

# Analisis Kualitas Situs Web *E-Commerce* Terhadap Keputusan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Servqual (Studi Kasus: Sociolla, Sephora dan Watsons)

Anggriyana Daulay

Teknik Informatika, Program Pascasarjana, Univeristas Pamulang

*e-mail*: daulayanggriyana@gmail.com

**Abstrak**—Situs web E-Commerce adalah suatu situs pembelanjaan berbasis internet. Berkembangnya situs pembelanjaan saat ini membuat pengguna dapat membeli produk yang diinginkan tanpa harus keluar rumah untuk mendapatkannya. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan situs web e-commerce. Tingkat kepuasan konsumen pun menjadi penentu yang menjadikan suatu situs web menjadi acuan bagi pengguna. Seiring dengan meningkatnya perkembangan e-commerce di Indonesia. Webqual digunakan untuk teknik pengukuran berdasarkan persepsi pengguna akhir. Webqual ini merupakan metode yang telah dikembangkan dari Servqual yang disusun oleh Parasuraman. Servqual banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. Instrumen penelitian pada Webqual tersebut dikembangkan dengan metode Quality Function Development (QFD). Hasil dari webqual dan servqual terhadap ketiga situs web yaitu Sociolla, Sephora dan Watsons yaitu Beberapa hasil evaluasi kualitas website terhadap kepuasan pengguna yang telah dilakukan dari penelitian kali ini dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas kegunaan, kualitas informasi, kualitas desain, bukti fisik, kenadalan, daya tanggap, jaminan, empati dan keseluruhan kualitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Hasil dari penilaian ketiga situs web dijadikan feedback bahan evaluasi pengembangan dan perbaikan terhadap ketiga situs web kecantikan. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan dapat disimpulkan bahwa pengaruh kualitas layanan memiliki nilai yang cukup tinggi dari indeks yang lain.

**Kata Kunci**— Situs Web; E-Commerce; Kepuasan Pengguna; Webqual 4.0 dan Servqual.

## I. PENDAHULUAN

Situs web *E-Commerce* adalah suatu situs pembelanjaan berbasis internet. Berkembangnya situs pembelanjaan saat ini membuat pengguna dapat membeli produk yang diinginkan tanpa harus keluar rumah untuk mendapatkannya. Dengan berbagai kemudahan yang ditawarkan semakin banyak masyarakat yang memanfaatkan situs web e-commerce. *WebQual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas situs web berdasarkan persepsi pengguna. *Servqual* adalah suatu kuesioner yang digunakan untuk mengukur kualitas jasa.

Tingkat kepuasan konsumen pun menjadi penentu yang menjadikan suatu situs web menjadi acuan bagi pengguna. Seiring dengan meningkatnya perkembangan e-commerce di Indonesia, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) mencatat, tren pengaduan yang diajukan konsumen mencapai 564 aduan di sepanjang 2018. Jumlah ini mengalami penyusutan dibanding 2017 lalu sebanyak 642 aduan. Ketua Pengurus Harian YLKI Tulus Abadi mengatakan, pengaduan konsumen terbesar masih berasal dari sektor jasa keuangan yang mendominasi sebesar 50%. Menyusul sektor perumahan 21%, telekomunikasi 14%, E-commerce 9% dan listrik 6%. Permasalahan lain yang dialami oleh konsumen adalah karena tidak merasa yakin dengan keamanan di situs belanja online yang mereka kunjungi.

*E-Commerce* adalah aktivitas penyebaran, penjualan, pembelian, pemasaran produk (barang dan jasa), dengan memanfaatkan jaringan telekomunikasi seperti internet dan jaringan komputer [1]. Situs web adalah sebuah kumpulan halaman pada suatu domain di internet yang dibuat dengan tujuan tertentu dan saling berhubungan serta dapat diakses secara luas melalui halaman depan (*home page*) menggunakan sebuah *browser*. Sephora adalah konsep ritel kecantikan visioner yang didirikan di Perancis oleh Dominique Mandonnaud pada tahun 1970. Sociolla adalah tujuan belanja *online* tepercaya dan terlengkap di Indonesia yang menawarkan produk kecantikan otentik, mis. tata rias, perawatan kulit, perawatan rambut, pewangi dan alat kecantikan melayani wanita di seluruh Indonesia [2].

Watsons adalah peritel produk kesehatan dan kecantikan yang terkemuka di Asia, yang pada saat ini mengoperasikan lebih dari 7,200 toko dan 1,500 apoteker di 13 pasar Asia dan Eropa, termasuk Tiongkok, Hong Kong, Taiwan, Macau, Singapura, Thailand, Malaysia, Filipina, Vietnam, Indonesia, Russia, Turki dan Ukraina. Untuk informasi lebih lanjut tentang keberadaan internasional Watsons silahkan kunjungi situs Watson Asia [3].

SPSS adalah sebuah program aplikasi yang memiliki kemampuan untuk analisis statistik cukup tinggi serta sistem manajemen data pada lingkungan grafis dengan menggunakan menu-menu deskriptif dan kotak-kotak dialog yang sederhana sehingga mudah dipahami untuk cara pengoperasiannya. Beberapa aktivitas dapat dilakukan dengan mudah yaitu dengan menggunakan pointing

dan clicking mouse [4]. Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti [5].

## II. METODE PENELITIAN

### A. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini meliputi mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner, menentukan variabel yang digunakan, mengolah data, menguji data dan menganalisis data.

Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada responden. Responden diminta untuk menilai setiap situs web dengan menggunakan 5 skala, seperti yang digunakan pada SERVQUAL [6], dengan nilai 1 berarti "Sangat Tidak Setuju", 2 : "Tidak Setuju", 3 : "Netral", 4: "Setuju", 5: "Sangat Setuju". Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu variabel eksogen. Variabel eksogen adalah variabel yang tidak diprediksi oleh variabel-variabel lain yang terdapat dalam model.

Pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini dengan cara menyebar kuesioner secara online kepada para pengguna situs web, sehingga pada pengujian data ini harus dilakukan secara benar dan detail agar data ini dapat digunakan secara maksimal. Analisis data dilakukan setelah didaparkannya data kuesioner yang telah diisi oleh responden.

### B. Uji Instrumen Penelitian

Untuk mengetahui kuesioner yang disebarkan dapat dipercaya dan bernilai sah maka sebaiknya dilakukan uji coba instrumen penelitian.

### C. Uji Validitas

Uji validitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui ketepatan dari suatu instrumen pengukuran.

### D. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata reliability yang berarti dapat dipercaya. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach Alpha. Berikut ini adalah rumus *Cronbach Alpha*.

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Dimana :

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_t^2$  = Jumlah ragam butir pertanyaan

$\sigma^2$  = Varian total pertanyaan

### E. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan pengujian yang dilakukan sebelum melakukan uji regresi linier berganda. Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, tidak bisa dan konsisten.

### F. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk menilai apakah sebaran data pada sekelompok data atau variabel yang telah disebarkan terdistribusi normal atau tidak.

### G. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya hubungan kuat atau korelasi antar variabel independen.

### H. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi linier berganda adalah pengujian untuk melihat hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) dengan variabel terikat ( $Y$ ). Hasil analisis regresi adalah berupa koefisien untuk masing-masing variabel independen. Adapun bentuk umum persamaan regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

$Y$  = Kepuasan Keseluruhan

$a$  = Konstanta

$X_1$  = Kemudahan Penggunaan (Usability)

$X_2$  = Kualitas Informasi (Information Quality)

$X_3$  = Kualitas Interaksi Layanan (Service Interaction Quality)

$b_1, b_2, b_3$  = Besaran koefisien dari masing-masing variabel

$e$  = error

### I. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol).

J. Uji Koefisien Regresi Parsial (Uji T)

Pembahasan ditekankan pada pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Kuesioner Pada Situs Web E-Commerce Sephora, Sociolla dan Watsons bahwa hasil semua validitas item pada *main* kuesioner untuk ketiga *website e-commerce* menunjukkan *output* nilai Rhitung lebih besar dari Rtabel (Rhitung > Rtabel), hal ini menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan kuesioner pada ketiga *website e-commerce* tersebut valid.

B. Uji Reliabilitas

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Pada Situs Web E-Commerce Sephora, Sociolla dan Watsons dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1.  
 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Pada Situs Web E-Commerce Sephora, Sociolla dan Watsons

No	Website	Jumlah Variabel	Cronbch Alpha	Keterangan
1	E-commerce Sociolla	9	0.986	Sangat Reliabel
2	E-commerce Sephora	9	0.984	Sangat Reliabel
3	E-commerce Watsons	9	0.984	Sangat Reliabel

Hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa nilai cronbach alpha semua variabel pada ketiga website e-commerce, lebih besar daripada 0.6 ( $\alpha > 0.6$ ) maka semua variabel dikatakan reliabel atau dapat dipercaya. Selain itu, setiap variabel memiliki *cronbach alpha* lebih besar daripada 0.8 ( $\alpha > 0.8$ ) maka dapat dinyatakan bahwa setiap variabel memiliki reliabilitas yang sangat reliabel.

C. Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Asumsi Klasik (Nilai Residual) Kuesioner Pada Situs Web E-Commerce Sephora, Sociolla dan Watsons dapat dilihat pada Tabel 2, Tabel 3, dan Tabel 4.

Tabel 2.  
 Nilai Residual Situs Web E-commerce Sociolla

Data Ke	Nilai Residual	Data Ke	Nilai Residual	Data Ke	Nilai Residual
1	-204.121	21	0.75072	41	0.28803
2	220.743	22	0.17609	42	251.139
3	182.610	23	-0.71039	43	223.043
4	-0.13013	24	0.90940	44	0.17609
5	-279.945	25	-156.499	45	-100.172
6	227.135	26	-0.37946	46	0.29308
7	394.187	27	-0.33203	47	-126.476
8	-141.259	28	158.774	48	232.351
9	-233.142	29	-235.657	49	-258.138
10	-0.23982	30	181.312	50	104.185
11	198.968	31	117.349	51	-0.40575
12	0.16249	32	0.04771	52	0.25048
13	0.17940	33	0.54478	53	-194.587
14	0.17609	34	151.852	54	-139.777
15	0.17609	35	-0.32521	55	-0.62220
16	0.57909	36	-0.53864	56	0.17609
17	-0.45679	37	-0.28960		
18	-173.187	38	-181.448		
19	0.67265	39	-194.136		
20	0.54478	40	-192.409		

Tabel 3.  
 Nilai Residual Situs Web E-commerce Sephora

Data Ke	Nilai Residual	Data Ke	Nilai Residual	Data Ke	Nilai Residual
1	-0.96257	21	-0.98246	41	0.52549
2	249.510	22	0.19006	42	246.608
3	145.104	23	-0.63232	43	169.462
4	-0.83519	24	0.99444	44	0.19006
5	-0.40897	25	-162.549	45	-220.051
6	206.624	26	0.17546	46	0.36062
7	317.878	27	0.81829	47	-0.20739
8	0.05922	28	132.854	48	119.668
9	-310.963	29	-253.686	49	200.018
10	-0.09952	30	189.011	50	-0.55372
11	0.37267	31	0.23738	51	-0.60482
12	-138.535	32	0.05881	52	0.28385
13	0.61573	33	0.11714	53	-119.410
14	0.32132	34	-118.524	54	-156.050
15	0.19006	35	-0.26541	55	0.01029
16	0.94593	36	-0.47250	56	0.19006
17	-0.69042	37	0.68924		
18	-183.240	38	-222.481		
19	0.27614	39	-318.501		
20	0.11714	40	124.839		

Tabel 4.  
 Nilai Residual Situs Web E-commerce Watsons

Data Ke	Nilai Residual	Data Ke	Nilai Residual	Data Ke	Nilai Residual
1	0.04385	21	-220.918	41	0.53575
2	253.703	22	0.09100	42	0.87088
3	114.087	23	120.718	43	165.274
4	0.40800	24	0.75300	44	0.09100
5	-176.763	25	-245.653	45	-0.90129
6	0.72028	26	-0.39035	46	0.23082
7	330.940	27	0.48389	47	-0.77401
8	0.09042	28	101.621	48	186.710
9	-242.215	29	-406.644	49	0.42131
10	0.14561	30	241.978	50	0.36310
11	153.316	31	-0.26983	51	0.26880
12	0.53288	32	0.39970	52	-0.34653
13	-0.04303	33	-0.08165	53	0.59994
14	0.09100	34	-0.86934	54	-0.85299
15	0.09100	35	0.89251	55	0.07966
16	0.46402	36	-107.587	56	0.09100
17	-209.295	37	-0.11261		
18	-185.179	38	-236.890		
19	0.33404	39	-179.665		
20	-0.08165	40	105.440		

D. Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas Kuesioner Pada Situs Web E-Commerce Sephora, Sociolla dan Watsons bahwa berdasarkan gambar diatas terlihat bahwa titik – titik mengikuti dan mendekati garis diagonal sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Sehingga model regresi linier yang diajukan dapat digunakan untuk melakukan penelitian terhadap pengaruh kemudahan penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*), bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphathy*) dan kepuasan pengguna (*overall impression*).

E. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji Multikolinieritas Kuesioner Pada Situs Web E-Commerce Sephora, Sociolla dan Watsons bahwa hasil analisis uji multikolinieritas dari ketiga *website e-commerce*. Dari hasil tersebut diketahui bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas, karena nilai tolerance yang ditunjukkan lebih besar dari 0.10 (Tolerance > 0.10) , walaupun tersapat beberapa nilai terdapat minus dan nilai VIF lebih kecil dari 10 (VIF < 10.0).

F. Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas Kuesioner Pada Situs Web E-Commerce Sephora, Sociolla dan Watsons Hasil yang diperlihatkan bahwa semua variabel mempunyai signifikansi > 0,05. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak digunakan

G. Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis Kuesioner Pada Situs Web E-Commerce Sephora, Sociolla dan Watsons bahwa variabel *usability*, *information quality*, dan *interaction quality*, *tangibles*, *reability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphathy* berpengaruh secara bersama – sama terhadap kepuasan pengguna.

H. Uji Diagram Kartesius

Hasil Uji Diagram Kartesius Kuesioner Pada Situs Web E-Commerce Sephora, Sociolla dan Watsons bahwa harus diprioritaskannya websitenya.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap analisis kualitas situs web di tiga *e-commerce*, peneliti memberikan kepada pihak-pihak yang tertarik untuk melakukan penelitian sejenis. Dalam proses pengumpulan data responden, sebaiknya dapat memperhatikan perbandingan penyebaran data dengan data sampel agar penyebaran sampel lebih luas dan merata.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Kristiadi, Novi (2017). *E-Commerce, Manfaat, dan Keuntungannya*. <https://www.kompasiana.com/novikristiadi/5992634e93be2508e06c5402/e-commerce-manfaat-dan-keuntungannya>. Dikutip 29 Juli 2019.

[2] Sephora . *Tentang Sephora*. <https://www.sephora.co.id/about>. Dikutip 30 Juli 2019.

[3] Watsons. *Mengenai Watsons*. <https://www.watsons.co.id/corporate-information>. Dikutip 30 Juli 2019.

[4] AdminAmi01 (2019). *Pengertian SPSS*. <https://rumusrumus.com/spss-adalah/>. Dikutip 2 Agustus 2019.

[5] Binus.co.id (2014). *Uji Validitas dan realibilitas*. <http://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>, Dikutip 3 Agustus 2019.

[6] Nashihuddin, Wahid (2012). *Servqual: Metode Tepat Meningkatkan Kualitas Layanan Perpustakaan*.<https://digilib.undip.ac.id/v2/2012/05/11/servqual-metode-tepat-meningkatkan-kualitas-layanan-perpustakaan/>. Dikutip 2 Agustus 2019.