

Pengaruh Layanan Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Webqual 4.0

Sri Andayani

Email: andayani_s@yahoo.com

Universitas Katolik Musi Charitas

Abstraks—Transaksi jual barang atau jasa dengan media jaringan computer yang terkoneksi dengan internet disebut dengan e-commerce. Perkembangan e-commerce di Indonesia sangat tinggi dikarenakan jumlah penduduk Indonesia yang sangat besar. Tokopedia adalah salah satu e-commerce terpopuler di Indonesia saat ini dalam bentuk marketplace. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas website Tokopedia menggunakan model webqual 4.0 dan manfaat penelitian ini adalah memberikan masukan bagi pengelola Tokopedia dalam meningkatkan pelayanan terhadap konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah variabel kegunaan (*usability quality*) memiliki pengaruh negative, variabel kualitas informasi (*information quality*) dan variabel kualitas layanan (*service quality*) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan (*user satisfaction*).

Kata Kunci: *webqual, kegunaan, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan konsumen*

Abstract— *Selling transactions of goods or services with computer network media connected to the internet is called e-commerce. The development of e-commerce in Indonesia is very high due to the huge population of Indonesia. Tokopedia is one of the most popular e-commerce in Indonesia currently in the form of a marketplace. The purpose of this study was to determine customer satisfaction with the quality of the Tokopedia website using the webqual 4.0 model and the benefits of this study were to provide input for Tokopedia managers in improving service to consumers. The results of this study are usability quality has a negative influence, information quality variables (information quality) and service quality variables (service quality) have a positive influence on user satisfaction.*

Key Words: *webqual, usability, information quality, service quality, customer satisfaction*

I. PENDAHULUAN

Belanja online pada tahun 2014 mencapai 21 triliun berdasarkan riset Online Shopping Outlook 2015 oleh BMI research. Markplus Insight dan majalah online Marketeers pada tahun 2013 menunjukkan dari 74,6 juta pengguna internet Indonesia sekitar 20% melakukan belanja online. Potensi perkembangan e-commerce di Indonesia sangat besar dikarenakan jumlah populasi Indonesia yang sangat besar. Beragam tawaran produk dan jasa layanan online yang menarik, mudah, kreatif dan tepat guna menjadi faktor

percepatan pertumbuhan transaksi e-commerce di Indonesia (<http://binatalentanusantara.com/2016/09/14/10-e-commerce-terpopuler-di-dunia-dan-indonesia>)

E-commerce adalah penggunaan jaringan komunikasi dari computer untuk melaksanakan proses bisnis. Pandangan populer dari e-commerce adalah penggunaan internet dan computer web browser untuk membeli dan menjual produk [1].

Dari beberapa e-commerce yang ada, Tokopedia berada di peringkat 8 e-commerce di Indonesia atau peringkat 310 di dunia dengan 20 ribu lebih merchant, 56 ribu lebih anggota terdaftar dan 2 juta produk platform, 10 juta lebih orang (dan mengalami peningkatan setiap harinya) mengunjungi situs ini. Tokopedia telah mampu mencatat transaksi yang mencapai miliaran rupiah (www.alexacom, September 2016). Sedangkan menurut www.brandindex.com peringkat Indonesia e-commerce dan m-commerce: Top Buzz Rankings pada tahun 2016, Tokopedia menempati peringkat pertama untuk perubahan skor sekitar 13.9 terhitung dari Juni 2015 – Juni 2016. Skor Buzz berkisar dari 100 sampai -100 dan disusun dengan mengurangi umpan balik negative dan positif. Skor nol berarti umpan balik positif dan negative adalah sama.

Tokopedia berdiri pada awal tahun 2009 dan mendapat dana segar dari Softbank Internet and Media Inc dan Sequoia Capital senilai lebih kurang 1,2 triliun rupiah. Tokopedia termasuk dalam salah satu jenis e-commerce yaitu marketplace. Marketplace adalah tempat bertemunya pembeli dan penjual dan melakukan seluruh aktivitas transaksi secara online. Berdasarkan penilaian pada www.trustedcompany.com Tokopedia mendapatkan nilai review dari konsumen 3.2/5 bintang (sekitar 37% pengunjung memberikan bintang 5) yang berarti konsumen puas terhadap pelayanan Tokopedia.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Faktor utama yang harus diperhatikan untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen adalah: (1) Kualitas produk; (2) Kualitas pelayanan; (3) Emosional; (4) Harga; (5) Biaya. Sedangkan metode pengukuran kepuasan konsumen adalah: (1) sistem keluhan dan saran; (2) *Ghost Shopping*; (3) *Lost customer analysis*; (4) survei kepuasan pelanggan [2].

Kepuasan konsumen Tokopedia berdasarkan website yang disediakan untuk konsumen melakukan transaksi. Website

atau yang disebut juga dengan World Wide Website (www) adalah kumpulan dari halaman-halaman situs yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain yang tempatnya berada dalam World Wide Web (www) di internet [3].

Website Tokopedia termasuk ke dalam website dinamis yang mempunyai arus informasi dua arah yaitu berasal dari konsumen dan pemilik sehingga pembaharuan dapat dilakukan oleh konsumen dan pemilik. Agar proses pembaharuan data dapat berjalan dengan baik, maka Tokopedia menghadirkan fitur-fitur pada website yang dianggap dapat mempermudah konsumen melakukan transaksi. Fitur tersebut adalah fitur chat, fitur diskusi yang dapat dilakukan pada produk yang dijual, fitur ulasan untuk memberikan penilaian terhadap produk yang dibeli dan lain sebagainya. Banyaknya fitur yang disediakan pada website bertujuan untuk memberikan layanan interaksi antara penjual, pembeli dan tokopedia sendiri.

Kualitas layanan *website* menjadi isu yang utama dewasa ini penyebaran informasi dan pelayanan terhadap konsumen/pelanggan sangat penting. *Webqual* merupakan salah satu metode pengukuran kualitas yang dikembangkan oleh Stuart Barnes dan Richard Vidgen, *Webqual* mempunyai tiga bidang utama yaitu [4]:

- (1) *Information Quality*: berfokus pada kualitas informasi, data dan sistem;
- (2) *Service Interaction Quality*: kualitas layanan marketing, e-commerce dan sistem informasi
- (3) *Usability*: interaksi manusia dan komputer.

Kualitas layanan website yang diberikan oleh tokopedia.com terkadang masih tidak sesuai dengan harapan konsumen sehingga pihak tokopedia.com harus berusaha semaksimal mungkin meningkatkan layanan website. Peningkatan layanan website sesuai dengan *webqual 4.0* adalah *usability*, *information quality* dan *service interaction quality*.

Perbaikan kualitas layanan website yang sesuai dengan harapan konsumen akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen sehingga mempertahankan konsumen untuk terus menggunakan tokopedia.com sebagai marketplace bagi konsumen melakukan transaksi jual beli [2].

Berdasarkan latar belakang dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh layanan website Tokopedia terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode *webqual 4.0*.

Untuk memberikan hasil kekinian pada penelitian, maka dilakukan review terhadap beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai permasalahan yang sama. Penelitian yang berjudul Analisis Kualitas *E-Commerce* Dengan Pendekatan *Webqual 4.0* mengungkapkan bahwa setelah dilakukan pengumpulan data dari hasil kuesioner didapatkan bahwa responden yang memilih lazada 66%, dan teknik regresi berganda yang digunakan didapatkan dimensi kemudahan pengguna dan kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sedangkan dimensi kualitas interaksi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna [5].

Penelitian yang dibuat bertujuan untuk mengetahui kualitas layanan yang diberikan dan untuk mengetahui faktor-faktor apa yang sangat berpengaruh dengan kualitas layanan dengan metode *Webqual 4.0* terhadap kepuasan pengguna

sehingga bisa dijadikan bahan pertimbangan dalam memperbaiki kekurangan pada layanan. Responden melibatkan para siswa dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Berdasarkan *webqual* terdapat 24 pertanyaan yang dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Hasil uji didapatkan 23 pertanyaan yang valid dan reliabel. Hasil yang didapat sesuai dengan Metode *Webqual* adalah berdasarkan dimensi kemudahan penggunaan sudah baik, berdasarkan dimensi kemudahan kualitas informasi sudah baik, perlu peningkatan untuk penyampaian informasi agar lebih *up to date* dan lebih tepat waktu, berdasarkan dimensi kualitas interaksi sudah baik hanya perlu peningkatan pada aspek interaksi dengan pihak organisasi dan informasi yang disajikan harus lebih bisa menyakinkan pengguna [6].

Penelitian dengan tujuan adalah untuk mengetahui variabel harapan pengguna dan memberikan sarana perbaikan mutu Dinas Pariwisata Pacitan agar sesuai dengan harapan pengguna dan memberikan saran perbaikan mutu ke depannya. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan cara penyebaran kuesioner dengan banyaknya sampel adalah 120 responden. Teknik analisa menggunakan SEM dan tools yang digunakan adalah *SmartPLS 2.0* sebagai alat bantu PLS. Hasil penelitian menunjukkan variabel kegunaan, kualitas informasi dan kualitas layanan berpengaruh sebesar 67.7% terhadap harapan pengguna dan sisanya 32.3% dipengaruhi oleh variabel lain [7].

Penelitian lain yang dibuat adalah melakukan analisis terhadap BTKP-DIY sehingga dapat menjadi masukan bagi BTKP-DIY untuk meningkatkan layanannya. Hal ini dikarenakan BTKP-DIY berkewajiban memberikan informasi mengenai dunia pendidikan serta teknologi yang selalu *up to date* dan mudah diakses oleh seluruh masyarakat. Teknik pengumpulan data dengan kuesioner dimana responden sebanyak 100 orang. Pengujian validitas, dari 24 pertanyaan menurut *Webqual 4.0* didapat bahwa ada 2 pertanyaan yang tidak valid dan dikeluarkan dari data sehingga ada 22 pertanyaan dan dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas menyatakan bahwa item kuesioner dinyatakan reliabel. Hasil penyebaran kuesioner didapat bahwa mayoritas responden menjawab Puas pada beberapa pertanyaan kuesioner tetapi ada beberapa yang menjawab Kurang Puas sehingga dapat dijadikan masukan bagi BTKP-DIY untuk meningkatkan layanannya [8].

Dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui kepuasan mahasiswa terhadap Universitas Negeri Yogyakarta (UNY). Populasi adalah seluruh mahasiswa UNY dengan sampel sebanyak 350 mahasiswa yang diambil secara random sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang diuji validitas dan reliabilitas. Hasil yang didapat adalah mahasiswa merasa puas terhadap dimensi *usability*, *information quality* dan *service interaction* pada UNY [9].

II. METODOLOGI

A. Cara Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan secara acak sederhana. Dikarenakan keterbatasan waktu maka responden yang didapat berjumlah 100 responden yaitu mahasiswa, karyawan dan dosen yang berada di lingkungan Universitas Katolik

Musi Charitas. Tujuan ditentukannya responden dosen, karyawan dan mahasiswa karena dianggap telah dapat melakukan transaksi online secara mandiri (tidak dibantu orang lain untuk melakukan transaksi transfer bank).

Berdasarkan rumus slovin [10] dengan 100 responden dan tingkat kesalahan (*error margin*) ditentukan sebesar 5% maka didapat minimal jumlah responden adalah 80 responden.

B. Cara Pengumpulan Data

Cara pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menyebarkan kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan secara langsung kepada responden (*offline*). Teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling dimana pada penelitian ini tidak dilakukan secara konsensus namun secara terfokus yaitu dengan mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang dibuat terhadap obyek yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Manfaat dari pelaksanaan survey kepuasan pengguna meliputi (1) identifikasi pelanggan atau profil demografi pelanggan, (2) Identifikasi kekuatan dan kelemahan, (3) rekomendasi perbaikan, (4) hasil survei dapat digunakan sebagai masukan untuk perencanaan strategis, dan (5) pemahaman yang lebih baik mengenai kinerja melalui *benchmarking* dengan lain [11].

Kuesioner terbagi atas empat bagian untuk kualitas (webqual 4.0) [2]. Untuk menggambarkan jawaban responden menggunakan skala linked 1 sampai dengan 5 dengan ukuran angka terendah mempunyai arti sangat tidak setuju (STS) sampai angka tertinggi yang mempunyai arti sangat setuju (SS) [12].

Tabel 1. Kuesioner Kualitas Layanan Menurut Webqual 4.0

Dimensi Kemudahan Penggunaan (<i>Usability</i>)	
No	Deskripsi Indikator
1	Pengguna merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian website
2	Interaksi antara website dengan pengguna jelas dan mudah dipahami
3	Pengguna merasa mudah untuk bernavigasi dalam website
4	Pengguna merasa website mudah untuk digunakan
5	Website memiliki tampilan yang menarik
6	Desain sesuai dengan jenis website
7	Website mengandung kompetensi
8	Website menciptakan pengalaman positif bagi pengguna
Dimensi Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	
No	Deskripsi Indikator
1	Website memberikan informasi yang akurat
2	Website memberikan informasi yang dapat dipercaya
3	Website memberikan informasi yang tepat waktu
4	Website memberikan informasi yang berkaitan dengan dunia e-commerce
5	Website memberikan informasi yang mudah dipahami
6	Website memberikan informasi yang tepat secara detail
7	Website memberikan informasi dengan format sesuai
Dimensi Kualitas Interaksi (<i>Interaction Quality</i>)	
No	Deskripsi Indikator

1	Website memiliki reputasi yang baik
2	Pengguna merasa aman saat melakukan transaksi pada website
3	Pengguna merasa aman saat memasukkan data pribadi pada website
4	Website memberikan ruang untuk personalisasi
5	Website memberikan ruang untuk komunitas
6	Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan penjual atau penyelenggara
7	Pengguna merasa yakin bahwa barang akan dikirim sebagaimana yang telah dijanjikan
Keseluruhan (Overall Impression)	
1	Tampilan situs secara keseluruhan baik

C. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah atribut atau sekelompok orang atau obyek penelitian yang mempunyai variasi antara satu dengan yang lain dalam kelompok tersebut. Variabel pada penelitian ini dibagi atas dua yaitu variabel bebas dan variabel terikat [10].

Variabel Bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Variabel bebas pada penelitian ini terbagi atas tiga variabel bebas yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi pelayanan (*services interaction quality*).

Usability berarti bahwa website tersebut mudah dipelajari, dapat digunakan secara efisien, mudah dihapal, memiliki sedikit kesalahan, secara subyektif memuaskan bagi pengguna [13]. Website sangat bermanfaat mendukung pengguna dan memungkinkan pengguna untuk mencapai tujuan mereka dengan cepat, efisiensi dan mudah [14].

Konten dari sebuah *website* memainkan peranan yang signifikan dalam menentukan sikap konsumen terhadap *website* [15]. Terdapat dimensi *entertainment* dalam pengukuran kualitas website yang didalamnya meliputi daya tarik visual (*visual appeal*), inovasi (*innovativeness*), dan daya tarik emosional (*emotional appeal*). Dimensi *entertainment* ini mencerminkan ekspektasi pengguna website mengenai informasi yang dikirim atau disampaikan dengan cara yang menghibur. Hal ini mengacu pada desain yang disajikan dalam website sehingga pada akhirnya akan menarik pengguna untuk mengunjungi dan menggunakannya [16].

Kualitas informasi yang lebih baik akan meningkatkan kepuasan dalam pengalaman online. Menekankan bahwa kualitas informasi *website* menentukan apakah konsumen akan tertarik atau melayang jauh dari sebuah *website* [17].

Variabel Terikat

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas [10]. Variabel terikat pada penelitian ini adalah *user satisfaction* (kepuasan pelanggan). Kepuasan pelanggan dianggap berdasarkan

pandangan bahwa pengguna tidak lelah saat melakukan pekerjaan di website, senang untuk melanjutkan pekerjaan dan bersedia untuk melakukan pekerjaan berikutnya serta pengguna mencapai tujuannya dengan baik dalam website.

D. Pengujian Alat Ukur

Data yang digunakan dapat diuji dengan alat ukur yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk mengevaluasi kualitas data. Validitas merupakan ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan sebuah alat ukur penelitian. Uji validitas dimaksudkan untuk memastikan seberapa baik alat ukur yang dipakai dapat mengukur sebuah konsep sebagaimana mestinya.

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dapat dipercaya atau diandalkan. Reliabilitas mengindikasikan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran berulang kali terhadap gejala yang sama dengan alat ukur yang sama. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsisten internal antar variabel dalam alat ukur [10].

E. Analisis Data

Analisis data menggunakan model regresi linier berganda Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen (variabel bebas) dengan variabel dependen (variabel terikat) apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Tujuan regresi linier berganda adalah untuk mengukur intensitas hubungan antara dua variabel atau lebih dan membuat prediksi perkiraan dari Y dan X [18].

Model regresi linier berganda untuk populasi di atas dapat ditaksi berdasarkan sebuah sampel acak yang berukuran n dengan model regresi linier berganda untuk sampel yaitu:

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan:

Y' = Variabel dependen (nilai yang diprediksikan)

X₁ dan X₂ = Variabel independen

a = Konstanta (nilai Y' apabila X₁, X₂,.....X_n = 0)

b = Koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

F. Model Penelitian

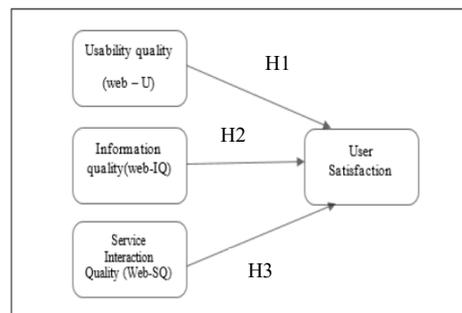
Berdasarkan metode webqual 4.0 maka dibuatlah model penelitian dan hipotesa penelitian.

Hipotesa Penelitian

H1 : *Usability* (Kegunaan) pada berpengaruh positif langsung terhadap *User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna).

H2 : *Information Quality* (Kualitas Informasi) pada berpengaruh positif langsung terhadap *User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna).

H3 : *Service Quality* (Kualitas Layanan) pada berpengaruh positif langsung terhadap *User Satisfaction* (Kepuasan Pengguna).



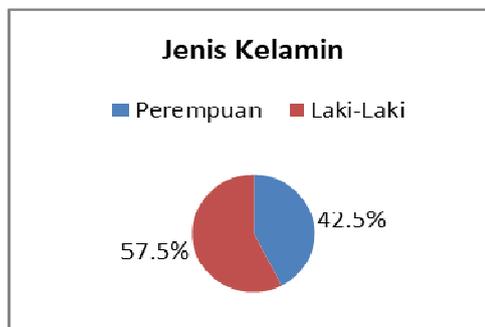
Gambar 1. Model Penelitian

III. HASIL PEMBAHASAN

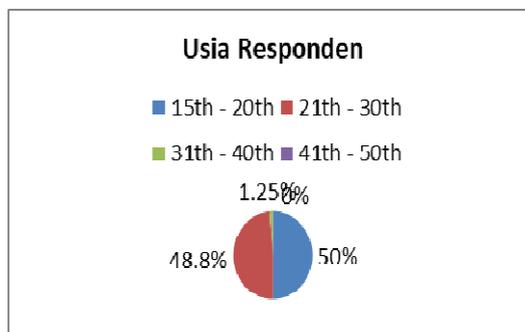
A. Data Penelitian

Pengolahan data dilakukan untuk menentukan hasil dari penelitian tersebut. Terdapat lembar kusioner yang dibagikan ke responden berjumlah 100 kusioner yang bisa diolah sebanyak 80 kusioner karena ada sebanyak 20 kusioner yang tidak kembali atau tidak dapat diolah karena rusak.

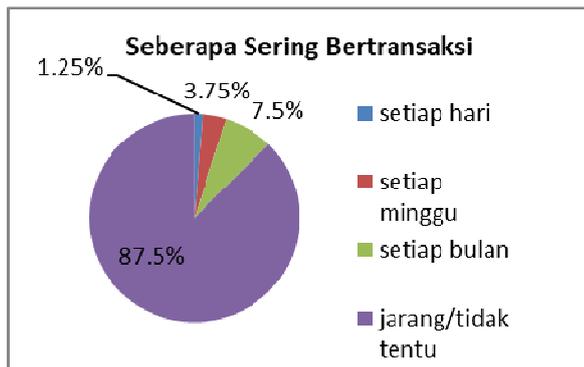
Sebelum diolah lebih lanjut, data yang diperoleh melalui kusioner terlebih dahulu dikodekan. Profil responden yang diminta adalah jenis kelamin, usia dan seberapa sering bertransaksi di tokopedia.com.



Gambar 2. Profil responden berdasarkan jenis kelamin



Gambar 3. Profil responden berdasarkan jenis kelamin



Gambar 4. Profil responden berdasarkan transaksi

B. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Uji Validitas

Teknik yang dapat dipergunakan untuk uji validitas adalah dengan analisis item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dalam kuesioner dikorelasikan dengan nilai total seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan nilai *corrected item total correlation* diatas dari 0,227. Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian, maka hasil pengujian validitas instrument penelitian dengan pertanyaan metode webqual 4.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Analisis Uji Validasi Variabel Kegunaan

Variabel Kegunaan	Item	Corrected Item Total Correlation	R.Std < R.Hit 0.228 < R.Hit	Ket
Kemudahan untuk dioperasikan	X1	0,716	0.228<0,716	Valid
Interaksi dengan website jelas dan dapat dimengerti	X2	0,763	0.228<0,763	Valid
Kemudahan untuk navigasi/panduan	X3	0,736	0.228<0,736	Valid
Tampilan yang atraktif/memiliki daya tarik (menyenangkan)	X4	0,611	0.228<0,611	Valid
Tampilan sesuai dengan jenis website	X5	0,703	0.228<0,703	Valid
Adanya tambahan pengetahuan dari informasi website	X6	0,654	0.228<0,654	Valid
Tepat dalam penyusunan tata letak informasi	X7	0,701	0.228<0,701	Valid
Kemudahan untuk menemukan alamat website	X8	0,735	0.228<0,735	Valid

Tabel 3. Analisis Uji Validasi Variabel Kualitas Informasi

Variabel Kegunaan	Item	Corrected Item Total Correlation	R.Std < R.Hit 0.228 < R.Hit	Ket
Menyediakan informasi yang dapat dipercaya	X1	0,797	0.228<0,797	Valid
Menyediakan informasi yang up to date	X2	0,686	0.228<0,686	Valid
Menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami	X3	0,782	0.228<0,782	Valid
Menyediakan informasi yang cukup detail	X4	0,757	0.228<0,757	Valid
Menyediakan informasi yang relevan	X5	0,748	0.228<0,748	Valid
Menyediakan informasi yang akurat	X6	0,782	0.228<0,782	Valid
Menyajikan informasi dalam format yang sesuai	X7	0,775	0.228<0,775	Valid

Tabel 4. Analisis Uji Validasi Variabel Kualitas Interaksi

Variabel	Item	Corrected Item Total Correlation	R.Std < R.Hit 0.228 < R.Hit	Ket
Mempunyai reputasi yang baik	X1	0,694	0.228<0,694	Valid
Menyediakan keamanan untuk melengkapi transaksi	X2	0,762	0.228<0,762	Valid
Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi	X3	0,838	0.228<0,838	Valid
Adanya suasana komunitas	X4	0,724	0.228<0,724	Valid
Kemudahan untuk menarik minat dan perhatian	X5	0,757	0.228<0,757	Valid
Kemudahan untuk berkomunikasi	X6	0,646	0.228<0,646	Valid

Hasil dari analisis uji validitas diketahui semua item dari variabel yang di uji dalam kondisi valid (>0,226). Artinya semua data/item valid dan dapat dilanjutkan untuk uji berikutnya yaitu uji realibilitas.

Uji Reliabilitas

Kegunaan dri uji reliabel adalah untuk mengetahui sejauh mana alat uji /ukur dapat dipercaya/ handal, Tabel 5.5 menunjukkan hasil analisis uji reliabilitas untuk tiga variabel yang diuji.

Dari hasil reliabilitas nilai Cronbach's Hit dari tiga variabel lebih besar dari Cronbach's Alpha (>0,60), artinya semua variabel reliabel, data yang dianalisis bisa dipercaya dan konsisten sehingga dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha 0.60< Cronbach's Hit.	Keterangan
Kegunaan	0.60 < 0.772	Reliabel
Kualitas Informasi	0.60 < 0.786	Reliabel
Kualitas Interaksi	0.60 < 0.777	Reliabel

C. Hasil Analisis Data

Untuk mengetahui berapa besar (%) faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna web bisa dilihat pada Tabel 5.6, pada kolom R menunjukkan angka 0.572 atau 57,2% artinya adalah faktor kegunaan, kualitas informasi dan kualitas pelayanan secara serentak mempengaruhi kepuasan pengguna web Tokopedia.com sedangkan sisanya sebesar 42,8 % dipengaruhi variabel lainnya yang tidak dipakai dalam penelitian ini.

Tabel 6. Model Summary

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.572 ^a	.327	.299	.55387

a. Predictors: (Constant), Kualitas interaksi, Kegunaan, Kualitas informas

Tabel 7. Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.489	.523		2.845	.006
	Kegunaan	.079	.020	.510	3.887	.000
	Kualitas informasi	-.016	.023	-.100	-.707	.482
	Kualitas interaksi	.029	.027	.164	1.053	.296

a. Dependent Variable: Keseluruhan

Pembahasan Hasil Analisis Data

Dilihat dari Tabel 5 bisa di tuliskan persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 1,489+0,079x_1-0,016x_2+0,29x_3$$

Hasil interpretasi dari persamaan regresi diatas adalah :

1. Konstanta (a)
Jika semua variabel bebas memiliki nilai konstan nol (0) maka nilai variabel terikat (kepuasan pengguna) sebesar 1,489.
2. Kegunaan (x1) terhadap Kepuasan
Nilai koefisien variabel kegunaan (x1) sebesar 0,079 angka tersebut mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel kepuasan pengguna (y) akan naik sebesar 0,079 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi ini adalah tetap, sedangkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, bisa diartikan signifikan.
3. Kualitas informasi (x2) terhadap Kepuasan
Nilai koefisien variabel kualitas informasi (x2) sebesar -0,016, angka tersebut mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel kepuasan pengguna (y) akan berkurang sebesar 0,016 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi ini adalah tetap, sedangkan nilai signifikan sebesar 0,482 lebih besar dari 0,05, bisa diartikan tidak signifikan.
4. Kualitas pelayanan (x3) terhadap Kepuasan
Nilai koefisien variabel kualitas layanan (x3) sebesar 0,92, angka tersebut mengandung arti bahwa setiap kenaikan satu satuan maka variabel kepuasan pengguna (y) akan naik sebesar 0,92 dengan asumsi bahwa variabel bebas yang lain dari model regresi ini adalah tetap, sedangkan nilai signifikan sebesar 0,296 lebih besar dari 0,05, bisa diartikan tidak signifikan.

Dari hasil interpretasi persamaan regresi diatas bisa diambil kesimpulan artinya variabel x yaitu kegunaan (*usability quality*) memiliki pengaruh positif dan signifikan, variabel kualitas informasi (*information quality*) berpengaruh negatif dan tidak signifikan, dan variabel kualitas layanan (*service quality*) memiliki pengaruh negatif tetapi tidak signifikan.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil pengumpulan data hingga tahap analisis data peneliti dapat mengambil kesimpulan pada penelitian ini adalah hasil analisis regresi dalam tabel model summary pada nilai R 0.572 atau 57,2 % artinya adalah faktor kegunaan, kualitas informasi dan kualitas pelayanan secara serentak mempengaruhi kepuasan pengguna web tokopedia.com. Berdasarkan hasil analisa regresi didapatkan bahwa Nilai koefisien variabel kegunaan (x1) sebesar 0,07 sedangkan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, bisa diartikan signifikan. Nilai koefisien variabel kualitas informasi (x2) sebesar -0,016, angka sedangkan nilai

signifikan sebesar 0,482 lebih besar dari 0,05, bisa diartikan tidak signifikan. Nilai koefisien variabel kualitas layanan (x_3) sebesar 0,92, sedangkan nilai signifikan sebesar 0,296 lebih besar dari 0,05, bisa diartikan tidak signifikan.

B. Saran

1. Hasil penelitian dapat memberikan masukan pada pihak manajemen dan pengelola Tokopedia dalam menyajikan dan memberikan informasi dan pelayanan kepada pengguna website sehingga kualitas layanan meningkat. Peningkatan kualitas layanan website akan berdampak pada peningkatan jumlah pengguna website Tokopedia bagi penjual ataupun pembeli.

2. Untuk penelitian selanjutnya agar dapat melakukan pengumpulan data lebih luas dikarenakan tokopedia merupakan toko online skala nasional sehingga hasil yang didapat benar mewakili seluruh konsumen.

C. Keterbatasan Penelitian

Pengumpulan dengan teknik penyebaran kuesioner sulit mendapatkan data secara benar bahkan terkadang kuesioner yang disebar tidak kembali ke peneliti. Hal ini mengakibatkan hasil analisis kurang baik.

REFERENSI

- [1] McLeod, Raymond, Jr & Schell, George P.2008. "Sistem Informasi Manajemen", edisi 10, Terjemahan oleh Ali Akbar Yulianto dan Afia R. Fitriati, Salemba Empat, Jakarta.
- [2] Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Indeks : Jakarta
- [3] Yuhefizar. 2013. Cara Mudah & Murah Membangun & Mengelola Website. Jakarta: Graha Ilmu.
- [4] Barnes & Vidge.2002. *An Integrative to the Assessment of E-commerce Quality*. Journal of Electronic Commerce Research, Vol, 3 No 3.
- [5] Andayani, Sri dan Setiyo L. Anang. 2017. Analisis Kualitas E-Commerce Dengan Pendekatan Webqual 4.0. Prosiding SENTIKA 2017. Yogyakarta. ISSN: 2089-9815.
- [6] Agustin, Setyorini.2016. *Analisis Pengukuran Kualitas Layanan Fakultas Teknik Universitas Janabadra Menggunakan Metode Websitequal*. Jurnal Informasi Interaktif Vol.1 No.1.
- [7] Galih Permadi, Bambang Soedijono, Armadyah Amborowati. 2015. *Pengukuran Mutu Dinas Pariwisata Pacitan Menggunakan Metode Websitequal*. Jurnal INFORMA Politeknik Indonusa Surakarta Vol.1, No.1, ISSN: 2442-7942
- [8] Fajar, Zahreza, Sholeh, Mohammad & Widyastuti Naniek. 2014. Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0. Jurnal SCRIPT Vol.2, No.1: 59-67. Samarinda. ISSN: 2338-6304.
- [9] Wahidin Abbas. 2013. *Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Universitas Negeri Yogyakarta (UNY)*. Prosiding SNST. Semarang. ISBN: 978-602-99334-2-0.
- [10] Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung. ALFABETA
- [11] Darmawan. 2016. *Evaluasi kualitas universitas XYZ dengan pendekatan Websitequal Evaluation of XYZ university quality based on Websitequal approach*. Buletin Pos dan Telekomunikasi Vol.14 No. 1, hal 51-64
- [12] Shane, Hall. 2010. "How To Use The Likert Scale In Statistical Analysis"
- [13] Nielsen, Jakob. 2000. "Designing Web Usability", New Riders.
- [14] Byun, D-H., & Finnie, G. 2011. Evaluating usability, user satisfaction and intention to revisit for successful e-government websites. *Electronic government, an international journal*, 8(1), 1-19.
- [15] Sindhuja, P. N., & Dastidar, S. G. 2009. Impact of the factors influencing website usability on user satisfaction. *The IUP Journal of Management Research*, 8(12), 54-66
- [16] Loiacono, ET., Watson RT and Goodhue DL 2002. "WebQual: A Measure of Website Quality", *Marketing Theory and applications* Vol 13 (3), Page 432-438.
- [17] Turban, E. and Gehrke, D. 2000 Determinants of E-Commerce Website. *Human Systems Management*, 19, 111-120.
- [18] Kutner, M.H., C.J. Nachtsheim., dan J. Neter. 2004. **Applied Linear Regression Models**. 4th ed. New York: McGraw-Hill Companies, Inc.



Sri Andayani, S.Kom., M.Cs. lahir di Palembang pada tanggal 22 bulan Juli tahun 1976. Penulis mendapatkan gelar Sarjana Komputer (S.Kom) pada tahun 1999 dari Universitas Gunadarma, kemudian melanjutkan pendidikan S2 di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta, Indonesia, serta menyelesaikan pendidikan Master of Science tahun 2012. Saat ini bekerja sebagai dosen pada Universitas Katolik Misi Charitas.