberikan pertanyaan kepada responden(Nugroho, 2018). Penelitian ini menggunakan kuisisioner dari Webqual 4.0 yang terdiri dari 20 item pertanyaan yang berasal tiga indikator yaitu kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas informasi serta kuisisioner kepuasan pengguna yang diambil berdasarkan teori Doll and Torkzadeh tahun 1988 yang terdiri dari 5 pertanyaan yang terdiri dari 5 indikator yaitu *Content, Accuracy, Format, Easy of Use* dan *Timelines*.

Populasi yaitu seluruh objek penelitian yang dijadikan sumber data penelitian(Aryadita, 2017). Populasi pada penelitian ini pembeli dari Grobmart.com maupun pelanggan yang baru membuka website tersebut.

Pada penelitian ini, pengumpulan data menggunakan kuisisioner yang dituangkan dalam *Google Form* dan disebar langsung kepada responden. Kuisisioner yang dibuat menggunakan pertanyaan yang terstruktur dan mudah dipahami oleh responden.

Instrumen penelitian merupakan alat yang digunakan dalam mengukur kejadian yang diamati. Secara spesifik kejadian ini disebut variabel (Amanda et al., 2019). Instrumen pada penelitian ini menggunakan Webqual 4.0 dari Barnes dan Vedgen dengan total 22 pertanyaan yang terdiri dari 3 indikator dimana masing-masing indikator memiliki beberapa pertanyaan didalamnya. Indikator tersebut yaitu kemudahan penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) (Aryadita, 2017). Untuk menilai kepuasan pengguna, peneliti menggunakan instrumen kepuasan pengguna dari Doll dan Torkzadeh pada tahun 1988. Terdapat 5 pertanyaan pada instrumen ini yang menilai kepuasan pengguna dari sisi konten, keakuratan, format, kemudahan kegunaan, dan *timeline* (Ishtafana, 2019). Berikut merupakan instrument pada penelitian ini.

Tabel III. 1 Instrumen Penelitian

Variabel	Pertanyaan	Kode
Kemudahan Pengguna (X1)	Website grobmart.com mudah untuk dioperasikan	X1.1
	Interaksi di Website grobmart.com jelas dan dapat dimengerti	X1.2

	Website grobmart.com mudah untuk dinavigasikan	X1.3
	Website grobmart.com mudah untuk digunakan	X1.4
	Tampilan Website grobmart.com menarik	X1.5
	Desain Website grobmart.com sudah sesuai	X1.6
	Website grobmart.com memberikan informasi yang sesuai (content)	X1.7
	Layanan grobmart.com memberikan pengalaman positif bagi saya	X1.8
Kualitas Informasi (X2)	Website grobmart.com memberikan informasi yang akurat	X2.1
	Website grobmart.com memberikan informasi yang dapat dipercaya	X2.2
	Website grobmart.com memberikan informasi yang up to date	X2.3
	Website grobmart.com memberikan informasi yang relevan	X2.4
	Website grobmart.com memberikan informasi yang mudah dipahami	X2.5
	Website grobmart.com memberikan informasi yang detail	X2.6
Kualitas Interaksi Layanan (X3)	Website grobmart.com memiliki reputasi yang baik bagi pengguna	X3.1
	Saya merasa aman untuk melakukan diskusi di Website grobmart.com	X3.2
	Saya merasa aman untuk memberikan data pribadi saya di Website grobmart.com	X3.3
	Saya merasa nyaman menggunakan Website grobmart.com	X3.4
	Website grobmart.com memberikan ruang komunitas bagi para pengguna satu sama lain	X3.5
	Website grobmart.com memberikan kemudahan komunikasi dengan layanan bantu	X3.6
Kepuasan Pengguna (Y)	Website grobmart.com memberikan informasi yang sesuai kebutuhan	Y.1
	Saya merasa puas dengan ke akuratan informasi yang didapat dari Website grobmart.com	Y.2
	Website grobmart.com memberikan informasi dengan format yang sesuai	Y.3

	Website grobmart.com mudah untuk digunakan	Y.4
	Website grobmart.com memberikan informasi yang saya butuhkan tepat waktu	Y.5

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran umum responden berisikan karakteristik responden yaitu pelanggan grobmart.com yang menjadi responden dalam penelitian ini. Variabel yang akan dianalisis adalah usia, jenis kelamin dan pendidikan terakhir. Variabel usia akan ditampilkan dalam bentuk distribusi rata-rata. Sedangkan variabel jenis kelamin yaitu laki-laki dan perempuan serta pendidikan terakhir yang terdiri dari SMA/SMK, DIII, S1, S2, dan S3 akan ditampilkan dalam bentuk frekuensi dan persentase.

1. Gambaran distribusi frekuensi responden berdasarkan jenis kelamin di PT BTPN Syariah

Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin di Grobmart.com

Variabel	Sub-Variabel	Frekuensi	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	32	32%
	Perempuan	68	68%
Total		100	100%

Sumber: Hasil olah data Excel (2023)

Berdasarkan tabel IV.2 diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang jenis kelaminnya perempuan lebih banyak yaitu 68 orang dengan persentase 68%, sedangkan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 32 orang dengan persentase 32%.

2. Gambaran distribusi frekuensi responden berdasarkan profesi di Grobmart.com

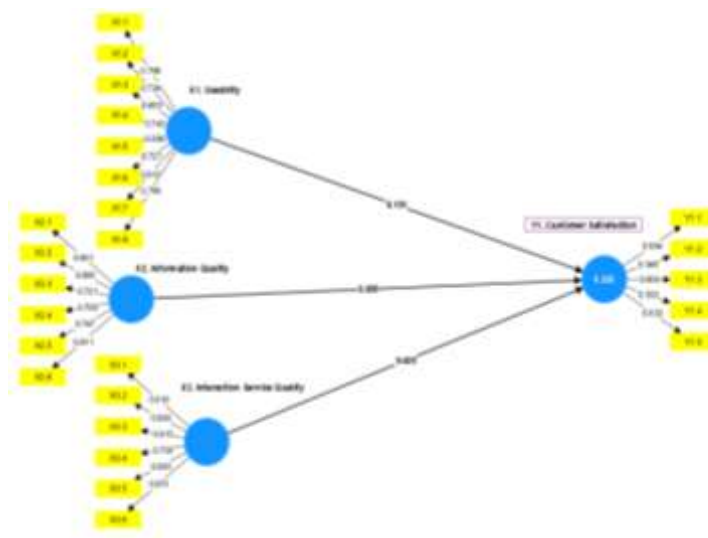
Tabel 3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Profesi di Grobmart.com

Variabel	Sub-Variabel	Frekuensi	Persentase
Profesi	Ibu Rumah Tangga	24	24%
	PNS/ASN	17	17%
	Wirausaha	9	9%
	Wiraswasta	12	12%
	Buruh	5	5%
	Mahasiswa/Pelajar	33	33%
Total		100	100%

Sumber: Hasil olah data Excel (2023)

Berdasarkan tabel III diatas, dapat diketahui bahwa mayoritas reponden adalah Mahasiswa/Pelajar dengan jumlah 33 orang dengan presentase 33%, Jumlah responden terbanyak kedua adalah Ibu Rumah Tangga dengan jumlah 24 orang dengan presentase 24%, Responden terbanyak ketiga adalah PNS/ASN dengan jumlah 17 orang, dan selanjutnya adalah Wiraswasta dengan jumlah 12 orang dan wirausaha 9 orang, serta jumlah responden paling sedikit adalah buruh yaitu 5 responden.

Graphic Output Menggunakan SmartPLS

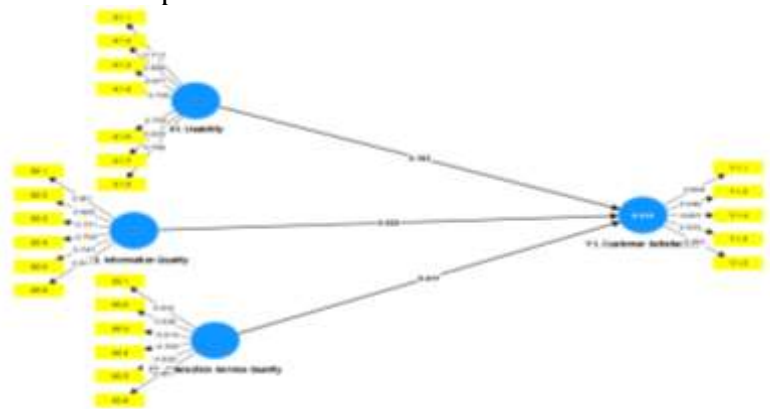


Uji Outer Model Menggunakan SmartPLS

1. Nilai Validitas Konvergen

A. Nilai Factor Loading

Ketentuan *Factor Loading* adalah valid jika nilai *factor loading indicator* nya < 0.6 harus dihapus. Pada pengujian ini terdapat 1 indikator yang nilai *factor loading* nya < 0.6 , yaitu pada indikator X1.5, jadi indikator tersebut harus dihapus.



B. Nilai AVE (*Average Variance Extracted*)

Ketentuan nilai AVE adalah valid jika nilai nya >0.5 . Pada pengujian ini nilai AVE >0.5 dan sudah tercapai. Jika terdapat nilai AVE yang <0.5 maka terdapat indikator yang belum valid.

Average variance extracted (AVE)	
	0.554
	0.608
	0.657
	0.855

2. Nilai Reliabilitas

A. Nilai *Composite Reliability*

Ketentuan nilai *composite reliability* adalah valid jika nilai nya >0.7 . Pada pengujian ini nilai *composite reliability* sudah >0.7 dan sudah tercapai.

Composite reliability (rho_c)	
	0.896
	0.903
	0.920
	0.967

B. Nilai *Cronbach's Alpha*

Ketentuan nilai *composite reliability* adalah valid jika nilai nya >0.6 . Pada pengujian ini nilai *composite reliability* sudah >0.6 dan sudah tercapai.

Cronbach's alpha	
	0.865
	0.872
	0.894
	0.958

3. Nilai Validitas Diskriminan

A. Cross Loading

Nilai loading pada setiap indikator harus lebih tinggi dari nilai pada indikator tersebut dari kolom lain.

	X1. Usability	X2. Information Quality	X3. Information Service Quality	Y1. Customer Satisfaction
X1.1	0.712	0.405	0.433	0.445
X1.2	0.689	0.405	0.362	0.303
X1.3	0.775	0.443	0.501	0.289
X1.4	0.742	0.501	0.480	0.294
X1.5	0.755	0.549	0.580	0.298
X1.7	0.635	0.604	0.722	0.352
X1.8	0.796	0.625	0.580	0.354
X2.1	0.620	0.901	0.942	0.442
X2.2	0.565	0.900	0.555	0.340
X2.3	0.464	0.721	0.627	0.274
X2.4	0.573	0.705	0.578	0.419
X2.5	0.509	0.747	0.631	0.328
X2.6	0.462	0.811	0.577	0.313
X2.8	0.502	0.645	0.816	0.420
X2.9	0.641	0.586	0.836	0.438
X3.1	0.706	0.605	0.815	0.456
X3.4	0.555	0.483	0.755	0.414
X3.5	0.505	0.730	0.830	0.453
X3.8	0.400	0.705	0.851	0.485
Y1.1	0.385	0.414	0.489	0.904
Y1.2	0.445	0.405	0.551	0.940

	X1. Usability	X2. Information Quality	X3. Information Service Quality	Y1. Customer Satisfaction
X1.1	0.712	0.405	0.433	0.445
X1.2	0.689	0.405	0.362	0.303
X1.3	0.775	0.443	0.501	0.289
X1.4	0.742	0.501	0.480	0.294
X1.5	0.755	0.549	0.580	0.298
X1.7	0.635	0.604	0.722	0.352
X1.8	0.796	0.625	0.580	0.354
X2.1	0.620	0.901	0.942	0.442
X2.2	0.565	0.900	0.555	0.340
X2.3	0.464	0.721	0.627	0.274
X2.4	0.573	0.705	0.578	0.419
X2.5	0.509	0.747	0.631	0.328
X2.6	0.462	0.811	0.577	0.313
X2.8	0.502	0.645	0.816	0.420
X2.9	0.641	0.586	0.836	0.438
X3.1	0.706	0.605	0.815	0.456
X3.4	0.555	0.483	0.755	0.414
X3.5	0.505	0.730	0.830	0.453
X3.8	0.400	0.705	0.851	0.485
Y1.1	0.385	0.414	0.489	0.904
Y1.2	0.445	0.405	0.551	0.940
X1.5	0.641	0.586	0.836	0.438

	X1. Usability	X2. Information Quality	X3. Information Service Quality	Y1. Customer Satisfaction
X1.1	0.671	0.462	0.551	0.285
X1.4	0.742	0.501	0.480	0.294
X1.5	0.755	0.549	0.580	0.298
X1.7	0.635	0.604	0.722	0.352
X1.8	0.796	0.625	0.580	0.354
X2.1	0.620	0.901	0.942	0.442
X2.2	0.565	0.900	0.555	0.340
X2.3	0.464	0.721	0.627	0.274
X2.4	0.573	0.705	0.578	0.419
X2.5	0.509	0.747	0.631	0.328
X2.6	0.462	0.811	0.577	0.313
X2.8	0.502	0.645	0.816	0.420
X2.9	0.641	0.586	0.836	0.438
X3.1	0.706	0.605	0.815	0.456
X3.4	0.555	0.483	0.755	0.414
X3.5	0.505	0.730	0.830	0.453
X3.8	0.400	0.705	0.851	0.485
Y1.1	0.385	0.414	0.489	0.904
Y1.2	0.445	0.405	0.551	0.940
X1.5	0.641	0.586	0.836	0.438

Discriminant validity - Cross loadings

	X1. Usability	X2. Information Quality	X3. Interaction Service Quality	Y1. Customer Satisfaction
X1. Usability	0.975	0.493	0.393	0.281
X2. Information Quality	0.767	0.961	0.489	0.284
X3. Interaction Service Quality	0.755	0.548	0.950	0.280
Y1. Customer Satisfaction	0.555	0.484	0.772	0.981
X1. Usability	0.759	0.525	0.390	0.284
X2. Information Quality	0.525	0.961	0.489	0.284
X3. Interaction Service Quality	0.569	0.548	0.950	0.280
Y1. Customer Satisfaction	0.404	0.721	0.427	0.974
X1. Usability	0.973	0.759	0.393	0.490
X2. Information Quality	0.509	0.767	0.489	0.280
X3. Interaction Service Quality	0.492	0.511	0.957	0.281
Y1. Customer Satisfaction	0.302	0.569	0.519	0.429
X1. Usability	0.391	0.399	0.390	0.420
X2. Information Quality	0.759	0.961	0.489	0.490
X3. Interaction Service Quality	0.509	0.493	0.950	0.494
Y1. Customer Satisfaction	0.555	0.759	0.550	0.493
X1. Usability	0.499	0.759	0.393	0.490
X2. Information Quality	0.399	0.494	0.489	0.494
X3. Interaction Service Quality	0.493	0.489	0.950	0.490
Y1. Customer Satisfaction	0.493	0.493	0.493	0.925

Jika semua sudah benar, validitas diskriminan sudah tercapai

B. Fornell Larcker

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

	X1. Usability	X2. Information Quality	X3. Interaction Service Quality	Y1. Customer Satisfaction
X1. Usability	0.744			
X2. Information Quality	0.692	0.780		
X3. Interaction Service Quality	0.689	0.775	0.810	
Y1. Customer Satisfaction	0.469	0.463	0.551	0.925

Validitas diskriminan pada pengujian data akan tercapai jika nilai paling atas dari setiap kolom lebih tinggi dari kolom dibawahnya. Untuk kolom terakhir dibandingkan dengan kolom disamping dan nilai harus lebih tinggi.

C. Nilai HTMT

Pengujian data menurut asumsi nilai HTMT tercapai jika nilai HTMT itu dibawah 0.9.

Discriminant validity - Heterotrait-monotrait ratio (HTMT) - Matrix

	X1. Usability	X2. Information Quality	X3. Interaction Service Quality	Y1. Customer Satisfaction
X1. Usability				
X2. Information Quality	0.784			
X3. Interaction Service Quality	0.782	0.875		
Y1. Customer Satisfaction	0.504	0.493	0.581	

Dengan demikian pengujian pada outer model sudah tercapai.

Uji Inner Model Menggunakan SmartPLS

1. Pengujian R^2 (R-square)

R-square - Overview

	R-square	R-square adjusted
Y1. Customer Satisfaction	0.319	0.297

Nilai *R-square* hanya muncul pada variabel yang mendapatkan pengaruh, yaitu pada variabel Y. Variabel X tidak mendapatkan pengaruh tetapi memberikan pengaruh yaitu terhadap variabel Y. Nilai *R-square* untuk

Customer Satisfaction sebesar 0.319 atau 31.9%. Artinya adalah bahwa kemampuan variabel-variabel bebas, yaitu *usability*, *information quality* dan *service interaction quality* dalam menjelaskan variabel *customer satisfaction* adalah sebesar **31.9%**. Total pengaruh sebesar 100%, berarti sisanya sebesar **68.1%** pengaruh dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar pembahasan penelitian ini.

2. Uji Path Coefficient (Analisis Jalur)

Pada pengujian ini menentukan nilai alpha atau tingkat errornya sebesar 5% atau 0.05 atau batasannya 0.05. Pengaruh antara variabel yang kita teliti dikatakan signifikan jika nilai signifikansi nya atau *p-value* ≤ 0.05 dan hipotesis pengujian data diterima. Tetapi, jika nilai signifikansinya ≥ 0.05 maka pengaruh antara variabel nya tidak signifikan atau hipotesis pengujian data kita ditolak.

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values Zoom (87%) Copy to Excel Copy to R

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
H1: Usability → Y1: Customer Satisfaction	0.162	0.162	0.132	1.244	0.249
H2: Information Quality → Y1: Customer Satisfaction	0.628	0.644	0.198	3.168	0.001
H3: Interactive Service Quality → Y1: Customer Satisfaction	0.417	0.397	0.145	2.873	0.004

A. Variabel Kemudahan Pengguna (*Usability*)

Hipotesis variabel kemudahan pengguna adalah sebagai berikut:

- H0 : Variabel kemudahan penggunaan (*usability*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.
H1 : Tidak terdapat pengaruh antara kemudahan penggunaan (*usability*) terhadap kepuasan pengguna (*usability*)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan (*usability*) memiliki signifikansi sebesar 0,149 yaitu > 0.05 . Maka H0 ditolak dan H1 diterima atau didukung, artinya variabel *Usability* signifikan.

B. Variabel Informasi (*Information Quality*)

Hipotesis variabel informasi (*information quality*) adalah sebagai berikut:

- H0 : Variabel kualitas informasi (*information quality*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.
H2 : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas informasi (*information quality*) terhadap kepuasan pengguna.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas informasi (*information quality*) memiliki signifikansi sebesar 0,851 yaitu > 0.05 . Maka H0 ditolak dan H2 diterima, artinya variabel kegunaan kualitas informasi (*information quality*) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

- C. Variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) Hipotesis variabel kualitas informasi adalah sebagai berikut:

H0 : Variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

H3 : Terdapat pengaruh antara kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) terhadap kepuasan pengguna.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) memiliki signifikansi sebesar 0.004 yaitu < 0.05 . Maka H0 diterima dan H3 ditolak, artinya variabel kegunaan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna

KESIMPULAN

Hasil dari uji *path coefficient* pada variabel kemudahan pengguna (X1) didapatkan nilai signifikansi 0,149 yakni lebih besar dari 0,05, serta variabel *information quality* (X2) didapatkan nilai signifikansi 0,851 yakni lebih besar dari 0,05 yang artinya kemudahan Pengguna (X1) dan kualitas informasi (X2) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.

Hasil uji t pada variabel kualitas interaksi pelayanan (X3) didapatkan nilai signifikansi 0,004 yakni lebih kecil dari 0,05, yang artinya kualitas interaksi layanan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna

Nilai *R-square* untuk *Customer Satisfaction* sebesar 0.319 atau 31.9%. Artinya adalah bahwa kemampuan variabel-variabel bebas, yaitu *usability*, *information quality* dan *service interaction quality* dalam menjelaskan variabel *customer satisfaction* adalah sebesar 31.9%. Total pengaruh sebesar 100%, berarti sisanya sebesar 68.1% pengaruh dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar pembahasan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Baiti, A., Suprpto, & Rachmadi, A. (2017). Pengukuran Kualitas Layanan Website Dinas Pendidikan Kota Malang Dengan Menggunakan Metode Webqual 4 . 0 dan IPA. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 1(9), 885–892. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/273/120>
- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, VIII(1), 170–188. <http://jmua.fmipa.unand.ac.id/index.php/jmua/article/view/423/409>
- Andreyas, A. D., Swari, M. H. P., & Maulana, H. (2021). Pengukuran Kualitas Website Berdasarkan Kepuasan Pengguna Dengan Metode Webqual 4.0 Di Universitas Islam Lamongan. *Seminar Nasional Informatika Bela Negara (SANTIKA)*, 2, 183–187. <https://santika.upnjatim.ac.id/submissions/index.php/santika/article/view/114/73>
- Arifin, S. R. (2018). Pengukuran kualitas layanan website Universitas Tadulako menggunakan metode WebQual. *Register: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, 4(2), 125–136. <https://journal.unipdu.ac.id/index.php/register/article/download/1277/821>

- Aryadita, H. (2017). ANALISIS KUALITAS LAYANAN WEBSITE E-COMMERCE TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0. *Widyastuti, Dyah Ayu*, 10(1), 29–35. <https://journal.uinjkt.ac.id/index.php/sisteminformasi/article/view/7747/4300#>
- Chandra, Hendrik, J., & Leonardo. (2022). PERANCANGAN SISTEM INFORMASI GEOGRAFIS DAN DONASI ONLINE PANTI ASUHAN DI KOTA MEDAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0. *Jurnal Times Technology Informatics & Computer System*, XI(1), 1–8. <http://ejournal.stmik-time.ac.id/index.php/jurnalTIMES/article/view/650/229>
- Fauziah, D. N., & Wulandari, D. A. N. (2018). Pengukuran kualitas layanan bukalapak.com terhadap kepuasan konsumen dengan metode webqual 4.0. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(2), 173–180. <https://ejournal.nusamandiri.ac.id/index.php/jitk/article/view/345/302>
- Febriyani, A., Prayoga, G. K., & Nurdiawan, O. (2021). Index Kepuasan Pelanggan Informa dengan Menggunakan Algoritma C.45. *JURIKOM (Jurnal Riset Komputer)*, Vol. 8(6), hal 330-335. <http://ejournal.stmik-budidarma.ac.id/index.php/jurikom/article/view/3686/2452>
- Ishtafana, M. R. (2019). Analisis Kualitas Website Kanwil Kementrian Agama Provinsi Jawa Timur Menggunakan Metode Webqual 4.0 Modifikasi. *Program Studi Sistem Informatika Fakultas Sains Dan Teknologi Uniiversitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya*, pp 1-75. <http://digilib.uinsa.ac.id/38592/>
- Misbahuddin, & Hasan, I. (2022). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* (Suryani (ed.); 2nd ed.). PT Bumi Aksara. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=ROSCEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=analisis+data+adalah&ots=Ch3HG-KHSJ&sig=NymAZRvmWu2XrHw8nawYn1LUu6I&redir_esc=y#v=onepage&q=Metode Importance performance analysis memiliki beberapa kelebihan dibandingkan d
- Nugroho, U. (2018). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF PENDIDIKAN JASMANI* (Pertama (I). CV Sarnu Untung. <https://books.google.co.id/books?id=gRvpDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=true>
- Oktamala, S., & Zuraidah, E. (2021). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PT.POS INDONESIA CABANG BELITANG TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL. *Jurnal PROSISKO*, 8(2), 15–22. <https://ejournal.lppmunsera.org/index.php/PROSISKO/article/view/3702/1800>
- Priyanto, A., Supriyadi, D., & Wahyuningrum, T. (2017). Perancangan Aplikasi Web Kuesioner Untuk Menilai Usability Perangkat Lunak Dengan Metode Rad (Rapid Application Development. *Prosiding SENATEK*, 217–226. https://www.researchgate.net/publication/349961470_PERANCANGAN_APLIKASI_WEB_KUESIONER_UNTUK_MENILAI_USABILITY_PERANGKAT_LUNAK_DENGAN_METODE_RAD_RAPID_APPLICATION_DEVELOPMENT
- Rahmatullah, S., Purnia, D. S., & Triasmoro, R. (2019). Analisis Kualitas Website Sekolah North Jakarta Intercultural School dengan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 19(2), 157–164. <https://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/kajian-ilmiah/article/view/470>
- Salamah, I., Lindawati, Fadhli, M., & Kusumanto, R. (2020). Evaluasi Pengukuran

Website Learning Management System Polsri Dengan Metode Webqual 4.0.
JURNAL DIGIT, 10(1), 1–10.
<https://jurnaldigit.org/index.php/DIGIT/article/view/151/110>

Sumartini, Harahap, K. S., & Sthevany. (2020). Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Menggunakan Metode Skala Likert Di Perusahaan Pembekuan Tuna. *Aurelia Journal (Authentic Research of Global Fisheries Application Journal)*, 2(1), 29–38.
<https://www.neliti.com/id/publications/373169/kajian-pengendalian-mutu-produk-tuna-loin-precooked-frozen-menggunakan-metode-sk>