

ANALISIS PENGARUH WEBSITE FASHION MACADAMIA HOUSE TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE WEBQUAL 4.0

Marlina¹⁾, Yessica Putri Santoso²⁾, Kelvin³⁾, Johanes Fernandes Andry⁴⁾

^{1,2,3,4}Prodi Teknik Informatika Universitas Bunda Mulia Jakarta

Jl. Lodan Raya No. 2, Ancol-Jakarta Utara

Telp. (021)6929090 website: www.ubm.ac.id

Email: ¹mbunathan@gmail.com, ²yessicaputrisantoso@gmail.com, ³kelvin_aries_97@yahoo.com, ⁴jf_andry@kreavindo.com

Abstrak

Teknologi memberikan dampak yang besar dalam bisnis e-commerce secara global, salah satunya dalam dunia e-commerce yaitu bisnis fashion Macadamia House. Macadamia House menggunakan internet dalam teknik penjualannya, penjualan Macadamia House menggunakan website. Tampilan website membuat customer menjadi tertarik dan puas ketika mengakses website Macadamia House. Kepuasan customer dapat diukur dengan metode Webqual, skala likert, dan uji hipotesis yang terbagi menjadi dua yaitu uji deskriptif statistik dan uji Importance Performance Analysis, yang dapat dijelaskan melalui kepuasan konsumen terhadap bisnis fashion Macadamia House. Dalam uji deskriptif statistik dapat dilihatnya hasil mean tertinggi yang menunjukkan bahwa konsumen puas terdapat pada kategori usability, dan uji Importance Performance Analysis menyatakan bahwa pada kuadran A dan kuadran C memiliki total 10 faktor yang harus ditingkatkan kedepannya.

Kata Kunci: E-commerce, Likert, Hipotesis, Webqual, Website

1. PENDAHULUAN

Perkembangan yang pesat terhadap teknologi dan informasi memberikan dampak yang besar, salah satunya adalah menjadi alat komunikasi, yaitu menggunakan internet. Internet juga dapat menjadi salah satu alternatif dalam mata pencarian uang, yaitu dapat melakukan penjualan secara online yang dikenal dengan istilah e-commerce.

Secara umum, pengertian e-commerce merupakan suatu cara berbelanja atau berdagang sesuatu secara online dengan memanfaatkan fasilitas internet [1]. Salah satu situs e-commerce, yaitu Fashion Macadamia House.

Fashion Macadamia House menjual beraneka-ragam pakaian wanita, dari pakaian atas, celana, rok, dress, dan lain-lain. Hingga saat ini, pelanggan dari Macadamia House tetap setia membeli pakaian dari online shop satu ini. Salah satu hal yang dirasa sangat penting untuk menunjang penjualan [1].

Website adalah salah satu sistem dimana informasi yang dibentuk dapat berupa teks, gambar, suara, dan lain-lain. Penggunaan website ini dapat digunakan untuk menciptakan rasa nyaman saat berbelanja dengan melihat produk yang tersedia, secara tidak langsung akan mendorong pelanggan untuk membeli produk tersebut.

Kualitas suatu website dapat diukur menggunakan Webqual 4.0 yang berguna untuk menilai keseluruhan website e-commerce berdasarkan persepsi konsumen [2]. Pengukuran ini diperlukan sebagai bahan pertimbangan untuk mengembangkan website yang Macadamia House miliki.

Berdasarkan uraian diatas, maka diadakan penelitian tentang "Analisis Pengaruh Website Fashion Macadamia House Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Webqual 4.0". Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengukur tingkat kualitas website Fashion Macadamia House berdasarkan metode Webqual 4.0 serta meningkatkan kualitas website Fashion Macadamia House berdasarkan responden konsumen.

2. METODE

Tahap Perencanaan

Dalam tahap perencanaan yang dilakukan adalah memilih dan merencanakan apa yang akan diteliti, dalam hal ini yang dilakukan adalah perumusan masalah, menentukan tujuan, studi pustaka, dan menentukan data yang dibutuhkan.

Tahap Pengumpulan Data

Dalam tahap pengumpulan data yaitu mengumpulkan data-data e-commerce yang ada pada website Fashion Macadamia House.

Kuesioner

Peneliti menyebarkan kuesioner melalui google form yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan pengukuran kualitas webqual dan diisi oleh sumber informasi (responden). Pada penelitian ini kuesioner yang disebarkan hanya responden yang pernah menggunakan website tersebut dengan sampel sebanyak 100 orang responden.

Tahap Pengolahan Data
Uji Validitas dan Realibilitas Kuesioner

Untuk uji validitas perlu dilakukan sebagai alat penguji untuk pernyataan dalam kuesioner tersebut valid atau tidak. Untuk mengetahui kevalidan dari kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan setiap skor variabel jawaban responden dengan total skor masing-masing variabel, kemudian hasilnya dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05 dan 0,01. Rumus yang digunakan untuk menghitung uji validasi adalah korelasi Bevariate Pearson (Korelasi Pearson Product Moment), penulisan rumus seperti dibawah ini [6]:

$$r_{hitung} = \frac{n.(\Sigma XY) - (\Sigma X).(\Sigma Y)}{\sqrt{[n. \Sigma X^2 - (\Sigma X)^2]. [n. \Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2]}} \dots (1)$$

Keterangan:

X = Skor variabel

Y = Skor total variabel

n = Jumlah responden

Dalam hal ini, untuk menganalisis hasil dari skor total berdasarkan penjumlahan dari keseluruhan item. Item-item pertanyaan menunjukkan item-item tersebut mampu memberikan dukungan dalam mengungkapkan apa yang ingin disampaikan. Pengujian ini menggunakan uji dua pihak dengan taraf signifikan 0,05. Kriteria pengujian adalah sebagai berikut [6]:

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

Untuk mempermudah penelitian ini, pengujian validitas menggunakan Software IBM SPSS Statistics 25.0 for windows.

Untuk uji reliabilitas perlu dilakukan untuk pernyataan dalam kuesioner betul-betul reliabel/handal dan konsisten untuk mengukur gejala yang sama pada responden yang lainnya. Jika Alpha antara 0.70-0.90, maka reliabilitas tinggi. Jika Alpha 0.50-0.70, maka reliabilitas moderat. Jika Alpha < 0.50 maka reliabilitas rendah. Dalam program SPSS uji yang sering dipakai menggunakan metode Alpha (Cronbach's). Metode Alpha ini sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala (misalnya 1-4, 1-5) atau skor rentangan (misalnya 0-20, 0-50).

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right) \dots (2)$$

Keterangan:

r_{11} = Reliabilitas kuesioner

n = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum s_i^2$ = Jumlah varian skor tiap item

s_t^2 = Varian total

Webqual 4.0

Menurut Slabey dalam Wahidin (2013), Webqual adalah pengukuran berdasarkan Quality Function Deployment (QFD) [5]. Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari SERVQUAL yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa [6]. Webqual 4.0 disusun berdasarkan penelitian pada area (dimensi) kualitas sebagaimana termuat pada Tabel 1 Pertanyaan Berdasarkan Webqual 4.0 [6].

Tabel 1. Pertanyaan Berdasarkan Webqual 4.0

No.	Category	Webqual 4.0 Questions
1.	Usability	<i>I find the site easy to learn to operate</i>
		<i>My interaction with the site is clear and understandable</i>
		<i>I find the site easy to navigate</i>
		<i>I find the site easy to use</i>
		<i>The site has an attractive appearance</i>
		<i>The design is appropriate to the type of site</i>
		<i>The site conveys a sense of competency</i>
2.	Information Quality	<i>The site creates a positive experience for me</i>
		<i>Provides accurate information</i>
		<i>Provides believable information</i>
		<i>Provides timely information</i>
		<i>Provides relevent information</i>
		<i>Provides easy to understand information</i>
		<i>Provides information at the right level of detail</i>
3.	Service Interaction	<i>Presents the information in appropriate format</i>
		<i>Has a good reputation</i>
		<i>It feels safe to complete transaction</i>
		<i>My personal information feels secure</i>
		<i>Creates a sense of personalization</i>
<i>Convey a sense of community</i>		
<i>Makes it easy to communicative with the organization</i>		

Webqual 4.0 disusun berdasarkan tiga area utama yaitu (1) kualitas informasi, meliputi informasi yang akurat, informasi yang dapat dipercaya, informasi yang up to date, informasi sesuai dengan topik bahasan, kemudahan informasi untuk dimengerti, kedetailan informasi dan informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai; (2) kualitas interaksi, meliputi kemampuan memberikan rasa aman saat transaksi, memiliki reputasi yang bagus, memudahkan komunikasi, menciptakan perasaan emosional yang lebih personal, memiliki kepercayaan dalam memberikan informasi pribadi, mampu menciptakan komunitas yang spesifik,

memberikan keyakinan bahwa janji yang disampaikan akan ditepati; (3) kualitas usability, meliputi kemudahan website untuk dipelajari, kemudahan untuk dimengerti, kemudahan untuk ditelusuri, kemudahan untuk digunakan, kemenarikan website, interface yang menyenangkan, memiliki kompetensi yang baik dan memberikan pengalaman baru yang menyenangkan [7],[11].

Pengukuran Kualitas Webqual

Pengukuran kualitas *webqual* pada penelitian ini sesuai dengan butir-butir pertanyaan yang disusun berdasarkan 3 area utama, yaitu kualitas informasi, kualitas interaksi, dan kualitas *usability*. Hasil dari pengukuran tersebut dapat menentukan kualitas *website Fashion Macadamia House* yang diberikan memuaskan atau tidak.

Pengukuran Menggunakan Skala Likert

Pengukuran menggunakan skala *likert* pada penelitian ini sesuai dengan hasil dari butir-butir pertanyaan yang telah diisi oleh responden. Hasil dari pengukuran ini akan menentukan hasil dari jawaban responden terhadap kualitas *website Fashion Macadamia House*.

Pengukuran Menggunakan Uji Deskriptif

Pengukuran menggunakan uji deskriptif pada penelitian ini menunjukkan hasil dari deskriptif statistika yang meliputi minimum, maximum, mean, dan standar deviasi.

Pengukuran Menggunakan Uji Importance Performance Analysis (IPA)

Pengukuran menggunakan uji *importance performance analysis* pada penelitian ini menunjukkan hasil dari tingkat kepentingan dengan kinerja pelayanan dari *website Fashion Macadamia House* yang meliputi diagram kartesius. Uji *importance performance analysis* ini akan dinilai secara keseluruhan dari 3 kategori metode *Webqual 4.0* yang meliputi kategori *usability, information quality, dan service interaction*.

Tahap Analisa Data

Pada tahap analisa data dalam penelitian ini yang dilakukan adalah menganalisa hasil data yang diperoleh dari pengolahan data. Dari hasil pengukuran kualitas *webqual* akan didapatkan tingkat kualitas *website* dalam layanan *e-commerce*. Dan dari hasil uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis yang meliputi uji deskriptif dan uji *importance performance analysis* dapat menganalisa semua 3 area utama *webqual* dalam *website*.

Tahap Dokumentasi Hasil Penelitian

Pada tahapan ini yang dilakukan adalah melakukan dokumentasi hasil dari tahap-tahap yang telah dilakukan, dari pengumpulan data, pengolahan data serta analisa data. Hasil tersebut digunakan sebagai nilai rekomendasi

atau masukan bagi pihak *Fashion Macadamia House* untuk meningkatkan kualitas *website* layanan *e-commerce* yang lebih baik. Pengambilan data yang dilakukan untuk hasil penelitian adalah menyebarkan angket kuesioner kepada responden yang pernah belanja di *website Fashion Macadamia House*, dan juga dilakukannya analisis data dari kuesioner tersebut untuk dilihat apakah kuesioner tersebut valid atau tidak dengan dilakukannya uji validitas pada SPSS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penarikan Sampel Responden

Pada tahapan penarikan sampel responden ini menggunakan metode Taro Yamane. Penulis mengambil jumlah sampel berdasarkan jumlah pengunjung *website Fashion Macadamia House* dan *followers* di instagram. Dapat diketahui bahwa jumlah populasi dari pengunjung *website Fashion Macadamia House* sebanyak 377.000 (angka ini didapatkan dari *followers* di instagram *Fashion Macadamia House*, dikarenakan di *website* resminya tidak tercantum berapa banyaknya pengunjung). Dari jumlah populasi tersebut dapat ditentukan jumlah sampel responden untuk analisa kualitas layanan *website Fashion Macadamia House* dengan menggunakan rumus Taro Yamane yang ada di citasi [6] sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N(d)^2 + 1}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (377000)

d = jumlah presisi 10% atau d = 0,1

Maka hasil dari perhitungan didapatkan

$$n = \frac{377000}{377000(0.1)^2 + 1}$$

$$n = 99,9734(100 \text{ Sampel Responden})$$

Dari perhitungan diatas, didapatkan hasil sebesar 99,9734 orang, maka dibulatkan menjadi 100 orang. Jadi, jumlah sampel yang diteliti sebanyak 100 orang.

Kuesioner

Pada tahapan kuesioner ini, penyusunan kuesioner mengacu pada metode *Webqual 4.0* dan dalam analisis kualitas *website Fashion Macadamia House* kuesioner dibuat dalam bentuk angket *online* menggunakan fasilitas yang ada pada *Google Drive* untuk menyusun pertanyaan-pertanyaan kuesioner.

Berikut adalah butir-butir pertanyaan kuesioner *website* dapat dilihat pada Tabel 2 Butir-Butir Kuesioner Website Fashion Macadamia House.

Tabel 2. Butir-Butir Kuesioner Website Fashion Macadamia House

No.	Deskripsi
	<i>Usability</i>

1	Apakah pengguna merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian <i>website</i>
2	Apakah interaksi antara <i>website</i> dengan pengguna jelas dan mudah di pahami
3	Apakah pengguna merasa mudah untuk bernavigasi dalam <i>website</i>
4	Apakah pengguna merasa <i>website</i> mudah untuk digunakan
5	Apakah <i>website</i> www.macadamia-house.com memiliki tampilan yang menarik
6	Apakah desain www.macadamia-house.com sesuai dengan jenis <i>website e-commerce</i>
7	Apakah <i>website</i> www.macadamia-house.com mengandung kompetensi
8	Apakah pengguna <i>website</i> www.macadamia-house.com menciptakan pengalaman positif bagi pengguna
9	Saya merasa tampilan <i>website</i> mudah dan nyaman digunakan
Information Quality	
10	Apakah <i>website</i> www.macadamia-house.com memberikan informasi yang akurat terhadap produk yang dijual
11	Apakah informasi yang diberikan dapat dipercaya
12	Apakah <i>website</i> memberikan informasi yang tepat waktu (<i>update</i> produk)
13	Saya merasa percaya bahwa barang yang dijual sesuai dengan deskripsi penjualan
14	Apakah <i>website</i> www.macadamia-house.com memberikan informasi mengenai produk yang dijual dengan baik
15	Apakah <i>website</i> www.macadamia-house.com memberikan informasi yang relevan
Service Interaction	
16	Apakah <i>website</i> www.macadamia-house.com memiliki reputasi yang baik
17	Apakah pengguna merasa aman untuk melakukan transaksi
18	Apakah pengguna merasa aman terhadap informasi pribadinya
19	Apakah <i>website</i> www.macadamia-house.com memberi ruang untuk personalisasi
20	Saya merasa data pribadi di <i>website</i> www.macadamia-house.com terjaga dengan aman.
21	Apakah <i>website</i> www.macadamia-house.com dapat direkomendasikan untuk teman-teman dalam belanja <i>online</i>
22	Apakah <i>website</i> www.macadamia-house.com memberikan respon yang baik apabila terjadi kesalahan pada saat transaksi

Uji Validitas

Pada tahapan uji validitas ini, dilakukan untuk memperoleh hasil apakah pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang dibagikan kepada responden telah valid sebagai pertanyaan dan dimengerti maksud dan tujuannya oleh responden.

Pada pengujian validitas ini menggunakan rumus Bivariate Pearson (Korelasi Pearson Product Moment)

yang dilakukan dengan *Software IBM SPSS Statistics 25.0 for windows*. Didapatkan hasil uji validitas metode *Webqual 4.0* yaitu:

Untuk mendapatkan hasil r tabel menggunakan rumus seperti dibawah ini

$$DF = N - 2$$

$$DF = 100 - 2$$

$$DF = 98 \text{ sig } 0,05$$

Keterangan:

N= Jumlah responden (ada 100 responden)

Pada hasil DF didapatkan 98 sig 0,05 yang berarti r tabel yang didapatkan 0,1966 berdasarkan ketentuan pada r tabel statistika. Jika nilai r hasil < r tabel maka dinyatakan bahwa item-item tersebut tidak valid dan harus diperbaiki.

Hasil uji validitas terhadap hasil valid kuesioner dapat dilihat pada Tabel 3 Hasil Uji Validitas.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

No. Butir	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1.	0,396	0,1966	Valid
2.	0,280	0,1966	Valid
3.	0,428	0,1966	Valid
4.	0,246	0,1966	Valid
5.	0,280	0,1966	Valid
6.	0,220	0,1966	Valid
7.	0,325	0,1966	Valid
8.	0,316	0,1966	Valid
9.	0,259	0,1966	Valid
10.	0,258	0,1966	Valid
11.	0,251	0,1966	Valid
12.	0,437	0,1966	Valid
13.	0,350	0,1966	Valid
14.	0,269	0,1966	Valid
15.	0,259	0,1966	Valid
16.	0,444	0,1966	Valid
17.	0,235	0,1966	Valid
18.	0,204	0,1966	Valid
19.	0,340	0,1966	Valid
20.	0,221	0,1966	Valid
21.	0,403	0,1966	Valid
22.	0,388	0,1966	Valid

Uji Reliabilitas

Pada tahapan uji reliabilitas ini, dilakukan untuk mengetahui tingkat kekonsistensian kuesioner yang digunakan oleh peneliti sehingga angket tersebut dapat diandalkan.

Pada pengujian reliabilitas ini menggunakan metode Alpha (Cronbach's) yang dilakukan dengan *Software IBM SPSS Statistics 25.0 for windows*. Metode Alpha ini sangat cocok digunakan pada kuesioner berbentuk skala (misal 1-5) atau skor rentangan (misal 0-20 atau 0-50).

Pada hasil uji reliabilitas ini berdasarkan jika nilai Alpha lebih besar dari r tabel maka item-item angket

yang digunakan dinyatakan reliabel atau konsisten, sebaliknya jika nilai Alpha lebih kecil dari r tabel maka item-item kuesioner yang digunakan tidak reliabel atau tidak konsisten. Hasil uji realibilitas terhadap hasil Cronbach's Alpha dapat dilihat pada Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,545	22

Skala Likert

Pada tahapan skala *likert* ini, penilaian kualitas layanan *website Fashion Macadamia House* terhadap pengguna menggunakan kuesioner yang dirancang dengan skala *likert* berdasarkan metode *Webqual 4.0*. Metode *Webqual 4.0* terdiri dari 3 kategori yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction*. Skala pengukuran untuk tingkat kepuasan 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5 (sangat setuju). Pada skala *likert* ini menggunakan rumus untuk mengetahui interval penilaian skala numerik, yaitu:

$$RS = (m - n)/b$$

$$RS = (5 - 1)/5$$

$$RS = 0.8$$

Keterangan:

- m = Angka tertinggi dalam pengukuran
- n = Angka terendah dalam pengukuran
- b = Banyaknya kelas/kategori yang dibentuk

Pada Tabel 5 Interval Skala Likert ini dapat dilihat interval skala likertnya:

Tabel 5. Interval Skala Likert

Sangat setuju	SS	$4.2 \leq X \leq 5$
Setuju	S	$3.4 \leq X \leq 4.2$
Netral	N	$2.6 \leq X \leq 3.4$
Tidak setuju	TS	$1.8 \leq X \leq 2.6$
Sangat tidak setuju	STS	$1 \leq X \leq 1.8$

Dari hasil perhitungan interval di atas kemudian dibuat tabel perhitungan tingkat kepuasan konsumen responden terhadap kualitas layanan *website Fashion Macadamia House* dengan skala *likert*. Dibawah ini adalah rumus perhitungan rata-rata:

$$Skor\ rata - rata = (SS * 5) + (S * 4) + (N * 3) + (TS * 2) + (STS * 1) / responden$$

Pada Tabel 6 Hasil Skala Likert ini dapat dilihat hasil perhitungan Skala *Likert*:

Tabel 6. Hasil Skala Likert

No.	Pernyataan					Rata-Rata	Interprestasi
	SS	S	N	TS	STS		
<i>Usability</i>							

1.	51	42	7	0	0	4.44	SS
2.	52	40	8	0	0	4.44	SS
3.	50	45	5	0	0	4.45	SS
4.	62	34	4	0	0	4.58	SS
5.	47	50	3	0	0	4.44	SS
6.	39	54	6	0	0	4.29	SS
7.	54	41	5	0	0	4.49	SS
8.	36	55	9	0	0	4.27	SS
9.	38	54	8	0	0	4.30	SS
<i>Information Quality</i>							
10.	52	45	3	0	0	4.49	SS
11.	47	46	7	0	0	4.40	SS
12.	23	71	6	0	0	4.17	S
13.	27	67	6	0	0	4.21	SS
14.	50	47	3	0	0	4.47	SS
15.	32	65	3	0	0	4.29	SS
<i>Service Interaction</i>							
16.	45	50	5	0	0	4.40	SS
17.	38	58	4	0	0	4.34	SS
18.	42	54	4	0	0	4.38	SS
19.	23	72	5	0	0	4.18	S
20.	26	66	8	0	0	4.18	S
21.	30	65	5	0	0	4.25	SS
22.	24	70	6	0	0	4.18	S

Uji Hipotesis

Pada tahapan uji hipotesis ini, uji yang dilakukan adalah uji *descriptive statistic* dan uji *Importance Performance Analysis (IPA)*. Uji hipotesis ini dilakukan untuk pernyataan tentatif mengenai parameter peubah acak. Uji hipotesis ini juga dipergunakan untuk menguji kebenaran suatu pernyataan secara statistik dan menarik kesimpulan. Uji hipotesis ini untuk menguji apakah pernyataan dari metode *Webqual 4.0* dapat dipercayai kebenarannya atau tidak, oleh sebab itu dilakukannya uji hipotesis dari setiap masing-masing kategori metode *Webqual 4.0*, karena uji hipotesis ini mengambil keputusannya berdasarkan sifat yang objektif.

Uji Descriptive Statistic

Pada tahapan uji *descriptive statistic* ini adalah menghitung hasil *minimum*, *maximum*, *mean*, dan standar deviasi pada metode *Webqual 4.0* yang memiliki 3 kategori, yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction*.

Pada Tabel 7 Hasil Uji *Descriptive Statistic* Kategori *Usability*, Tabel 8 Hasil Uji *Descriptive Statistic* Kategori *Information Quality*, dan Tabel 9 Hasil Uji *Descriptive Statistic* Kategori *Service Interaction* ini dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 7. Hasil Uji *Descriptive Statistic* Kategori *Usability*

Butir	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
-------	---	-----	-----	------	-----------------

1	100	3.00	5.00	4.44	0,624
2	100	3.00	5.00	4.44	0,640
3	100	3.00	5.00	4.45	0,592
4	100	3.00	5.00	4.58	0,571
5	100	3.00	5.00	4.44	0,556
6	100	3.00	5.00	4.34	0,589
7	100	3.00	5.00	4.49	0,594
8	100	3.00	5.00	4.27	0,617
9	100	3.00	5.00	4.30	0,611

Tabel 8. Hasil Uji *Descriptive Statistic* Kategori *Information Quality*

Butir	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
1	100	3.00	5.00	4.49	0,559
2	100	3.00	5.00	4.40	0,619
3	100	3.00	5.00	4.17	0,513
4	100	3.00	5.00	4.21	0,537
5	100	3.00	5.00	4.47	0,558
6	100	3.00	5.00	4.29	0,518

Tabel 9. Hasil Uji *Descriptive Statistic* Kategori *Service Interaction*

Butir	N	Min	Max	Mean	Standar Deviasi
1	100	3.00	5.00	4.40	0,586
2	100	3.00	5.00	4.34	0,554
3	100	3.00	5.00	4.38	0,564
4	100	3.00	5.00	4.18	0,500
5	100	3.00	5.00	4.18	0,557
6	100	3.00	5.00	4.25	0,538
7	100	3.00	5.00	4.18	0,519

Uji Importance Performance Analysis (IPA)

Pada tahapan uji IPA ini, responden diminta untuk menilai tingkat kepentingan pelayanan dan kinerja pelayanan *Fashion Macadamia House*, kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan tersebut di analisis pada *Importance Performance Matrix*, yang dimana sumbu x mewakili persepsi sedangkan sumbu y mewakili harapan.

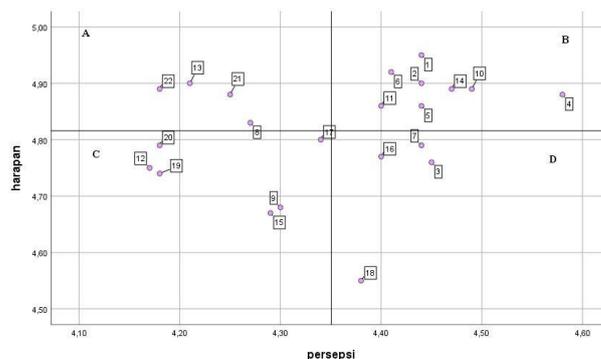
Pada Tabel 10 Skor Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Metode Webqual ini dapat dilihat hasil skor persepsi, ekspetasi, dan skor kepuasan pada kuesioner yang didapatkan dari metode *Webqual 4.0*, dan nantinya setelah diketahui hasil skor persepsi, ekspetasi, dan skor kepuasan, maka akan didapatkannya hasil diagram kartesius pengukuran kepuasan pelanggan dan juga akan diinterpretasikan dari hasil diagram kartesius tersebut.

Tabel 10. Skor Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Metode Webqual

No	Skor		Skor Kepuasan
	Persepsi	Harapan	
1	4.44	4.95	-0.51
2	4.44	4.90	-0.46
3	4.45	4.76	-0.31
4	4.58	4.88	-0.30
5	4.44	4.86	-0.42

6	4.41	4.92	-0.51
7	4.44	4.79	-0.35
8	4.27	4.83	-0.56
9	4.30	4.68	-0.38
10	4.49	4.89	-0.40
11	4.40	4.86	-0.46
12	4.17	4.75	-0.58
13	4.21	4.90	-0.69
14	4.47	4.89	-0.42
15	4.29	4.67	-0.38
16	4.40	4.77	-0.37
17	4.34	4.80	-0.46
18	4.38	4.55	-0.17
19	4.18	4.74	-0.56
20	4.18	4.79	-0.61
21	4.25	4.88	-0.63
22	4.18	4.89	-0.71

Pada tahap selanjutnya, yang dibahas adalah mengenai pemetaan dari nilai persepsi (x) dan harapan (y), dari hasil yang didapatkan maka akan terbentuk matriks yang terdiri dari 4 kuadran yang masing-masing kuadran tersebut menggambarkan skala prioritas dalam mengambil kebijakan bijak berupa peningkatan kinerja atau mempertahankan kinerja perusahaan. Berikut adalah diagram kartesius *website Fashion Macadamia House*.



Gambar 1. Diagram Kartesius *Importance Performance Analysis website Fashion Macadamia House*

Dari Gambar 1 maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pelanggan namun tidak terlaksanakan dengan baik oleh pemilik *website*. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

 - (8) Apakah pengguna *website* www.macadamia-house.com menciptakan pengalaman positif bagi pengguna.
 - (13) Saya merasa percaya bahwa barang yang dijual sesuai dengan deskripsi penjualan.
 - (21) Apakah *website* www.macadamia-house.com dapat direkomendasikan untuk teman-teman dalam belanja online.

(22) Apakah *website* www.macadamia-house.com memberikan respon yang baik apabila terjadi kesalahan pada saat transaksi.

Dengan demikian item-item tersebut menjadi skala prioritas utama yang harus diperbaiki.

2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting dan memuaskan pelanggan yang sudah dilaksanakan dengan baik oleh pemilik *website*. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

(1) Apakah pengguna merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian *website*.

(2) Apakah interaksi antara *website* dengan pengguna jelas dan mudah di pahami.

(4) Apakah pengguna merasa *website* mudah untuk digunakan.

(5) Apakah *website* www.macadamia-house.com memiliki tampilan yang menarik.

(6) Apakah desain www.macadamia-house.com sesuai dengan jenis *website e-commerce*.

(10) Apakah *website* www.macadamia-house.com memberikan informasi yang akurat terhadap produk yang dijual.

(11) Apakah informasi yang diberikan dapat dipercaya.

(14) Apakah *website* www.macadamia-house.com memberikan informasi mengenai produk yang dijual dengan baik.

Dengan demikian item-item tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh pemilik *website*.

3. Kuadran C

Kuadran C menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan tidak terlaksanakan dengan baik oleh pemilik *website*. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

(9) Saya merasa tampilan *website* mudah dan nyaman digunakan.

(12) Apakah *website* memberikan informasi yang tepat waktu (*update* produk).

(15) Apakah *website* www.macadamia-house.com memberikan informasi yang relevan.

(17) Apakah pengguna merasa aman untuk melakukan transaksi.

(19) Apakah *website* www.macadamia-house.com memberi ruang untuk personalisasi.

(20) Saya merasa data pribadi di *website* www.macadamia-house.com terjaga dengan aman.

Dengan demikian item-item diatas dapat diabaikan/mempunyai skala prioritas pembenahan bagi pemilik *website*.

4. Kuadran D

Kuadran D menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh pemilik *website* namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh pemilik *website*. Variabel-variabel yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

(3) Apakah pengguna merasa mudah untuk bernavigasi dalam *website*.

(7) Apakah *website* www.macadamia-house.com mengandung kompetensi.

(16) Apakah *website* www.macadamia-house.com memiliki reputasi yang baik.

(18) Apakah pengguna merasa aman terhadap informasi pribadinya.

Dengan demikian item-item tersebut berlebihan dilaksanakan oleh pemilik *website*, untuk itu lebih baik dialokasikan untuk prioritas utama terlebih dahulu.

4. KESIMPULAN

Beberapa kesimpulan yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner mengenai *website Fashion Macadamia House*, yaitu:

1. Memperoleh hasil penilaian dari penyebaran kuesioner terhadap *website Fashion Macadamia House* berdasarkan 100 sampel responden.
2. Didapatkan hasil penilaian kualitas layanan *website Fashion Macadamia House* melalui perhitungan skala likert, dengan hasil penilaian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai *feedback* bahan evaluasi pengembangan dan perbaikan terhadap *website Fashion Macadamia House* agar sesuai dengan harapan pengguna *website*.
3. Dari hasil penilaian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode *Webqual 4.0* diperoleh hasil bahwa rata-rata pengguna *website Fashion Macadamia House* merasa sangat puas dengan tampilan yang dimiliki, mudah dimengerti, dan memenuhi kebutuhan pengguna.
4. Dengan analisis *importance performance analysis* (IPA) maka diketahui 10 hal yang harus ditingkatkan untuk kedepannya.

Daftar Pustaka

- [1] W. S. Fatmala & A. Rachmadi. Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Berrybenka Terhadap Kepuasan Pengunjung Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA). *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 1, pp. 175–183, 2018.
- [2] P. Seminar & N. Aimi. Pengaruh Kualitas Website E-commerce Terhadap Kepercayaan Konsumen Dan Persepsi Risiko Konsumen (Studi Pada Konsumen E-commerce di Kabupaten Bandung). pp. 27–28, 2017.
- [3] R. Ghafiki & R. Setyorini. Pengaruh kualitas website Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Situs Bualapak.com. vol. 4, no. 1, pp. 678–686, 2017.
- [4] D. Astuti & F. N. Salisah. Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode E-Servqual (Studi Kasus : Lejel Home Shopping Pekanbaru). *J. Rekayasa dan Manaj. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 1, pp. 44–49, 2016.
- [5] Syaifullah & D. O. Soemantri. Pengukuran Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual 4.0 (Studi Kasus: CV. Zamrud Multimedia

- Network). *J. Rekayasa dan Manaj. Sist. Inf.*, vol. 2, no. 1, pp. 19–25, 2016.
- [6] Z. Fajar, S. Putra, M. Sholeh, & N. Widyastuti. Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0. vol. 1, no. 2, pp. 174–184, 2014.
- [7] A. Al Baiti, Suprpto, & A. Rachmadi. Pengukuran Kualitas Layanan Website Dinas Pendidikan Kota Malang Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan IPA. *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 1, no. 9, pp. 885–892, 2017.
- [8] W. Budiaji. Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale). *J. Ilmu Pertan. dan Perikan. Desember*, vol. 2, no. 2 Hal, pp. 127–133, 2013.
- [9] Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Service Quality & Satisfaction, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- [10] Rohmatin, Y. (2007). *Pengukuran Kualitas Website Maskapai Penerbangan Menggunakan Metode E-Serqual Dan Analysis Importance And Performance Matrik*. Skripsi: Teknik Industri, Fakultas Teknik Industri Universitas Gunadarma.
- [11] Napitupulu, D. B. (2016). Evaluasi Kualitas Website Universitas XYZ Dengan Pendekatan Webqual. *Buletin Pos dan Telekomunikasi*, 14, 51-64.
- [12] Umar, H. (2003). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Gramedia.
- [13] Kelly, A., & M., T. (2013, March). Collaborative Training and Praticce Among Applied Behavior Analysts Who Support Individuals With Autism Spectrum Disorder. Education and Training in Autism and Development Disabilities. *Institute of Education Science*, 48(1), 120-131. Diambil kembali dari www.eric.ed.gov
- [14] Herath, H., & JMM, U. (2013). Women Consumer Preferences for Socially Responsible Food Productive Attributes: Evidence From Urban Supermarket Setting In The Anuradhapura District. *The Journal of Agricultural Science*, 8(2), 57-69.
- [15] Maharsi, S., & Fenny. (2006, Mei). Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Dan Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pengguna Internet Banking di Surabaya. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8, 35-51. Diambil kembali dari www.petra.ac.id
- [16] Sunyoto, D. (2012). *Teori Kuesioner dan Analisis Data Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Caps Publishing.
- [17] Risnita. (2012). Pengembangan Skala Model Likert. *Edu-Bio*, 3, 86-99.