

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP WEBSITE
ERHASTORE MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

Muhammad Izar Haydar

NIM : 17200785

Program Studi Teknologi Informasi

Fakultas Teknik dan Informatika

Universitas Bina Sarana Informatika

Jakarta

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Izar Haydar
NIM : 17200785
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Teknologi Informasi
Fakultas / PSDKU : Teknik dan Informatika
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang telah saya buat dengan judul: **“ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP WEBSITE ERHASTORE MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0”**, adalah asli (orisinil) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan /dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Skripsi pada Program Sarjana yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari **Universitas Bina Sarana Informatika** dicabut/dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta
Pada Tanggal : 5 Desember 2024
Yang Menyatakan,



Muhammad Izar Haydar

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Muhammad Izar Haydar
NIM : 17200785
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Teknologi Informasi
Fakultas : Teknik dan Informatika
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh data, informasi, interpretasi serta pernyataan yang terdapat dalam karya ilmiah Penulis dengan judul “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP WEBSITE ERHASTORE MENGGUNAKAN METODE WEQUAL 4.0 ” ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya.

Penulis menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak **Universitas Bina Sarana Informatika** untuk mendokumentasikan karya ilmiah saya tersebut secara internal dan terbatas, serta tidak untuk mengunggah karya ilmiah Penulis pada repository Universitas Bina Sarana Informatika.

Penulis bersedia untuk bertanggung jawab secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Universitas Bina Sarana Informatika**, atas materi/isi karya ilmiah tersebut, termasuk bertanggung jawab atas dampak atau kerugian yang timbul dalam bentuk akibat tindakan yang berkaitan dengan data, informasi, interpretasi serta pernyataan yang terdapat pada karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 5 Desember 2024
Yang menyatakan,



Muhammad Izar Haydar

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

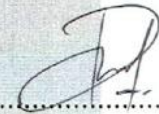
Nama : Muhammad Izar Haydar
NIM : 17200785
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Teknologi Informasi
Fakultas : Teknik dan Informatika
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Website Erhastore Menggunakan Metode Webqual 4.0

Telah dipertahankan pada periode 2024-2 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Komputer (S.Kom) pada Program Sarjana (S1) Program Studi Teknologi Informasi di Universitas Bina Sarana Informatika.

Jakarta, 03 Februari 2025

PEMBIMBING SKRIPSI

Pembimbing I : Richky Faizal Amir, M.Kom.



DEWAN PENGUJI

Penguji I : Hafdiarsya Saiyar, S.T., M.Kom.



Penguji II : Tri Hartati, M.Kom



PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Skripsi sarjana yang berjudul “**Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Website Erhastore Menggunakan Metode Webqual 4.0**” adalah hasil karya tulis asli Billyam dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku dilingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulisan dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama : Muhammad Izar Haydar
Alamat : Jl. Kemandoran VII RT/RW 06/03
No. Telp : 0895384355111
E-mail : denthaydar@gmail.com





LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

NIM : 17200785
Nama Lengkap : Muhammad Izar Haydar
Dosen Pembimbing : Richky Faizal Amir, M.Kom
Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Website Erhastore Menggunakan Metode Webqual4.0

No	Tanggal Bimbingan	Pokok Bahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1.	14 November 2024	Bimbingan Perdana	
2.	21 November 2024	Bimbingan BAB I	
3.	28 November 2024	Revisi BAB I dan bimbingan BAB II	
4.	3 Desember 2024	Revisi BAB II dan Bimbingan BAB III	
5.	6 Januari 2025	Revisi BAB III	
6.	7 Januari 2025	Bimbingan BAB IV	
7.	8 Januari 2025	Revisi BAB IV dan Bimbingan BAB V	
8.	9 Januari 2025	Revisi BAB V	

Catatan untuk Dosen Pembimbing,
Bimbingan Skripsi

Dimulai pada tanggal : 14 November 2024
Diakhiri pada tanggal : 9 Januari 2025
Jumlah pertemuan bimbingan : 8 Pertemuan

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



(Richky Faizal Amir, M.Kom)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya dan teman teman saya sebagai wujud rasa terima kasih yang tak terhingga atas segala pengorbanan, doa, dan dukungan yang tiada hentinya.

“Allahumma yassir walaa tu'assir”

Artinya:

"Ya Allah, mudahkanlah dan janganlah engkau persulit".

Kita usahakan “SARJANA TERAKHIR DARI KELUARGA”.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Yang telah memberikan banyak nikmat, terutama nikmat kesehatan dan kesempatan sehingga proses pembuatan “SKRIPSI” dengan judul “Analisa Kepuasan Pelanggan Terhadap Website Erhastore Menggunakan Metode Webqual 4.0” ini dapat dibuat dengan baik. Skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada para pembaca.

Dalam penyusunan skripsi ini juga tidak luput dari dukungan, semangat, dan bimbingan seluruh pihak terutama dari pihak kampus yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing skripsi penulis. Penulis secara pribadi menyampaikan rasa terima kasih yang sangat mendalam kepada :

1. Orang tua yang telah memberikan dukungan moral maupun spiritual pada saat pembuatan skripsi ini berlangsung hingga selesai.
2. Pegawai di ERHASTORE yang telah turut membantu dalam pengisian kuesioner yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
3. Bapak Richky Faizal Amir, M.Kom , selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing skripsi saya hingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Ir. Mochamad Wahyudi, M.Kom, MM, M.Pd, IPU, ASEAN Eng selaku rektor Universitas Bina Sarana Informatika.
5. Bapak Rachmat Adi Purnama, M.Kom selaku Dekan Fakultas Teknik dan Informatika Universitas Bina Sarana Informatika.
6. Bapak Hendra Supendar, M.Kom selaku Ketua Program Studi Teknologi Informasi Universitas Bina Sarana Informatika.

Skripsi ini dibuat dan disusun dengan sebaik-baiknya. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dan memotivasi dari semua pihak di masa mendatang. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca terutama kepada para pembaca yang akan menyusun skripsi di masa yang akan datang.

Jakarta, 5 Desember 2024



(Muhammad Izar Haydar)

ABSTRAK

Muhammad Izar Haydar (17200785), Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Website Erhastore Menggunakan Metode Webqual 4.0

Situs web yang dirancang dengan baik berfungsi sebagai toko online perusahaan dan merupakan bagian penting dari identitas merek dan keterlibatan pelanggan di era internet saat ini. Informasi produk, layanan, dan promo yang disajikan di website akurat dan up-to-date. Penelitian kuantitatif ini berfokus pada dimensi-dimensi WebQual 4.0 dari website e-commerce ERHASTORE. Webqual 4.0 ini menggunakan tiga aspek utama untuk menimbang kualitas sebuah situs web, dimana aspek tersebut berupa kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan. Dengan nilai total kualitas layanan website ERHASTORE mencapai 4,22 dari 4 variabel yang diteliti, hal ini menunjukkan bahwa kategori Puas dengan layanan saat ini.

Kata Kunci : webqual 4.0, website, kepuasan pengguna, ERHASTORE



ABSTRACT

Muhammad Izar Haydar (17200785), Customer Satisfaction Analysis of the Erhastore Website Using the Webqual 4.0

A well-designed website serves as a company's online store and is an important part of brand identity and customer engagement in today's internet era. Information on products, services, and promotions presented on the website is accurate and up-to-date. This quantitative study focuses on the WebQual 4.0 dimensions of the ERHASTORE e-commerce website. Webqual 4.0 uses three main aspects to weigh the quality of a website, where these aspects are usability, information quality, and service interaction quality. With a total value of the ERHASTORE website service quality reaching 4.22 from the 4 variables studied, this indicates that the category is Satisfied with the current service.

Keywords: *Webqual 4.0, website, user satisfaction, ERHASTORE.*


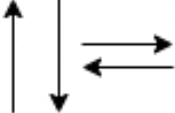



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	i
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	ii
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA	iv
LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR SIMBOL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Permasalahan.....	3
1.3. Perumusan Masalah.....	4
1.4. Tujuan dan Manfaat.....	4
1.5. Metode Penelitian.....	5
1.6. Teknik Pengumpulan Data	5
1.7. Ruang Lingkup	6
1.8. Hipotesis	6
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Pengertian Website.....	8
2.1.2 Definisi Kualitas Website	9
2.1.3 Definisi Analisis.....	10
2.1.4 Definisi <i>E-commerce</i>	10
2.1.5 <i>Webqual</i> 4.0	11
2.1.6 <i>Kepuasan</i> Pengguna	14

2.1.7	<i>Statistical Package For The Social Sciences (SPSS)</i>	14
2.2	Penelitian Terkait	14
2.3.	Tinjauan Organisasi / Objek Penelitian.....	18
2.3.1	Sejarah Organisasi.....	18
2.3.2	Struktur Organisasi	19
2.3.3	Tugas dan Fungsi	19
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1.	Tahapan Penelitian	21
3.1.1	Pengumpulan Data	21
3.1.2	Penyebaran Kuesioner.....	22
3.1.3	Uji Instrumen	22
3.1.4	Analisa Data dan Hasil Analisa Data.....	22
3.1.5	Kesimpulan dan Saran.....	22
3.2.	Instrumen Penelitian.....	22
3.3.	Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sample Penelitian.....	25
3.3.1	Pengumpulan Data	25
3.3.2	Populasi Penelitian.....	26
3.3.3	Sampel Penelitian.....	26
3.4.	Metode Analisis Data	27
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1	Pembahasan	30
4.1.1	Analisis Deskriptif	30
4.1.2	Uji Instrumen	31
4.1.3	Hasil Uji Rata-rata Kepuasan.....	33
BAB V	PENUTUP.....	39
5.1.	Kesimpulan.....	39
5.2.	Saran.....	39
	DAFTAR PUSTAKA	41
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	46
	SURAT PERNYATAAN KEBENARAN/KEABSAHAN DATA HASIL RISET	
	UNTUK KARYA ILMIAH	47
	BUKTI HASIL PENGECEKAN PLAGIARISME	48
	LAMPIRAN.....	49

DAFTAR SIMBOL

	<p>Terminal Digunakan untuk menggambarkan awal dan akhir kegiatan</p>
	<p>Flow Line Digunakan untuk menjelaskan hubungan dari satu proses ke proses lainnya</p>
	<p>Decision Digunakan untuk menggambarkan proses pengujian terhadap kondisi yang ada</p>

UNIVERSITAS

DAFTAR GAMBAR

Gambar I 1.....	6
Gambar II. 1	18
Gambar II. 2	19
Gambar III. 1.....	21



DAFTAR TABEL

Table II. 1	13
Table II. 2	15
Table III. 1	23
Table III. 2	25
Table III. 3	27
Tabel IV. 1 Jenis Kelamin	30
Tabel IV. 2 Usia Responden	30
Tabel IV. 3 Frekuensi Belanja	31
Tabel IV. 4 Pembelian Produk	31
Tabel IV. 5 Hasil Pengujian Validitas	32
Tabel IV. 6 Hasil Pengujian Reliabilitas	33
Tabel IV. 7 Hasil Rata Rata Kepuasan Usability	34
Tabel IV. 8 Hasil Rata-rata Kepuasan Information Quality	35
Tabel IV. 9 Hasil Rata-rata Kepuasan Interaction Quality	36
Tabel IV. 10 Hasil Rata-rata Kepuasan User Satisfacction	37
Tabel IV. 11 Hasil Keseluruhan Variabel	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Uji Statistik.....	49
Lampiran 2 : Dokumentasi dan Tampilan Website	55
Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian	56
Lampiran 4 : Tabulasi Data Hasil Penelitian	59



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Situs web dan aplikasi sangat penting untuk menghubungkan pengguna dengan informasi, layanan, dan pengalaman dalam dunia digital saat ini. Meskipun masing-masing platform memiliki fitur dan fitur yang berbeda, satu hal yang sama untuk semua platform adalah kemudahan penggunaan dalam mendapatkan informasi yang baik. "Informasi Quality" adalah sejauh mana informasi yang kita miliki dapat memenuhi kebutuhan dan harapan kita. Sederhananya, informasi berkualitas adalah informasi yang akurat, relevan, tepat waktu, dan dapat dipercaya. Sebuah situs web atau aplikasi yang dirancang dengan baik harus memprioritaskan kegunaan, membuatnya mudah bagi pengguna untuk mencapai tujuan mereka (Andiputra, 2020).

Sistem informasi telah menjadi bagian integral dari berbagai aktivitas manusia di dunia modern. Cara kita hidup, bekerja, dan berinteraksi dengan dunia sekitar kita telah berubah sepenuhnya sebagai akibat dari perkembangan sistem informasi yang semakin populer, yang telah memainkan peran penting dalam menyederhanakan dan mengoptimalkan tugas sehari-hari kita.(Faza & Utomo, 2021)

Dalam dunia internet saat ini, situs web yang dirancang dengan baik berfungsi sebagai toko online perusahaan dan merupakan komponen penting dari identitas merek dan keterlibatan pelanggan. Oleh karena itu, sangat penting bagi perusahaan yang ingin membangun kehadiran internet yang kuat dan mencapai tujuan mereka di internet.(Winarni & Riska, 2020)

Karena E-commerce menawarkan banyak kemudahan bagi produsen dan konsumen, itu menawarkan opsi bisnis yang menjanjikan. Di era E-commerce saat ini, pelanggan tidak perlu mengunjungi toko atau mal untuk membeli barang yang mereka butuhkan. Dengan e-commerce, transaksi dapat dilakukan kapan saja dan di mana saja. (Andiati & Oktaviana R, 2022) E-commerce adalah sekumpulan proses bisnis dan teknologi informasi yang memungkinkan pelanggan dan bisnis melakukan transaksi elektronik melalui internet. (Angga Hernawan et al., 2021)

Website Erha Store adalah platform online yang mudah digunakan yang berisi informasi lengkap tentang berbagai macam produk perawatan kulit dan kecantikan yang dijual oleh Erha Clinic. Platform ini memungkinkan pelanggan membeli produk ini secara online, merencanakan konsultasi kulit, dan tetap up to date tentang promosi dan acara terbaru yang diselenggarakan oleh Erha Clinic. Selain itu, penelitian yang dilakukan cocok menggunakan metode WebQual 4.0. WebQual 4.0 adalah alat untuk menilai kualitas situs web yang didasarkan pada persepsi pengguna akhir. (Dinia et al., 2022)

Webqual 4.0 terdiri dari tiga dimensi utama, menurut Gafki dan Setyorini. Pengalaman pengguna umum, tampilan visual, navigasi halaman ke halaman, dan presentasi gambar adalah dimensi pertama, yang berfokus pada desain situs web dan kemudahan penggunaan. Kualitas informasi mengacu pada kualitas konten dan hubungannya dengan kebutuhan pengguna sebuah situs web. Misalnya, interaksi layanan terdiri dari dua elemen: "keyakinan" dan "empati". Aspek-aspek ini mencakup akurasi, konteks, format, dan relevansi informasi yang ditemukan di situs web, serta waktu pengiriman produk, penyesuaian, perlindungan data, proteksi transaksi, dan

komunikasi antara pelanggan dan manajer.(Ishaq et al., 2021) Dengan menggunakan acuan-acuan ini, situs web ERHASTORE akan diuji kualitasnya

Menurut penelitian sebelumnya, WebQual 4.0 adalah alat yang bermanfaat dan terbukti untuk mengevaluasi tingkat kualitas sebuah web dan dampaknya terhadap kepuasan pengguna. Penelitian Mustopa di Universitas Bina Sarana Informatika menggunakan pendekatan WebQual 4.0 untuk melihat bagaimana kualitas situs web LYKAN berdampak pada kepuasan pengguna. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas situs web LYKAN berdampak positif pada kepuasan pengguna. (Mustopa et al., 2020)

Pada penelitian kedua dilakukan oleh Athallah dan Kraugusteeliana pada website Telkomsel dengan menggunakan teknik WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis menunjukkan bahwa persepsi pengguna tentang kualitas website Telkomsel berbeda dengan apa yang mereka harapkan, terutama dalam hal usability, interaksi dengan informasi, dan aspek interaksi dengan layanan. (Athallah & Kraugusteeliana, 2022)

Berdasarkan dari penelitian terdahulu sebelumnya, maka metode *WebQual 4.0* digunakan untuk menangani permasalahan yang ada dan untuk mengetahui seberapa puas pengguna website ERHASTORE, metode ini dipilih karena dapat melakukan penilaian terhadap kepuasan pengguna website ERHASTORE dan hasil dari analisis ini dapat ditinjau kembali untuk meningkatkan website ERHASTORE menjadi lebih baik.

1.2. Identifikasi Permasalahan

Dengan mempertimbangkan latar belakang yang ditunjukkan, berikut adalah beberapa identifikasi masalah terkait tingkat kepuasan pengguna terhadap sistem website ERHASTORE:

1. Saat ini, website ERHASTORE memiliki tampilan yang kurang responsive dan tata letak konten yang kurang rapih, sehingga dapat menghambat kemudahan penggunaan dan navigasi.

2. Penyajian informasi di website ERHASTORE belum terstruktur dengan baik, yang mana menyulitkan pengguna dalam mencari informasi yang diperlukan dan mempengaruhi kualitas konten yang disajikan.
3. Interaksi layanan pada website ERHASTORE, dirasa belum memenuhi harapan pengguna, sehingga dapat menurunkan tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan.

1.3. Perumusan Masalah

Pertanyaan penelitian berikut dikembangkan berdasarkan data latar belakang yang disampaikan:

1. Bagaimana pengaruh kegunaan pada website ERHASTORE terhadap kepuasan pengguna.
2. Bagaimana pengaruh kualitas informasi pada website ERHASTORE terhadap kepuasan pengguna.
3. Bagaimana pengaruh kualitas interaksi layanan pada website ERHASTORE terhadap kepuasan pengguna.

1.4. Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan, Tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kegunaan pada website ERHASTORE terhadap kepuasan pengguna.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi pada website ERHASTORE terhadap kepuasan pengguna.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas interaksi layanan pada website ERHASTORE terhadap kepuasan pengguna.

Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat, diantaranya:

1. Diharapkan dapat turut serta memberikan masukan dan juga rekomendasi kepada ERHASTORE untuk mendukung penyempurnaan website ERHASTORE berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan.
2. Memberikan informasi tentang kualitas dari website *E-commerce*.
3. Sebagai bahan referensi dan acuan untuk penelitian lanjutan mengenai kualitas situs website yang menggunakan metode *Webqual 4.0*.

1.5. Metode Penelitian

Penelitian kuantitatif ini berfokus pada dimensi-dimensi WebQual4.0 dari website e-commerce ERHASTORE. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi saat ini, serta untuk mengoptimalkan informasi di dalam system penjualan e-commerce.

Metode WebQual 4.0 digunakan dalam penelitian ini untuk mengkategorikan masalah, peluang, dan arah analisis sistem. Tujuan dari teknik WebQual 4.0 adalah untuk membuat solusi baru untuk variable Usability, Infomation Quality, Interaction Quality. Solusi ini akan digunakan selama proses pengembangan sistem.

1.6. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi pada aplikasi ERHASTORE saat ini untuk mendapatkan gambaran langsung tentang bagaimana *e-commerce* diterapkan distore ERHASTORE, termasuk perilaku pengguna dan proses bisnis.

2. Kuesioner

Dalam penelitian yang dilakukan ini, penulis menyebarkan kuesioner kepada pembeli produk dari ERHASTORE untuk mengumpulkan berbagai

data yang dibutuhkan, kemudian hasil dari kuesioner tersebut akan menjadi acuan untuk berbagai pengujian yang akan dilakukan.

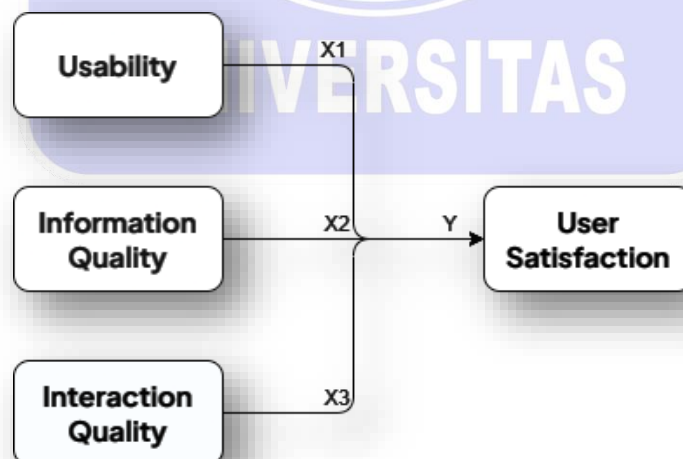
3. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini, Metode studi pustaka mencakup penghimpunan data dari berbagai sumber tulisan, seperti jurnal dan buku yang berkaitan dengan metode Webqual 4.0, serta berbagai teknik pengujian untuk membantu dalam pengujian data

1.7. Ruang Lingkup

Agar permasalahan tidak meluas dan mempermudah penelitian ini, batasan-batasan perlu ditetapkan. Batasan yang diterapkan dalam penelitian ini akan fokus secara spesifik pada Informasi Quality website ERHASTORE dengan menggunakan metode Webqual 4.0.

1.8. Hipotesis



Sumber: (Data Penelitian oleh Penulis, 2024)

Gambar I 1

Hipotesis

1. H1 : Adanya pengaruh antara *usability* (kualitas kegunaan) dengan *user satisfaction* (kepuasan pengguna) website ERHASTORE.
2. H2 : Adanya pengaruh antara *information quality* (kualitas informasi) dengan *user satisfaction* (kepuasan pengguna) website ERHASTORE.
3. H3 : Adanya pengaruh antara *interaction quality* (kualitas interaksi layanan) dengan *user satisfaction* (kepuasan pengguna) website ERHASTORE.
4. H4 : Adanya pengaruh antara ketiga dimensi Webqual 4.0 terhadap *user satisfaction* (kepuasan pengguna).

Hipotesis-hipotesis di atas akan menjadi dasar atau dugaan sementara untuk melakukan penelitian yang melibatkan pengumpulan data-data terkait dan pengujian statistik untuk menguji apakah hubungan tersebut dapat diterima atau ditolak.



UNIVERSITAS

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Website

Sistem informasi Merupakan sistem yang terdapat di dalam organisasi dan berfungsi untuk melaporkan transaksi harian, kolaborasi, operasi, dan kegiatan strategis organisasi. Selain itu, sistem ini melaporkan kepada pihak yang terlibat. (Nurjani, 2020).

Menurut Bekti, sebuah website adalah sekumpulan halaman yang berisi berbagai jenis konten, seperti teks, animasi, suara, gambar yang bergerak (dynamic) atau diam (static), dan gabungan dari semua ini. Dalam situs web tersebut, setiap halaman membentuk rangkaian yang terkait satu sama lain, dengan setiap bagian terhubung ke halaman berikutnya (Tabrani et al., 2021).

Dalam buku berjudul Web Programming.(Sari et al., 2020), Sebuah situs web adalah himpunan situs web yang terhubung melalui internet yang berisi informasi seperti tulisan, animasi, gambar, suara, dan gambar bergerak atau kombinasi dari semua itu yang dapat diakses dan dilihat oleh siapa pun yang terhubung ke internet. Selain itu, situs web dibagi menjadi tiga jenis khusus:

1. **Web Statis**

merupakan situs web yang kontennya tetap statis. Hanya apabila kode halaman diubah langsung, konten akan beruba

2. Web Dinamis

merupakan website yang memiliki konten yang dapat diubah secara otomatis tanpa perlu mengubah kodenya. Biasanya, website ini terhubung ke backend, yang memungkinkan Anda mengubah isi konten Anda tanpa mengubah kode website secara langsung.

3. Web Interaktif

merupakan website yang memungkinkan pengguna berinteraksi dengan fitur seperti blog dan forum, serta memiliki moderator yang mengatur alur diskusi.

Sebagai kesimpulan dari beberapa definisi sebelumnya, sebuah website adalah kumpulan situs web yang terhubung satu sama lain dan dapat diakses melalui internet. Internet digunakan sebagai media penyebaran informasi, yang dapat berupa teks, gambar, suara, rekaman, atau format lainnya.

2.1.2 Definisi Kualitas Website

Ade Indra Permana menyatakan bahwa kualitas situs web adalah penilaian seberapa baik sebuah situs web memenuhi kebutuhan dan harapan penggunanya. Kualitas ini dapat diukur dengan menggunakan pendekatan yang berfokus pada pengalaman pengguna dan sejauh mana situs web berkontribusi pada kegunaan dan kepuasan pengguna. (Permana, 2020).

"Kualitas website adalah sebuah alat atau instrumen pengukur untuk melihat sebuah kegunaan, fungsi, dan kualitas pelayanan dari website tersebut", kata Hsu, Chang, dan Chen. (Roz, 2020).

Dari kedua definisi di atas, kualitas website dapat didefinisikan sebagai metode untuk menilai dan mengukur kualitas, fungsi, dan kegunaan sebuah website berdasarkan tanggapan pengguna atau konsumen yang menggunakannya untuk memberikan pengalaman pengguna yang terbaik.

2.1.3 Definisi Analisis

Menurut Vimila Mutihana, Analisis adalah proses memeriksa objek, fakta, atau fenomena secara dekat dengan tujuan memecahkannya menjadi kelompok yang lebih kecil. Hal ini memudahkan pemahaman hubungan antara kelompok-kelompok ini, yang memungkinkan pemahaman yang lebih baik dari keseluruhan. (Hidayat & Mukhlisin, 2020).

Dari definisi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa analisis adalah metode terstruktur untuk memahami atau menyelidiki suatu objek dengan memecahkannya menjadi bagian yang lebih kecil. Ini membuatnya lebih mudah untuk memahami hubungan antara bagian-bagian ini dan memungkinkan pemahaman yang lebih baik tentang keseluruhan objek.

2.1.4 Definisi *E-commerce*

Penggunaan internet, web, dan aplikasi untuk melakukan transaksi digital antara individu dan bisnis dikenal sebagai e-commerce. Ada dua definisi e-commerce, yang luas dan sempit. Dalam definisi yang luas, e-commerce mengacu pada pembelian atau penjualan barang atau jasa antara bisnis, rumah tangga, individu, pemerintah, dan organisasi publik dan swasta lainnya melalui jaringan komputer. Sebaliknya, dengan pengecualian bahwa instrumen perdagangan terbatas pada internet, definisi sempit dan luas hampir identik.

Menurut (Kurniawati, 2020) Mengenai jenis-jenis interaksi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis ditunjukkan sebagai berikut:

1. Business to business (B2B)

Interaksi bisnis-ke-bisnis (B2B) adalah jenis interaksi yang terjadi antara produsen, perusahaan, atau bisnis. Biasanya, kedua belah pihak melakukan perjanjian untuk memudahkan operasi bisnis mereka

2. Business to Consumer (B2C)

Pada interaksi ini, terdapat aktivitas secara langsung antara produsen atau pelaku bisnis dengan konsumen.

3. Consumer to Business (C2B)

Jenis interaksi ini terjadi ketika konsumen secara individu membentuk.

2.1.5 Webqual 4.0

Haryanti dan Setyorini berpendapat bahwa *WebQual* adalah sebuah konsep dasar dari *Quality Function Deploymet* (Penerapan Fungsi Kualitas), dimana konsep tersebut membantu memahami dan mengkomunikasikan harapan pelanggan di setiap tahap pembuatan dan implementasi sebuah situs web. *WebQual* sendiri telah melalui beberapa evaluasi dengan tujuan meningkatkan aspek pengukurannya, dimulai dari *WebQual 1.0* yang mana dikembangkan khusus untuk situs website sekolah bisnis di Inggris dengan tujuan mengumpulkan standar kualitas yang tepat untuk menilai website dari sekolah bisnis yang sedang dipelajari tersebut.

Kemudian dikembangkan *WebQual 2.0* yang mana digunakan pada situs website *Business to Customer B2C* (Bisnis Ke Pelanggan) dengan menambahkan kualitas interaksi dengan pengguna website. *Webqual 2.0* ini sendiri dikembangkan

berdasarkan konsep dari *SERVQUAL* dan diterapkan pertama kali di ranah toko buku online.

Pada *webqual 3.0*, indikator tersebut dikelompokkan menjadi tiga bagian, yakni kualitas situs, kualitas informasi, dan kualitas interaksi, yang kemudian diterapkan pada situs lelang online (*daring*).

Kemudian pada *Webqual 4.0* terdapat perubahan yang signifikan pada variabel kegunaannya, yang terlihat dari memberi perhatian pada pengalaman pengguna dibandingkan dengan pengalaman perancang situs web. *Webqual 4.0* ini menggunakan tiga aspek utama untuk menimbang kualitas sebuah situs web, dimana aspek tersebut berupa kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan dan mempunyai 22 pertanyaan dari total 3 dimensi tersebut (Haryanti & Styorini, 2020). Adapun penjelasan terkait dimensi-dimensi tersebut menurut Menurut Manik, I. Salamah, dan Susanti dalam (Sihombing & Sihotang, 2022) sebagai berikut:

1. *Usability* (kegunaan) merupakan tingkat kualitas dari perancangan website tersebut, misalnya tampilan, kemudahan dalam pemakaian website tersebut, navigasi website, dan gambar maupun informasi yang ditampilkan memiliki format yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. *Information Quality* (kualitas informasi) menyoroti apakah informasi yang disediakan untuk pengguna sesuai atau tidak, termasuk formatnya, keterkaitannya, dan tingkat akurasi dari informasi yang diberikan.
3. *Service Interaction Quality* (interaksi pelayanan) merupakan mutu dari interaksi pengguna terhadap website, interaksi tersebut bertujuan membuat pengguna menaruh rasa percaya pada website tersebut, rasa percaya tersebut seperti memberikan informasi pribadi ke dalam website tersebut, dan melakukan transaksi di dalam website.

4. *Overall Impression* (keseluruhan) merupakan penilaian yang diberikan pengguna secara keseluruhan dari website berdasarkan ketiga dimensi sebelumnya.

Table II. 1
WebQual Indicator

Dimension	Indicator
Usability	Kesederhanaan dalam menjalankan website (US1)
	Interaksi dengan website mudah dipahami (US2)
	Kemudahan dalam menavigasi website (US3)
	Kemudahan penggunaan website (US4)
	Tampilan website menarik (US5)
	Jenis website berdasarkan desainnya (US6)
	Website tersebut andal dan dapat diandalkan (US7)
	Website tersebut memberikan pengalaman positif (US8)
Information Quality	Memberikan informasi yang akurat (IQ1)
	Memberikan output atau informasi yang dapat diandalkan (IQ2)
	Menyediakan informasi secara tepat waktu (IQ3)
	Menyediakan informasi yang relevan (IQ4)
	Menyediakan informasi yang mudah dipahami (IQ5)
	Menyediakan informasi yang terperinci (IQ6)
	Menyediakan informasi sesuai format (IQ7)
Service Interaction	Memiliki reputasi yang baik (SI1)
	Merasa aman dan dilindungi saat melakukan transaksi (SI2)
	Merasa aman dalam memberikan informasi pribadi (SI3)
	Dapat menjamin keamanan informasi pribadi (SI4)
	Memiliki citra yang baik di masyarakat (SI5)
	Memudahkan dalam berkomunikasi dengan perusahaan atau organisasi (SI6)
	Yakin bahwa produk yang dipesan akan dikirim sesuai janji (SI7)

Sumber: (Wijaya et al., 2021)

2.1.6 Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler, “kepuasan adalah sebuah kondisi yang dijumpai oleh pengguna setelah mendapatkan suatu kapasitas atau hasil yang telah memenuhi harapannya. Kepuasan sendiri merupakan perasaan senang maupun kecewa dari suatu hasil akhir dengan apa yang diinginkan” (Lokapitasari Belluano et al., 2020).

Menurut Ives, “kepuasan pengguna didefinisikan sebagai kesesuaian antara harapan pengguna atau pelanggan dengan hasil yang diperoleh” (Putri Sekti Ari & Hanum, 2021).

Berdasarkan kedua definisi tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pengguna adalah hasil dari sejauh mana produk atau layanan memenuhi harapan pengguna, sehingga menciptakan kondisi atau perasaan tertentu.

2.1.7 *Statistical Package For The Social Sciences (SPSS)*

SPSS merupakan suatu aplikasi perangkat lunak yang efektif untuk kerja praktikal di bidang analisis pendidikan dan sosiologis. SPSS sendiri menawarkan pemrosesan data yang akurat dan cepat serta memiliki keunggulan dapat menyajikan hasil analisis dalam berbagai macam bentuk tabel dan diagram (Sadridinovich, 2023).

SPSS adalah perangkat lunak yang memiliki kemampuan menjabarkan angka dan sistem pengelola data dengan tampilan visual dan penggunaan menu-menu yang menjelaskan serta kotak dialog yang simpel untuk mempermudah pemahaman (Bhirawa, 2020).

2.2 Penelitian Terkait

Berikut ini merupakan tabel yang dibuat berdasarkan jurnal-jurnal mengenai penelitian terkait yang mana menggunakan metode Webqual 4.0

Table II. 2
Penelitian Terkait

Tahun	Nama	Judul	Metode	Keterangan
2020	Kenny Roz	Analisis Pengaruh Website Quality Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Menggunakan Metode WebQual 4.0	WebQual 4.0	Pendekatan purposive sampling digunakan untuk mengumpulkan data dari 186 siswa di kota Malang yang menggunakan layanan Traveloka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tiga atribut WebQual: kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, dan kepuasan pengguna dipengaruhi secara signifikan dan positif (Roz, 2020).
2020	Muhammad Rifqi Firdaus, Dini Silvi Purnia, Kartika Handayani, Muhammad Fahmi Julianto	Analisis Pengukuran Kualitas Website cakrawalamedia.co.id Dengan Menggunakan Metode WebQual 4.0	WebQual 4.0	Data awal penelitian dikumpulkan melalui metode Webqual yang digunakan untuk menilai kepuasan pengguna berdasarkan tiga kriteria utama: kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, dan kepuasan pengguna. 133 peserta yang menerima kuesioner dinilai menggunakan skala penilaian likert. Menurut hasil penelitian, ketiga komponen secara signifikan mempengaruhi

				kepuasan pengguna (Firdaus et al., 2020).
2021	Ade Irmayanti, Rahmat Hidayat, Endah Rahmawati	Analisis Kualitas Website Kabupaten Lamandau Menggunakan Webqual 4.0	WebQual 4.0	Dari hasil pengumpulan kuesioner yang melibatkan 70 responden, ditemukan bahwa secara keseluruhan, website Kabupaten Lamandau dinilai memiliki kualitas yang baik dalam segi dimensi <i>Usability</i> , dan <i>Information Quality</i> , tetapi mendapat penilaian yang cukup pada dimensi <i>Service Interaction Quality</i> . (Irmayanti et al., 2021)
2021	Yanto Suharto, Eko Hariadi	Analisis Kualitas Website Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Menggunakan Metode Webqual 4.0	WebQual 4.0	Penelitian ini menerapkan metode webqual 4.0 dengan mengirimkan angket yang berisi 22 pertanyaan berdasarkan dimensi WebQual kepada 438 responden, yang merupakan bagian dari keseluruhan populasi ASN PNS sebanyak 398 responden. Hasil analisis menunjukkan bahwa situs web BPSDM Provinsi DKI Jakarta dinilai berkualitas tinggi dalam hal kegunaan, kualitas informasi, dan

				kualitas interaksi (Suharto & Hariadi, 2021).
2021	Ahmad Ishaq, Toni Sukendar, Mohammad Ikhsan Saputro, Achmad Sumbaryadi	Analisis Pengaruh Kualitas Website Maxserver Menggunakan Webqual 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna Pada PT.MCS	WebQual 4.0	Penelitian ini menggunakan metode Webqual 4.0 untuk menilai kualitas situs web Maxserver melalui survei kepada 122 pengguna yang menggunakan produk Maxserver. Hasil Analisis data menunjukkan bahwa dimensi usability, information quality, dan interaction quality berdampak positif terhadap kepuasan pengguna. Meskipun begitu, hasil uji determinasi menunjukkan bahwa ketiga dimensi tersebut hanya menjelaskan 64,4% dari tingkat kepuasan pengguna, yang menunjukkan perlunya peningkatan terutama pada aspek informasi dan interaksi agar dapat meningkatkan kepuasan pengguna secara keseluruhan (Ishaq et al., 2021).
2023	Reifco Harry Farrizqy, Ryan Randy Suryono,	Analisis Kinerja Website Pelayanan Publik Menggunakan Webqual 4.0 (Studi Kasus : Dinas	WebQual 4.0	Temuan penelitian mengungkapkan bahwa kepuasan pengguna dipengaruhi secara

	Dyah Ayu Megawaty	Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung)	positif oleh dimensi kegunaan dan kualitas informasi, yang mana keduanya juga memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Di samping itu, kualitas interaksi layanan secara positif mempengaruhi kepuasan pengguna (Reifco et al., 2023).
--	-------------------	--	--

2.3. Tinjauan Organisasi / Objek Penelitian

2.3.1 Sejarah Organisasi

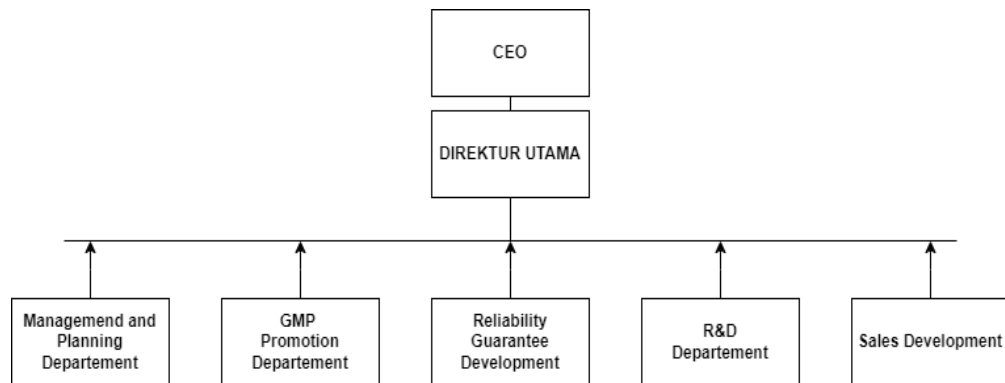


Sumber: <https://www.erhastore.co.id/>

Gambar II. 1
Logo ERHASTORE

ERHASTORE adalah satu-satunya online official store yang dikelola secara resmi oleh ERHA. Kami juga satu-satunya e-commerce terpercaya menjual produk ERHA yang dijual bebas atau dikenal dengan nama ERHA Over-The-Counter Product (ERHA OTC). Pelanggan yang saat ini mengalami kesulitan mendapatkan produk ERHA yang asli dan resmi, kini dapat berbelanja online di ERHASTORE Harga produk ERHA OTC di ERHASTORE adalah harga resmi.

2.3.2 Struktur Organisasi



sumber: <https://www.erhastore.co.id/>

Gambar II. 2

Struktur Organisasi ERHASTORE

ERHASTORE dipimpin oleh CEO dan dibantu oleh Direktur Utama. ERHASTORE adalah unit organisasi yang bergerak dibidang penjualan produk kecantikan. unit organisasi ini memiliki beberapa Unit Kerja Yaitu:

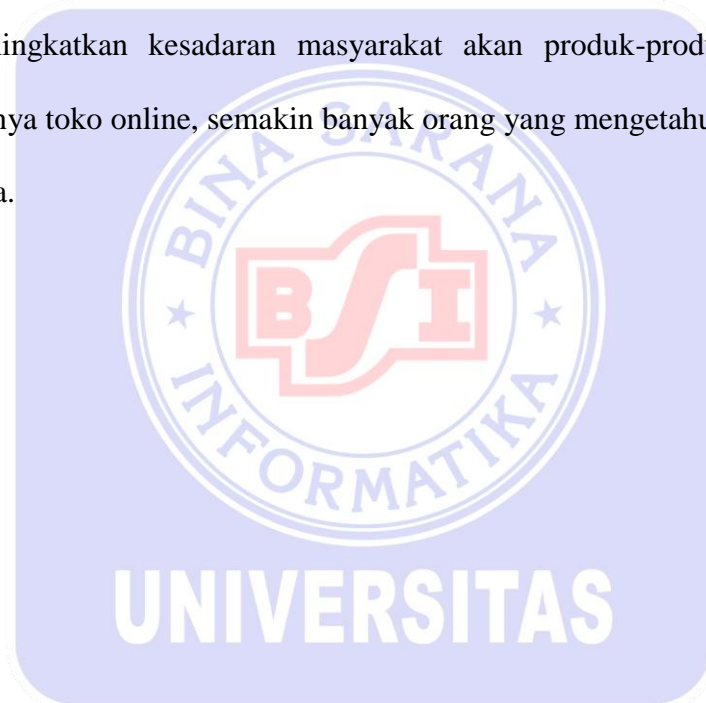
1. CEO
2. Direktur Utama
3. Management and Planning Departement
4. GMP Promotion Departement
5. Reliability Guarantee Development
6. R&D Departement
7. Sales Development

2.3.3 Tugas dan Fungsi

ERHASTORE memiliki beberapa tugas dan fungsi, antara lain::

1. Menjual Produk Erha: Tugas utama Erhastore adalah menjual berbagai produk skincare Erha secara online. Produk-produk ini meliputi perawatan wajah, tubuh, rambut, hingga kosmetik yang telah terbukti efektif dan aman.

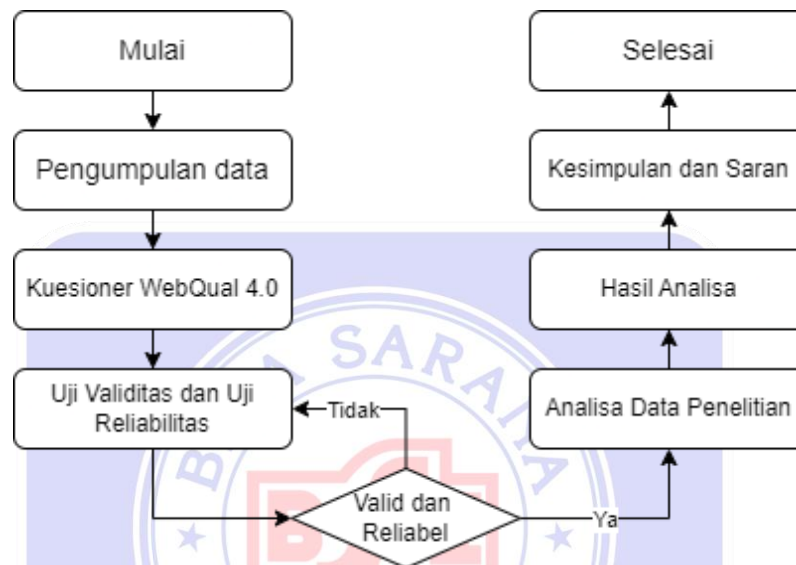
2. Memberikan Informasi Produk: Erhastore bertanggung jawab untuk memberikan informasi yang akurat dan lengkap mengenai setiap produk yang dijual. Informasi ini meliputi manfaat, cara penggunaan, kandungan, hingga testimoni pengguna.
3. Sebagai Saluran Distribusi: Erhastore berfungsi sebagai saluran distribusi produk Erha yang efektif dan efisien. Dengan jangkauan yang luas, Erhastore dapat menjangkau lebih banyak konsumen di seluruh Indonesia.
4. Meningkatkan Brand Awareness: Melalui Erhastore, brand Erha dapat meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk-produknya. Dengan adanya toko online, semakin banyak orang yang mengetahui dan mengenal Erha.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tahapan Penelitian



Sumber: (Data Penelitian oleh Penulis, 2024)

Gambar III. 1

Tahapan Penelitian

3.1.1 Pengumpulan Data

Pada proses pertama ini peneliti melakukan beberapa kajian pustaka dari beberapa jurnal maupun penelitian terdahulu untuk mendapatkan beberapa teknik pengujian dan rancangan kuesioner berdasarkan aspek Webqual 4.0 yang diperlukan dalam penelitian ini, dari hasil kajian tersebut didapatkan beberapa referensi pertanyaan yang akan digunakan dalam kuesioner, kuesioner tersebut mencakup beberapa variabel utama Webqual 4.0 seperti kualitas kegunaan, informasi, dan interaksi dari website yang diteliti, selanjutnya data tersebut akan diolah dan diuji.

3.1.2 Penyebaran Kuesioner

Penulis membuat beberapa pertanyaan berdasarkan dimensi yang ada di dalam WebQual 4.0 dengan bantuan Google Form yang kemudian akan disebarakan kepada konsumen ERHASTORE di Jakarta. Kuesioner tersebut mencakup beberapa variabel pertanyaan seperti kualitas kegunaan, informasi, dan interaksi dari website ERHASTORE.

3.1.3 Uji Instrumen

Dalam tahapan ini, penulis melakukan beberapa pengujian terhadap data yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner sebelumnya. Instrumen yang digunakan ini mencakup beberapa pengujian yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

3.1.4 Secara Analisa Data dan Hasil Analisa Data

Pada tahap ini, penulis telah memperoleh hasil dari beberapa uji instrumen yang sebelumnya telah dilakukan, hasil dari uji instrumen tersebut akan digunakan untuk menentukan hasil dari pengujian tersebut menggunakan rumus-rumus maupun ketentuan dalam menentukan suatu hasil dari instrumen.

3.1.5 Kesimpulan dan Saran

Di tahap ini, penulis akan menjabarkan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian serta memberikan usulan maupun penyelesaian yang dapat menyelesaikan permasalahan yang ada. Usulan-usulan yang diberikan nantinya akan memiliki karakteristik yang membangun, objektif, dan relevan dengan hasil maupun topik yang dibahas dalam konteks penelitian ini.

3.2. Instrumen Penelitian

Alat penelitian ini menggunakan kuesioner yang dikembangkan berdasarkan dimensi-dimensi yang terdapat di dalam WebQual 4.0, yang mana berisi 23 pertanyaan

yang ditujukan kepada konsumen ERHASTORE di Jakarta. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dipecah menjadi empat pembagian, bagian pertama akan berisi pertanyaan terkait data diri responden, kemudian bagian kedua hingga keempat akan berisi pertanyaan-pertanyaan dari dimensi Webqual 4.0. Setelah responden selesai mengisi kuesioner yang telah dibuat, data akan dikumpulkan untuk ditabulasi ke dalam Microsoft Excel, kemudian dilakukan uji-uji yang dibutuhkan menggunakan SPSS 27. Berikut ini tabel rancangan kuesioner yang akan digunakan.

Table III. 1

Rancangan Kuesioner

Dimensi	Pertanyaan	Item
Usability (Kegunaan)	Saya merasa website ERHASTORE mudah digunakan dan dioperasikan	Q1
	Saya merasa website ERHASTORE memiliki interaksi yang jelas dan mudah dipahami	Q2
	Saya merasa mudah untuk menjalankan menu-menu pada website ERHASTORE	Q3
	Saya merasa mudah menggunakan website ERHASTORE	Q4
	Saya merasa website ERHASTORE memiliki tampilan yang menarik	Q5
	Saya merasa website ERHASTORE memiliki tampilan yang sesuai dengan website e-commerce lainnya	Q6
	Saya merasa website ERHASTORE menyediakan informasi yang dibutuhkan terkait produk kecantikan	Q7
	Saya merasa Website ERHASTORE memberikan pengalaman positif bagi saya	Q8
Information Quality (Kualitas Informasi)	Website ERHASTORE menyediakan informasi yang akurat	Q9
	Website ERHASTORE memberikan informasi yang dapat dipercaya	Q10
	Website ERHASTORE menyediakan informasi yang diperbaharui setiap waktu / up to date	Q11

	Website ERHASTORE menyediakan informasi yang relevan terhadap kebutuhan saya	Q12
	Website ERHASTORE menyediakan informasi yang mudah dipahami	Q13
	Website ERHASTORE menyediakan informasi yang detail	Q14
	Website ERHASTORE menyajikan informasi dengan format yang sesuai dengan website e-commerce lainnya	Q15
Service Interaction Quality (Kualitas Interaksi Layanan)	Website ERHASTORE memiliki reputasi yang baik	Q16
	saya merasa aman saat melakukan aktivitas di website ERHASTORE	Q17
	Saya.merasa.aman.saar menyampaikan informasi.pribadi pada.website ERHASTORE	Q18
	websiteERHASTORE memberikan.kesan.menarik.minat dan.perhatian saya	Q19
	Website ERHASTORE memberikan kemudahan pada setiap konsumen untuk saling berkomunikasi dengan dokter utama	Q20
	Saya merasa website ERHASTORE memberikan kemudahan..dalam..melakukan..komunikasi antara pihak terkait (customer service) dengan Pegawai ERHASTORE	Q21
User Satisfaction (Kepuasan Pengguna)	Website ERHASTORE secara keseluruhan Baik	Q22
	Saya merasa puas terhadap kualitas website ERHASTORE secara keseluruhan	Q23

Sumber: (Data Penelitian oleh Penulis, 2024)

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup yang berisi pernyataan dengan pilihan jawaban yang sudah disediakan sebelumnya untuk subyek penelitian. Subyek penelitian tidak bisa memberikan tanggapan selain dari yang disediakan dalam pilihan tersebut.

Skala likert juga digunakan sebagai skala pengukuran dalam kuesioner yang disebar dengan lima kriteria penilaian, adapun nilai-nilai yang digunakan terdapat dalam tabel berikut.

Table III. 2
Skala Likert

Skor	Keterangan	Kriteria
5	Sangat Setuju	SS
4	Setuju	S
3	Netral	N
2	Tidak Setuju	TS
1	Sangat Tidak Setuju	STS

Sumber: (Abadi & Ramanda, 2024)

3.3. Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sample Penelitian

3.3.1 Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data yang digunakan dalam penelitian mengenai kepuasan konsumen website ERHASTORE ini menggunakan beberapa metode.

1. Kuesioner

Penggunaan kuesioner disini bertujuan untuk pengumpulan data mengenai kualitas dari website ERHASTORE . Kuesioner yang digunakan berisi beberapa pertanyaan yang disusun berdasarkan metode Webqual 4.0 dan disediakan lima pengukuran berdasarkan skala likert.

2. Observasi

Metode observasi dilakukan secara langsung untuk memahami cara kerja dari website ERHASTORE dalam penggunaannya sehari-hari di system penjualan ERHASTORE.

3. Studi Pustaka

Dalam penelitian ini, Metode studi pustaka mencakup pengumpulan data dari berbagai sumber tulisan, seperti jurnal dan buku yang berkaitan dengan metode Webqual 4.0, serta berbagai teknik pengujian untuk membantu dalam pengujian data.

3.3.2 Populasi Penelitian

Populasi dalam penelitian ini merupakan para konsumen dari ERHASTORE yang menggunakan atau pernah menggunakan website ERHASTORE. Populasi ini mencakup seluruh konsumen ERHASTORE di Jakarta Pusat cabang Senayan City.

3.3.3 Sampel Penelitian

Dalam penelitian mengenai kepuasan pengguna website ERHASTORE, sampel penelitian adalah sekelompok pengguna yang diambil secara representatif dari total keseluruhan populasi. Sampel ini dilakukan untuk memastikan hasil penelitian dapat digeneralisasikan kepada seluruh pengguna website ERHASTORE. Teknik yang diterapkan dalam penelitian ini berupa sampling subyektif (*purposive sampling*), yang mengacu pada cara pengumpulan sampel dengan aturan tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya, aturan tersebut yaitu para pengguna website ERHASTORE. Selain itu, rumus slovin digunakan untuk memastikan jumlah sampel dalam kuesioner dengan pertimbangan *margin of error* (tingkat kesalahan) yang digunakan berada di angka 10 persen.

$$\text{Rumus slovin: } n = \frac{N}{1+(N.e^2)}$$

Keterangan:

- n : jumlah sampel minimum.
- N : jumlah populasi.
- e : tingkat kesalahan (*margin of error*).

Sumber: (Habibullah, 2021)

Diketahui bahwa populasi dari konsumen ERSHASTORE pada tahun 2024 sebanyak 2000 orang, dengan menerapkan margin of error sebesar 10% dalam rumus Slovin, maka perhitungan jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{2000}{1+(2000*0,1^2)} = \frac{2000}{1+(2000*0,01)} = \frac{2000}{21} = 95,23$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus Slovin diatas, dapat disimpulkan bahwa sampel yang diperlukan sebanyak 95,23 yang kemudian dibulatkan menjadi 95 dari total populasi sebanyak 2000.

3.4. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang melibatkan distribusi kuesioner dan observasi. Purposive sampling adalah teknik yang digunakan dalam penelitian ini, dan sampel dalam penulisan ini dikirimkan kepada 95 responden yang menggunakan website ERHASTORE. Skala Likert adalah skala yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari 1 (Sangat tidak setuju) sampai dengan angka 5 (Sangat Setuju) (Pradana & Mawardi, 2021) Dengan demikian, dilakukan analisis data sebagai berikut:

1. Hasil pengolahan data dari kuesioner terhadap penilaian responden disajikan dalam tabel berikut:

Table III. 3

Tabel Penilaian Kuesioner

Singkatan	Jawaban	Skor
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4

N	Netral	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

2. Uji validitas ini bertujuan untuk menentukan apakah suatu kuesioner valid atau tidak. Dalam penelitian ini, uji validitas menggunakan pearson correlation yang melibatkan penentuan korelasi antara nilai yang diterima dari pertanyaan yang dibuat, data dianggap valid jika pearson correlation menunjukkan nilai signifikansi kurang dari 0,05, atau sig. < 0,05. Sebaliknya, jika korelasi antara skor setiap item pertanyaan dan skor total menunjukkan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05, atau sig. > 0,05, data tersebut tidak valid.
3. Uji reliabilitas dilakukan dengan cara melihat dari *Cronbach' alpha*. Instrumen yang reliabel artinya jika digunakan berulang kali hanya untuk mengukur objek yang sama, maka dapat dihasilkan data yang sama juga. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Croanbach Alpha* sebesar $0,6 \leq \alpha < 0,7$ ".
4. Menggunakan Skala Likert untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap website ERHASTORE berdasarkan pilihan jawaban pengguna dan skor, maka analisis metode *WebQual 4.0* digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna terhadap website ERHASTORE. (Nugroho & Lestyowati, 2020) Tingkat kepuasan rata-rata kemudian dihitung dengan menggunakan rumus:

$$RK = \frac{JSK}{JK}$$

RK = Rata-Rata Kepuasan

JSK = Jumlah Skor Kuesioner

JK = Jumlah Kuesioner

Untuk mengevaluasi tingkatan kepuasan, digunakan model yang dikembangkan oleh Kaplan dan Norton yang memiliki skala sebagai berikut:

1 – 1.79 = Sangat Tidak Puas

1.8 – 2.59 = Tidak Puas

2.6 – 3.39 = Ragu-Ragu

3.4 – 4.91 = Puas

4.92 – 5 = Sangat Puas



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Pembahasan

4.1.1 Analisis Deskriptif

1. Analisis Deskriptif Responder

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner melalui Google Form yang dilakukan, didapat hasil sebanyak 95 responden. Dimana sebagian besar responden adalah Perempuan seperti yang ditunjukkan pada Tabel IV.1.

Tabel IV. 1
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-Laki	11	11,57%
Perempuan	84	88,42%

Sumber: (Data Penelitian oleh Penulis, 2024)

Berdasarkan Hasil penyebaran kuisisioner telah didapatkan data Sebagian besar responden berusia antara 17 - 20 tahun yang mana termasuk termuda, dengan usia menengah yaitu 21 – 25 tahun dan usia tertua diatas 26 - 30 tahun seperti table berikut.

Tabel IV. 2
Usia Responden

Usia	jumlah	persentase
17-20 Tahun	60	63.16%
21-25 Tahun	24	25.26%
26-30 Tahun	11	11.58%

Sumber: (Data Penelitian oleh Penulis, 2024)

Berdasarkan Hasil penyebaran kuisioner telah didapatkan data Frekuensi Belanja konsumen ERHASTORE rata- rata

Tabel IV. 3
Frekuensi Belanja

Frekuensi Belanja	jumlah	Persentase
Sekali per Bulan	37	38.95%
1-3 kali per Bulan	44	46.32%
3 kali per Bulan	14	14.74%

Sumber: (Data Penelitian oleh Penulis, 2024)

Berdasarkan Hasil penyebaran kuisioner telah didapatkan data pembelian produk ERHASTORE rata- rata responden memilih.

Tabel IV. 4
Pembelian Produk

Jenis Produk	Jumlah	Presentase
Skincare	75	78.95%
Haircare	20	21.05%

Sumber: (Data Penelitian oleh Penulis, 2024)

4.1.2 Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Uji validasi kuesioner pada setiap variabel dilakukan dengan menguji validitasnya. Metode pengujian melibatkan perbandingan antara r hitung dan r tabel. Hasilnya akan disebut sebagai korelasi item terkoreksi, di mana nilai r yang dihitung merupakan hasil korelasi dari respon yang diterima untuk setiap pertanyaan pada setiap variabel, dianalisis menggunakan program SPSS. Berbeda dengan r tabel yang dikembangkan menggunakan tabel product moment dengan setting nilai signifikansi = 0,05 dan n (sampel) = 95, yang menghasilkan nilai r tabel dua sisi sebesar 0,202. Jika r hitung $>$ r tabel, maka indikator dianggap valid; sebaliknya, jika r hitung \leq r tabel, indikator dianggap

tidak valid. Berikut ini adalah daftar hasil dari semua uji validitas untuk variabel yang terdapat pada WebQual4.0.

Tabel IV. 5
Hasil Pengujian Validitas

Item	rhitung	rtabel	Sig.(2-tailed)	Keterangan
X1P1	.764	0,202	<,001	Valid
X1P2	.745	0,202	<,001	Valid
X1P3	.671	0,202	<,001	Valid
X1P4	.612	0,202	<,001	Valid
X1P5	.611	0,202	<,001	Valid
X1P6	.692	0,202	<,001	Valid
X1P7	.767	0,202	<,001	Valid
X1P8	.659	0,202	<,001	Valid

Item	rhitung	rtabel	Sig.(2-tailed)	Keterangan
X2P1	.675	0,202	<,001	Valid
X2P2	.751	0,202	<,001	Valid
X2P3	.640	0,202	<,001	Valid
X2P4	.735	0,202	<,001	Valid
X2P5	.780	0,202	<,001	Valid
X2P6	.698	0,202	<,001	Valid
X2P7	.752	0,202	<,001	Valid

Item	rhitung	rtabel	Sig.(2-tailed)	Keterangan
X3P1	.729	0,202	<,001	Valid
X3P2	.721	0,202	<,001	Valid
X3P3	.618	0,202	<,001	Valid
X3P4	.669	0,202	<,001	Valid
X3P5	.516	0,202	<,001	Valid
X3P6	.693	0,202	<,001	Valid

Item	rhitung	rtabel	Sig.(2-tailed)	Keterangan
YP1	.881	0,202	.000	Valid
YP2	.838	0,202	.000	Valid

Sumber: (Data Penelitian oleh Penulis, 2024)

Dalam penentuan nilai rtabel sendiri ada rumus yang digunakan yaitu $df = n-2$. Dengan jumlah sampel penelitian ini sebesar 95 orang maka diperoleh perhitungan $95 - 2 = 93$, kemudian dengan menggunakan taraf signifikan sebesar 10% diperoleh nilai yang paling mendekati 93 adalah sebesar 0,202.

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan melalui aplikasi SPSS seperti pada tabel IV.4, nilai 0,202 tersebut lebih kecil daripada rhitung yang didapat, sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai dari rhitung > daripada nilai rtabel, sehingga semua pertanyaan yang ada dikatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Seperti pada penjelasan di BAB III sebelumnya, suatu alat ukur yang dalam hal ini adalah angket atau kuesioner bisa dianggap reliabel jika nilai Alfa Cronbach-nya lebih besar dari 0,60.

Tabel IV. 6
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel Penilaian	Nilai Cronbach's Alpha	Kriteria	Keterangan
X1	.829	.60	Reliabel
X2	.828	.60	Reliabel
X3	.722	.60	Reliabel
Y	.644	.60	Reliabel

Sumber: (Data Penelitian oleh Penulis, 2024)

Dari hasil pengujian seperti pada tabel IV.5, bisa dilihat bahwa nilai pada setiap variabel memiliki Cronbach's Alpha > 0,60. Sehingga dapat dikatakan reliabel.

4.1.3 Hasil Uji Rata-rata Kepuasan

1. Usability

Tabel IV. 7
Hasil Rata Rata Kepuasan Usability

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya merasa website ERHASTORE mudah digunakan dan dioperasikan	59	36	0	0	0
2	Saya merasa website ERHASTORE memiliki interaksi yang jelas dan mudah dipahami	55	40	0	0	0
3	Saya...merasa..mudah...untuk menjalankan menu-menu pada.website ERHASTORE	57	38	0	0	0
4	Saya merasa mudah menggunakan website ERHASTORE	60	34	1	0	0
5	Saya.merasa..website ERHASTORE memiliki.tampilan yang.menarik	11	54	23	7	0
6	Saya.merasa.website ERHASTORE memiliki.tampilan yang.sesuai.dengan.website e-commerce lainnya	58	32	4	0	0
7	Saya merasa website ERHASTORE menyediakan informasi yang dibutuhkan terkait produk kecantikan	56	37	2	0	0
8	Saya merasa Website ERHASTORE memberikan.pengalaman..positif..bagi..saya	4	51	32	7	0
JUMLAH		360	322	62	14	0

$$RK = \frac{(360*5)+(322*4)+(62*3)+(14*2)+(0*1)}{360+322+62+14+0} = \frac{3302}{758} = 4.36$$

Hasil akhir menunjukkan bahwa rata-rata kualitas pelayanan untuk variabel *Usability* adalah 4.36. Skor 4.36 ini dianggap Puas berdasarkan spesifikasi penilaian WEBQUAL 4.0. Kita dapat menyimpulkan bahwa kualitas

layanan pada variabel *Usability* membuat pengguna merasa Puas dan membuktikan bahwa website ERHASTORE memberikan hasil yang baik dalam *Usability*.

2. Information Quality

Tabel IV. 8
Hasil Rata-rata Kepuasan Information Quality

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Website ERHASTORE menyediakan informasi yang akurat	56	37	1	0	0
2	Website ERHASTORE memberikan informasi yang dapat dipercaya	57	37	1	0	0
3	Website ERHASTORE menyediakan informasi yang diperbaharui setiap waktu / up to date	62	32	0	1	0
4	Website ERHASTORE menyediakan informasi yang relevan terhadap kebutuhan saya	53	38	4	0	0
5	Website ERHASTORE menyediakan informasi yang mudah dipahami	53	41	1	0	0
6	Website ERHASTORE menyediakan informasi yang detail	3	48	21	21	1
7	Website ERHASTORE menyajikan informasi dengan format yang sesuai dengan website e-commerce lainnya	53	34	7	0	0
JUMLAH		337	267	35	22	1

$$RK = \frac{(337*5)+(267*4)+(35*3)+(22*2)+(1*1)}{337+267+35+22+1} = \frac{2903}{662} = 4.39$$

Hasil akhir menunjukkan rata-rata nilai 4.39 untuk variabel *Information Quality*. Skor 4.39 ini dianggap Puas berdasarkan faktor penilaian WEBQUAL 4.0. Dari sini, kita dapat menyimpulkan bahwa kualitas layanan pada variabel *Information Quality* membuat pengguna merasa Puas dan membuktikan bahwa website ERHASTORE memberikan hasil yang baik dalam *Information Quality*.

3. Interaction Quality

Tabel IV. 9
Hasil Rata-rata Kepuasan Interaction Quality

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Website ERHASTORE memiliki reputasi yang baik	49	38	6	1	0
2	saya merasa aman saat melakukan aktivitas di website ERHASTORE	53	41	1	0	0
3	Saya.merasa.aman.saar menyampaikan informasi.pribadi pada.website ERHASTORE	25	42	24	2	0
4	websiteERHASTORE memberikan.kesan.menarik.minat dan.perhatian saya	2	25	42	21	3
5	Website ERHASTORE memberikan kemudahan pada setiap konsumen untuk saling berkomunikasi dengan dokter utama	1	2	12	61	17
6	Saya merasa website ERHASTORE memberikan kemudahan..dalam..melakukan..komunikasi antara pihak terkait (customer service) dengan Pegawai ERHASTORE	50	40	3	2	0
JUMLAH		180	188	88	87	20

$$RK = \frac{(180*5)+(188*4)+(88*3)+(87*2)+(20*1)}{180+188+88+87+20} = \frac{2110}{563} = 3.75$$

Skor akhir untuk rata-rata kualitas layanan pada variabel *Interaction Quality* adalah 3.75. Skor ini dianggap Puas jika disesuaikan dengan kriteria penilaian WEBQUAL 4.0. Penulis dapat menyimpulkan bahwa pengguna merasa Puas dengan kualitas layanan pada variabel *Interaction Quality*, yang menunjukkan bahwa website ERHASTORE berkontribusi positif terhadap *Interaction Quality* yang diterapkan oleh ERHASTORE.

4. User Satisfaction

Tabel IV. 10
Hasil Rata-rata Kepuasan User Satisfaction

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Website ERHASTORE secara keseluruhan Baik	43	48	4	0	0
2	Saya merasa puas terhadap kualitas website ERHASTORE secara keseluruhan	33	61	1	0	0
JUMLAH		76	109	5	0	0

$$RK = \frac{(76*5)+(109*4)+(5*3)+(0*2)+(0*1)}{76+109+5+0+0} = \frac{831}{190} = 4.37$$

Hasil akhir menunjukkan rata-rata nilai 4.37 untuk variabel *User Satisfaction*. Skor 4.37 ini dianggap memuaskan berdasarkan faktor penilaian WEBQUAL 4.0. Dari sini, kita dapat menyimpulkan bahwa kualitas layanan pada variabel *User Satisfaction* membuat pengguna merasa Puas dan membuktikan bahwa website ERHASTORE memberikan hasil yang baik dalam *User Satisfaction*.

5. Hasil Keseluruhan Kuesioner dengan skala likert

Tabel IV. 11
Hasil Keseluruhan Variabel

Variabel	Nilai Rata-rata	Kategori
Usability	4.35	Puas
Informasi Quality	4.39	Puas
Interaction Quality	3.75	Puas
User Satisfaction	4.37	Puas

Variabel *Usability* mencapai tingkat kepuasan sebesar 4.35, variabel *Informasi Quality* mencapai tingkat kepuasan 4.39, variabel *Interaction Quality* mencapai tingkat kepuasan 3.75, variabel *User Satisfaction* mencapai tingkat kepuasan 4.37. Berdasarkan hasil pengukuran rata-rata kualitas layanan menggunakan metode WEBQUAL 4.0 untuk setiap variabel, pengguna merasa Puas dengan kualitas website ERHASTORE, seperti yang tergambar dari data ini.

Sesuai dengan temuan penelitian tersebut, ERHASTORE mengambil langkah-langkah untuk mencapai tingkat kepuasan klien yang diharapkan terkait dengan kualitas layanan. Dengan menggunakan metode kerangka kerja WEBQUAL 4.0 untuk mengevaluasi kualitas website ERHASTORE, perusahaan dapat mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang kinerja mereka. Dengan nilai total kualitas website ERHASTORE mencapai 4,22 dari 4 variabel yang diteliti, hal ini menunjukkan bahwa kategori Puas dengan layanan saat ini. ERHASTORE terus meningkatkan kesadaran dan melakukan evaluasi berkala terhadap kualitas layanan mereka untuk memastikan bahwa kebutuhan pengguna terpenuhi guna mencapai kinerja optimal.

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan nilai rata-rata yang diperoleh dari masing-masing variabel:

- a. Rata-rata kepuasan pengguna terhadap website ERHASTORE mencapai 4.22, menurut data yang diperoleh dari setiap variabel. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna merasa puas
- b. Hasil analisis rata-rata kualitas website ERHASTORE pada variabel Informasi Quality adalah 4.39. Terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan lebih lanjut, seperti pada variabel Interaction Quality yang memperoleh skor 3.75. Kualitas variabel ini pada website ERHASTORE dianggap menjadi faktor terendah dalam perhitungan peneliti.

Dengan demikian, berdasarkan analisis menyeluruh yang dilakukan menggunakan metode WebQual 4.0, dapat disimpulkan bahwa situs web ERHASTORE memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan melalui dimensi kegunaan dan informasi kualitas, meskipun kualitas interaksi tidak terbukti memiliki pengaruh yang signifikan.

5.2. Saran

Untuk meningkatkan Interaction Quality, perlu dilakukan evaluasi lebih lanjut terhadap aspek interaksi pengguna seperti kemudahan komunikasi, responsivitas, atau elemen antarmuka yang berpotensi meningkatkan pengalaman, serta mengumpulkan umpan balik lebih detail dari pengguna untuk memahami kebutuhan dan kendala

spesifik mereka; di sisi lain, mempertahankan Usability dan Informasi Quality dapat dicapai dengan melakukan pemeliharaan dan peningkatan berkelanjutan pada fitur-fitur yang ada agar tetap relevan dan mudah digunakan, serta memastikan informasi terus diperbarui sesuai kebutuhan pengguna, sementara melibatkan pengguna aktif dalam pengembangan dapat dilakukan melalui survei lanjutan atau forum diskusi untuk mengidentifikasi kebutuhan baru yang mungkin muncul.



DAFTAR PUSTAKA

- Andiati, A., & Oktaviana R, S. (2022). Analisis Kualitas Dan Kepuasan Pengguna Website Istyle. id Dengan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Tekno Kompak*, 16(2), 111–123.
<https://ejournal.teknokrat.ac.id/index.php/teknokompak/article/view/1907%0Ahttps://ejournal.teknokrat.ac.id/index.php/teknokompak/article/download/1907/950>
- Andiputra. (2020). ANALISIS USABILITY MENGGUNAKAN METODE WEBUSE PADA WEBSITE KITABISA.COM. *BUSINESS MANAGEMENT JOURNAL*, 16, 11–15.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.30813/bmj.v16i1.2051>
- Angga Hernawan, Rachman Komarudin, & Nurul Afni. (2021). Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan Web E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan WebQual 4.0. *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, 15(1), 39–50.
- Athallah, M. A., & Kraugusteeliana, K. (2022). Analisis Kualitas Website Telkomsel Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis. *CogITo Smart Journal*, 8(1), 171–182.
<https://doi.org/10.31154/cogito.v8i1.374.171-182>
- Bhirawa, W. T. (2020). Proses Pengolahan Data Dari Model Persamaan Regresi Dengan Menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS). *Statistika*, 71–83.
- Data Penelitian oleh Penulis. (2024). *Data Penelitian oleh Penulis*.

- Dinia, A. G., Wiguna, C., & Burhanudin, A. (2022). Sistem Pengukuran Kualitas Website Penelitian dan Pengabdian Masyarakat I-Gracias Menggunakan Metode Webqual. *Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi*, 8(1), 1–11. <https://doi.org/10.28932/jutisi.v8i1.3915>
- Faza, A., & Utomo, A. P. (2021). Analisa Kualitas Layanan Website PT. Masusskita United Menggunakan Metode Webqual. *Jurnal Tekno Kompak*, 15(2), 88. <https://doi.org/10.33365/jtk.v15i2.1155>
- Firdaus, M. R., Purnia, D. S., Handayani, K., & Julianto, M. F. (2020). ANALISIS PENGUKURAN KUALITAS WEBSITE CAKRAWALAMEDIA.CO.ID DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0. *Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTIK)*, 4(1), 41–47.
- Habibullah, A. (2021). ANALISA PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POCARI SWEAT DI KOTA SURABAYA Sugiyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(3).
- Haryanti, F. H., & Styorini, R. (2020). The Influence of Website Service Quality towards Consumer Satisfaction by Using Webqual 4.0 Method: Study on Grab Users in Bandung. *Jurnal Manajemen*, 92(1), 182–188.
- Hidayat, A., & Mukhlisin, M. (2020). Analisis Pertumbuhan Zakat Pada Aplikasi Zakat Online Dompot Dhuafa. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(3), 675. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i3.1435>

- Irmayanti, A., Hidayat, R., & Rahmawati, E. (2021). Analisis Kualitas Website Kabupaten Lamandau Menggunakan Webqual 4.0. *Jurnal IKRA-ITH Informatika*, 5(1), 1–6.
- Ishaq, A., Sukendar, T., Saputro, M. ikhsan, & Sumbaryadi, A. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Website Maxserver Pengguna Pada PT . MCS. 7(2), 110–115.
- Kurniawati, A. D. (2020). Transaksi E-Commerce dalam Perspektif Islam. *El-Barka: Journal of Islamic Economics and Business*, 2(1), 90.
<https://doi.org/10.21154/elbarka.v2i1.1662>
- Lokapitasari Belluano, P. L., Indrawati, I., Harlinda, H., Tuasamu, F. A. ., & Lantara, D. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Perpustakaan Menggunakan Pieces Framework. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 11(2), 118–128.
<https://doi.org/10.33096/ilkom.v11i2.398.118-128>
- Mustopa, A., Agustiani, S., Wildah, S. K., & Maysaroh, M. (2020). Analisa Kepuasan Pengguna Website Layanan Akademik Kemahasiswaan (LYKAN) UBSI Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Perspektif*, 18(1), 75–81.
<https://doi.org/10.31294/jp.v18i1.7413>
- Nugroho, H. P., & Lestyowati, J. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan dan Kepentingan Pengguna Aplikasi SAKTI dengan PIECES Framework. *Indonesian Treasury Review Jurnal Perbendaharaan Keuangan Negara Dan Kebijakan Publik*, 5(2), 93–104. <https://doi.org/10.33105/itrev.v5i2.188>
- Nurjani, Y. (2020). Website Kantor Kelurahan Lingkar Selatan. *Fortech (Journal Of*

Information Technology), 4(Vol. 4 No. 2 (2020): Fortech (Journal Of Information Technology)), 53–59.

Permana, A. I. (2020). Pengaruh Kualitas Website, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Beli Pelanggan Di Situs Belanja Online Bukalapak. *Ekonomi Bisnis*, 25(2), 94–109.
<https://doi.org/10.33592/jeb.v25i2.422>

Putri Sekti Ari, D., & Hanum, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Website Djp Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan Modifikasi E Govqual. *Profit*, 15(01), 104–111. <https://doi.org/10.21776/ub.profit.2021.015.01.11>

Reifco, H. F., Suryono, R. R., & Megawaty, D. A. (2023). Analisis Kinerja Website Pelayanan Publik Menggunakan WEBQUAL 4.0 (Studi Kasus : Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung). *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(3), 340–348.

Roz, K. (2020). Analisis Pengaruh Website Quality terhadap Kepuasan Pengguna dengan Menggunakan Metode WebQual 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(1), 41–49. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v8i1.3782>

Sadriddinovich, J. T. (2023). Capabilities of SPSS Software in High Volume Data Processing Testing. *AMERICAN Journal of Public Diplomacy and International Studies*, 01(09), 2993–2157.

Sari, A. O., Abdilah, A., & Sunarti. (2020). *Web Programming* (Cetakan I). GRAHA ILMU.

Sihombing, G. P. A. Y., & Sihotang, J. I. (2022). Analisis Kualitas Modul UNAI

Terhadap Kepuasan Pengguna Dengan WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Komputer Dan Informatika*, 10(1), 39–46.
<https://doi.org/10.35508/jicon.v10i1.6465>

Suharto, Y., & Hariadi, E. (2021). Analisis Kualitas Website Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 12(2), 109–121. <https://doi.org/10.29244/jmo.v12i2.33917>

Tabrani, M., Suhardi, & Priyandaru, H. (2021). Sistem Informasi Manajemen Berbasis Website Pada Unl Studio Dengan Menggunakan Framework Codeigniter. *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 11(1), 13–21.
<https://doi.org/10.35968/m-pu.v11i1.598>

Wijaya, I. G. N. S., Triandini, E., Kabnani, E. T. G., & Arifin, S. (2021). E-commerce website service quality and customer loyalty using WebQual 4.0 with importance performances analysis, and structural equation model: An empirical study in shopee. *Register: Jurnal Ilmiah Teknologi Sistem Informasi*, 7(2), 107–124. <https://doi.org/10.26594/register.v7i2.2266>

Winarni, A., & Riska, W. (2020). Analisis Kualitas Website Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Website Pt. Bank Sinarmas Tbk Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Bangkit Indonesia*, 9(1), 6–12.
<https://doi.org/10.52771/bangkitindonesia.v9i1.106>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Biodata Mahasiswa

NIM : 17200785
Nama Lengkap : Muhammad Izar Haydar
Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta, 30 Juni 2002
Alamat Lengkap : Jl. Kemandoran VII No.124 RT.06/RW.03
Kelurahan Grogol Utara Jakarta Selatan Kode pos
12210

II. Pendidikan

a. Formal

1. SDI Al-Ikhlas, lulus tahun 2014
2. MTS Al-Ikhlas, lulus tahun 2017
3. SMK Assa'adatul Abadiyah, lulus tahun 2020

III. Riwayat Pengalaman Berorganisasi / Pekerjaan

1. Praktik Kerja Lapangan di Universitas Mercu Buana pada tahun 2018
2. Praktik Kerja Lapangan di Kementerian PUPR pada tahun 2023



UNIVERSITAS

Jakarta, 5 Desember 2025

Muhammad Izar Haydar

SURAT PERNYATAAN KEBENARAN/KEABSAHAN DATA

HASIL RISET UNTUK KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Izar Haydar
NIM : 17200785
Jenjang : Sarjana (S1)
Program Studi : Teknologi Informasi
Fakultas/PSDKU : Teknik dan Informatika
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa data dan atau Informasi yang saya gunakan dalam penulisan karya ilmiah dengan judul “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP WEBSITE ERHASTORE MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0” merupakan data dan atau informasi yang saya peroleh melalui hasil penelitian sendiri dan tidak didasarkan pada data atau informasi hasil riset dari perusahaan/instansi/lembaga manapun.

Saya bersedia untuk bertanggung jawab secara pribadi, tanpa melibatkan pihak **Universitas Bina Sarana Informatika**, atas materi/isi karya ilmiah tersebut, termasuk bertanggung jawab atas dampak atau kerugian yang timbul dalam bentuk akibat tindakan yang berkaitan dengan data dan atau informasi yang terdapat pada karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal: 5 Desember 2024

Mengetahui

Yang menyatakan,

Dosen Pembimbing



Richky Faizal Amir, M.Kom



Muhammad Izar Haydar

BUKTI HASIL PENGECEKAN PLAGIARISME

11

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP WEBSITE ERHASTORE MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0.pdf

Linguistics -- no repository 006

Applied Linguistics

Hawassa University

Document Details

Submission ID

trn:oid:::1:3133850594

Submission Date

Jan 21, 2025, 8:27 AM GMT+2

Download Date

Jan 21, 2025, 8:30 AM GMT+2

File Name

ANALISIS_KEPUASAN_PELANGGAN_TERHADAP_WEBSITE_ERHASTORE_MENGGUNAKAN_METODE_....pdf

File Size

666.3 KB

41 Pages

6,663 Words

41,240 Characters


21% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

Top Sources

19%  Internet sources

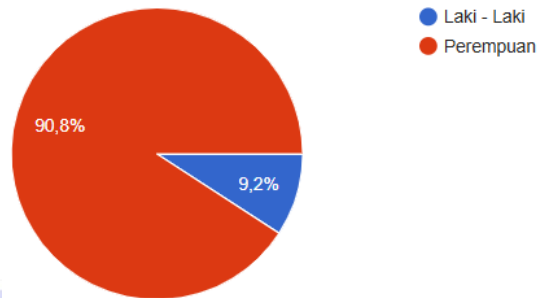
11%  Publications

8%  Submitted works (Student Papers)

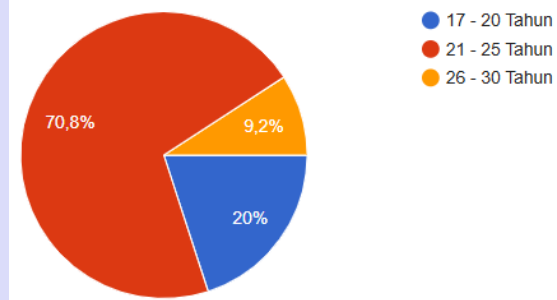
LAMPIRAN

Lampiran 1 : Hasil Uji Statistik

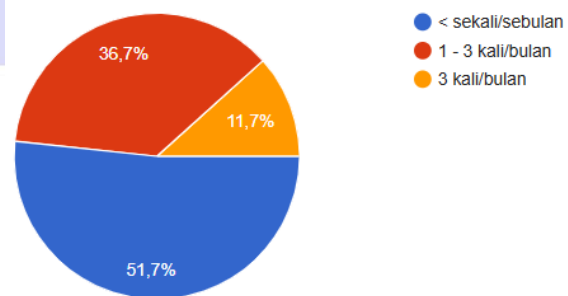
Jenis Kelamin Responden



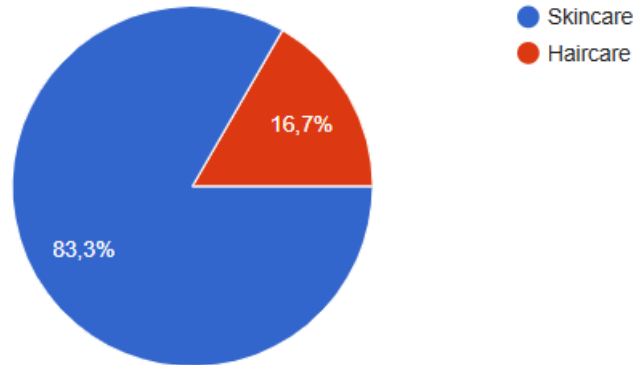
Usia Responden



Frekuensi Belanja



Frekuensi Belanja



Uji Validitas X1 (Kegunaan)

Correlations

		X1P1	X1P2	X1P3	X1P4	X1P5	X1P6	X1P7	X1P8	X1_TOTAL
X1P1	Pearson Correlation	1	.652**	.602**	.444**	.318**	.369**	.585**	.408**	.764**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	.002	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1P2	Pearson Correlation	.652**	1	.783**	.625**	.198	.299**	.586**	.255*	.745**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	.055	.003	<.001	.013	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1P3	Pearson Correlation	.602**	.783**	1	.620**	.215*	.188	.545**	.073	.671**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	.037	.068	<.001	.483	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1P4	Pearson Correlation	.444**	.625**	.620**	1	.059	.248*	.444**	.215*	.612**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		.572	.015	<.001	.036	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1P5	Pearson Correlation	.318**	.198	.215*	.059	1	.502**	.304**	.430**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.002	.055	.037	.572		<.001	.003	<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1P6	Pearson Correlation	.369**	.299**	.188	.248*	.502**	1	.459**	.565**	.692**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.003	.068	.015	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1P7	Pearson Correlation	.585**	.586**	.545**	.444**	.304**	.459**	1	.416**	.767**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	.003	<.001		<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1P8	Pearson Correlation	.408**	.255*	.073	.215*	.430**	.565**	.416**	1	.659**
	Sig. (2-tailed)	<.001	.013	.483	.036	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95
X1_TOTAL	Pearson Correlation	.764**	.745**	.671**	.612**	.611**	.692**	.767**	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95	95

Uji Validitas X2 (Information Quality)

Correlations

		X2P1	X2P2	X2P3	X2P4	X2P5	X2P6	X2P7	X2_TOTAL
X2P1	Pearson Correlation	1	.466**	.429**	.447**	.471**	.327**	.377**	.675**
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	.001	<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
X2P2	Pearson Correlation	.466**	1	.665**	.430**	.568**	.396**	.396**	.751**
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
X2P3	Pearson Correlation	.429**	.665**	1	.471**	.566**	.087	.287**	.640**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	.400	.005	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
X2P4	Pearson Correlation	.447**	.430**	.471**	1	.604**	.376**	.445**	.735**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
X2P5	Pearson Correlation	.471**	.568**	.566**	.604**	1	.352**	.514**	.780**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
X2P6	Pearson Correlation	.327**	.396**	.087	.376**	.352**	1	.613**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.001	<.001	.400	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
X2P7	Pearson Correlation	.377**	.396**	.287**	.445**	.514**	.613**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.005	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95	95
X2_TOTAL	Pearson Correlation	.675**	.751**	.640**	.735**	.780**	.698**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	95	95	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas X3 (Service Interaction Quality)

Correlations

		X3P1	X3P2	X3P3	X3P4	X3P5	X3P6	X3_TOTAL
X3P1	Pearson Correlation	1	.741**	.232*	.318**	.119	.596**	.729**
	Sig. (2-tailed)		<.001	.024	.002	.251	<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3P2	Pearson Correlation	.741**	1	.259*	.216*	.273**	.567**	.721**
	Sig. (2-tailed)	<.001		.011	.036	.007	<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3P3	Pearson Correlation	.232*	.259*	1	.371**	.280**	.153	.618**
	Sig. (2-tailed)	.024	.011		<.001	.006	.140	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3P4	Pearson Correlation	.318**	.216*	.371**	1	.195	.358**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.002	.036	<.001		.059	<.001	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3P5	Pearson Correlation	.119	.273**	.280**	.195	1	.171	.516**
	Sig. (2-tailed)	.251	.007	.006	.059		.098	<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3P6	Pearson Correlation	.596**	.567**	.153	.358**	.171	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	.140	<.001	.098		<.001
	N	95	95	95	95	95	95	95
X3_TOTAL	Pearson Correlation	.729**	.721**	.618**	.669**	.516**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	95	95	95	95	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas X4 (User Satisfaction)

Correlations

		X4P1	X4P2	X4_TOTAL
X4P1	Pearson Correlation	1	.480**	.881**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001
	N	95	95	95
X4P2	Pearson Correlation	.480**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001
	N	95	95	95
X4_TOTAL	Pearson Correlation	.881**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	
	N	95	95	95

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Tabel Distribusi Nilai r Tabel (r product moment) pada uji validitas

TABEL III
NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Tarf Signifikan		N	Tarf Signifikan		N	Tarf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Sumber: Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D karya Prof. Dr. Sugiyono

Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	8

Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.722	6

Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	7

Uji Reliabilitas X4

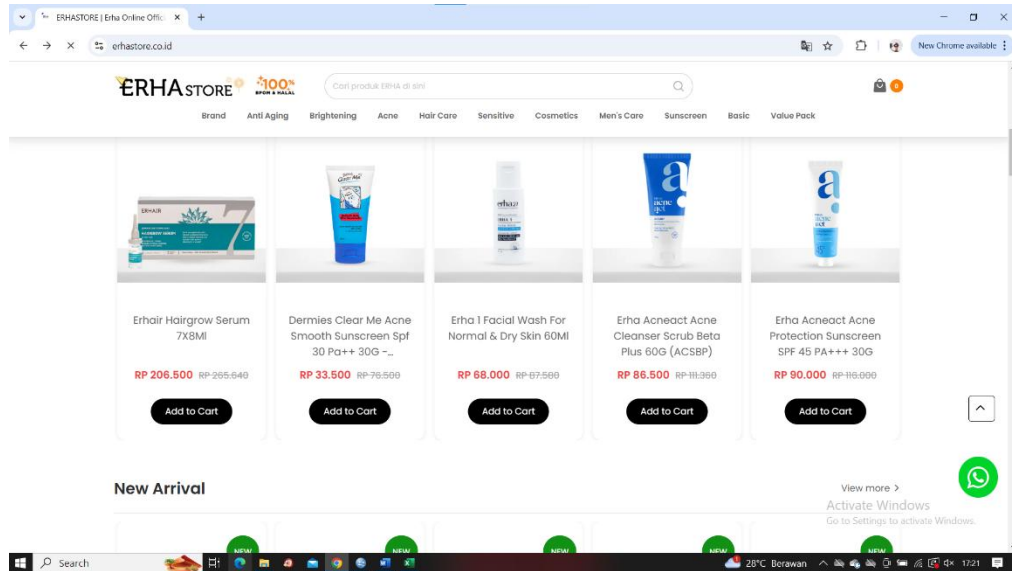
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.644	2

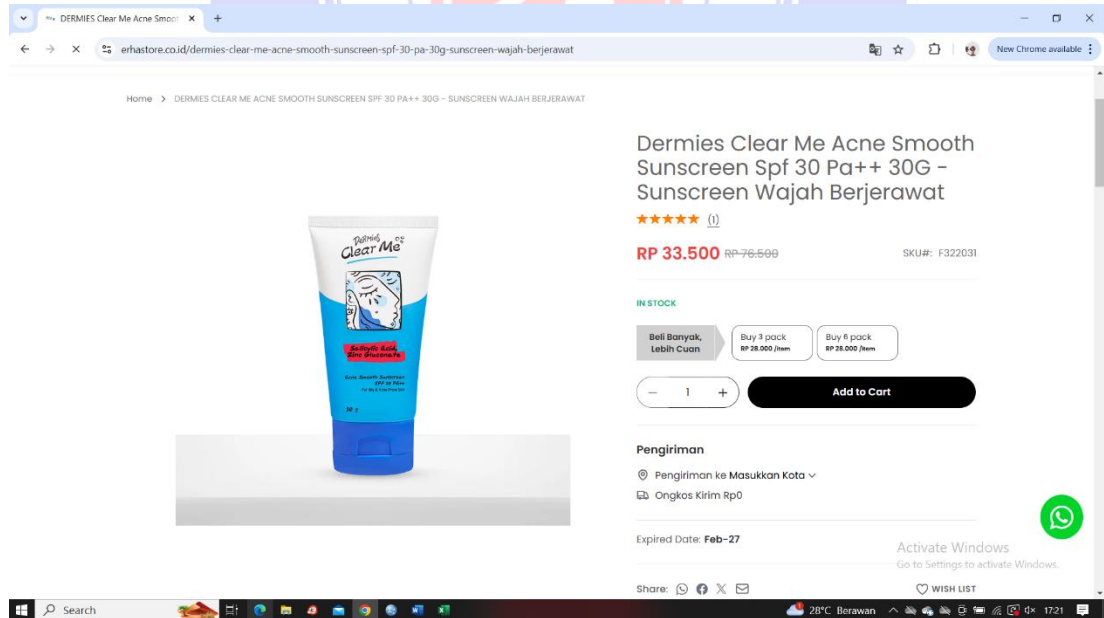


Lampiran 2 : Dokumentasi dan Tampilan Website

Halaman Utama Website ERHASTORE



Tampilan Produk ERHASTORE



Lampiran 3 : Kuesioner Penelitian

Data Diri Responden

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Usia : 17-20 Thn 21-25 Thn 26-30 Thn

Frekuensi Belanja :

Jenis Produk :

Masalah maupun kendala apa saja yang sering atau pernah Anda alami selama menggunakan website ERHASTORE ?

.....

Keterangan :

1 = Sangat Tidak Setuju [STS] 3 = Netral [N] 5 = Sangat Setuju [SS]
 2 = Tidak Setuju [TS] 4 = Setuju [S]

Usability					
Butir Pertanyaan	Pilihan				
	STS	TS	N	S	SS
saya merasa Website ERHASTORE mudah digunakan dan dioperasikan					
Saya merasa website ERHASTORE memiliki interaksi yang jelas dan mudah dipahami					
Saya merasa mudah untuk menjalankan menu-menu pada website ERHASTORE					
Saya merasa mudah menggunakan website ERHASTORE					
Saya merasa website ERHASTORE memiliki tampilan yang menarik					
Saya merasa website ERHASTORE memiliki tampilan yang sesuai dengan website e-commerce lainnya					
Saya merasa website ERHASTORE ERHASTORE menyediakan informasi yang dibutuhkan para konsumen					
Saya merasa Website ERHASTORE ERHASTORE memberikan pengalaman positif bagi saya					

Information Quality					
Butir Pertanyaan	Pilihan				
	STS	TS	N	S	SS
Website ERHASTORE menyediakan informasi yang akurat					
Website ERHASTORE memberikan informasi yang dapat dipercaya					
Website ERHASTORE menyediakan informasi yang diperbaharui setiap waktu / up to date					
Website ERHASTORE menyediakan informasi yang relevan terhadap kebutuhan saya					
Website ERHASTORE menyediakan informasi yang mudah dipahami					
Website ERHASTORE menyediakan informasi yang detail					
Website ERHASTORE menyajikan informasi dengan format yang sesuai dengan website e-commerce lainnya					

Interaction Quality					
Butir Pertanyaan	Pilihan				
	STS	TS	N	S	SS
Website ERHASTORE memiliki reputasi yang baik					
saya merasa aman saat melakukan aktivitas di website ERHASTORE					
Saya merasa aman saat menyampaikan informasi pribadi pada website ERHASTORE					
website ERHASTORE memberikan kesan menarik minat dan perhatian saya					
Website ERHASTORE memberikan kemudahan pada setiap konsumen untuk saling berkomunikasi dengan dokter utama					
Saya merasa website ERHASTORE memberikan kemudahan dalam melakukan komunikasi antara pihak terkait (customer service / pengelola website) dengan Pegawai ERHASTORE					

User Satisfaction					
Butir Pertanyaan	Pilihan				
	STS	TS	N	S	SS
Website ERHASTORE secara keseluruhan Baik					
Saya merasa puas terhadap kualitas website ERHASTORE secara keseluruhan					



Lampiran 4 : Tabulasi Data Hasil Penelitian

Responden	Usability								Total X1
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
2	4	4	5	5	4	3	4	2	31
3	4	4	4	4	5	5	4	4	34
4	4	4	5	5	3	5	5	3	34
5	4	5	5	5	3	4	5	2	33
6	5	5	4	5	3	5	5	2	34
7	5	5	5	4	4	4	5	2	34
8	5	4	4	4	4	5	4	4	34
9	4	4	4	4	3	4	4	3	30
10	5	5	5	5	4	5	5	4	38
11	4	5	5	5	2	3	4	2	30
12	5	5	5	5	2	4	3	3	32
13	5	4	4	4	2	4	4	3	30
14	5	4	4	4	2	4	4	3	30
15	4	5	5	5	2	3	4	3	31
16	5	5	5	5	4	5	5	4	38
17	5	5	5	5	5	5	5	3	38
18	4	4	5	5	4	5	3	2	32
19	4	4	4	5	2	3	4	2	28
20	5	5	5	5	4	5	5	4	38
21	4	5	5	5	4	4	5	3	35
22	5	5	5	5	4	5	5	4	38

23	5	4	5	4	4	4	5	3	34
24	4	4	4	5	3	5	5	4	34
25	5	4	4	4	5	5	5	4	36
26	5	5	5	5	4	4	5	4	37
27	5	4	5	4	4	4	5	3	34
28	4	4	4	5	4	5	5	3	34
29	4	5	5	5	4	5	5	4	37
30	5	5	5	5	4	4	5	4	37
31	5	5	5	4	3	3	5	4	34
32	5	5	5	4	4	4	5	2	34
33	5	4	5	5	4	5	5	4	37
34	5	5	5	5	4	5	4	3	36
35	4	4	4	4	4	5	4	4	33
36	4	4	4	4	4	5	4	4	33
37	4	4	4	5	2	4	4	4	31
38	4	4	4	4	5	5	4	4	34
39	4	4	4	4	4	5	5	4	34
40	4	4	4	4	4	5	4	3	32
41	5	4	4	4	4	5	4	4	34
42	4	5	4	4	4	5	4	4	34
43	5	5	5	5	5	4	4	3	36
44	5	4	4	5	4	4	5	4	35
45	4	4	4	4	5	5	4	4	34
46	5	4	4	5	5	4	4	5	36
47	5	5	4	5	4	5	5	5	38

48	4	4	4	4	5	4	4	4	33
49	5	5	4	5	4	5	5	5	38
50	5	5	5	5	4	4	4	3	35
51	5	5	5	5	4	5	5	4	38
52	5	5	5	5	4	5	5	3	37
53	4	4	4	4	3	4	4	3	30
54	5	5	5	5	4	5	5	4	38
55	5	5	5	5	3	5	5	4	37
56	4	4	4	4	3	4	4	3	30
57	5	5	5	5	4	5	5	4	38
58	5	5	5	5	4	5	5	4	38
59	4	4	4	4	3	4	4	3	30
60	5	5	5	5	4	5	5	4	38
61	5	5	5	5	4	5	5	4	38
62	5	5	5	5	4	5	5	3	37
63	4	4	4	4	3	4	4	3	30
64	5	5	5	3	5	5	5	4	37
65	5	5	5	5	4	5	5	4	38
66	4	4	4	4	3	4	4	3	30
67	5	5	5	5	4	5	5	4	38
68	5	5	5	5	4	5	5	4	38
69	4	4	4	4	3	4	4	3	30
70	5	5	5	5	4	5	5	4	38
71	5	5	5	5	4	5	5	4	38
72	4	4	4	4	3	4	4	3	30

73	4	4	4	4	4	5	4	3	32
74	5	5	5	5	4	5	5	4	38
75	5	5	5	5	3	5	5	4	37
76	4	4	4	4	3	4	4	3	30
77	5	5	5	5	4	5	5	4	38
78	5	5	5	5	5	4	4	3	36
79	5	5	5	5	4	5	5	4	38
80	4	4	4	4	3	4	4	3	30
81	5	5	5	5	4	5	5	4	38
82	5	5	5	5	4	5	5	4	38
83	5	5	5	5	4	5	5	4	38
84	4	4	4	4	3	4	4	3	30
85	5	5	5	5	3	5	5	4	37
86	4	4	4	4	3	4	4	3	30
87	5	5	5	5	4	5	5	4	38
88	5	5	5	5	4	5	5	4	38
89	4	4	4	4	3	4	4	3	30
90	5	5	5	5	4	5	5	4	38
91	5	5	5	5	4	5	5	4	38
92	5	5	5	5	4	5	5	4	38
93	4	4	4	4	3	4	4	3	30
94	5	5	5	5	4	5	5	4	38
95	5	5	5	5	3	5	5	4	37

Responden	Information Quality	Total X2
-----------	---------------------	----------

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	
1	5	5	5	5	5	5	5	35
2	3	4	5	4	5	2	3	26
3	4	4	4	5	4	4	4	29
4	5	5	5	4	5	4	4	32
5	4	4	2	3	4	4	4	25
6	5	5	5	4	4	2	4	29
7	5	5	5	4	5	2	5	31
8	4	4	4	4	4	2	4	26
9	4	4	4	4	4	3	4	27
10	5	5	5	5	5	4	5	34
11	4	5	5	5	5	1	3	28
12	3	5	5	4	4	4	4	29
13	5	3	4	5	4	3	5	29
14	5	4	4	3	3	4	5	28
15	4	5	5	5	5	4	5	33
16	5	5	5	5	5	4	5	34
17	4	4	4	3	4	2	5	26
18	5	5	5	4	4	2	3	28
19	4	5	5	3	4	2	3	26
20	5	5	5	5	5	4	5	34
21	4	4	5	4	4	2	3	26
22	5	5	5	5	5	4	5	34
23	5	5	5	5	5	3	5	33
24	5	5	5	5	5	2	3	30

25	4	5	5	4	4	4	5	31
26	5	4	4	4	5	4	4	30
27	5	4	5	5	5	2	4	30
28	4	5	5	5	5	2	5	31
29	4	5	4	4	5	4	5	31
30	4	4	5	4	5	3	5	30
31	5	5	5	4	5	3	5	32
32	4	4	5	4	4	2	5	28
33	4	5	5	4	4	3	5	30
34	4	4	5	4	5	3	5	30
35	4	4	5	5	4	2	4	28
36	5	4	4	4	5	2	4	28
37	5	4	5	5	4	3	4	30
38	4	4	4	5	4	4	4	29
39	5	5	5	4	4	3	4	30
40	5	4	4	5	4	2	4	28
41	4	4	4	4	4	2	4	26
42	4	4	4	5	4	2	4	27
43	5	5	5	4	4	2	3	28
44	4	4	4	5	5	4	5	31
45	4	5	5	5	5	2	5	31
46	5	4	4	4	5	4	4	30
47	4	5	4	5	4	5	4	31
48	5	4	5	4	4	4	4	30
49	4	5	4	5	4	5	5	32

50	5	5	4	4	4	4	5	31
51	5	5	5	5	5	4	5	34
52	5	5	5	5	5	4	5	34
53	4	4	4	4	4	3	4	27
54	5	5	5	5	5	4	5	34
55	5	5	5	5	5	4	5	34
56	4	4	4	4	4	3	4	27
57	5	5	5	5	5	4	5	34
58	5	5	5	5	5	4	5	34
59	4	4	4	4	4	2	4	26
60	5	5	5	5	5	4	5	34
61	5	5	5	5	5	4	5	34
62	5	5	5	5	5	4	5	34
63	4	4	4	4	4	3	4	27
64	5	5	5	5	5	4	5	34
65	5	5	5	5	5	4	5	34
66	4	4	4	4	4	3	4	27
67	5	5	5	5	5	4	5	34
68	5	5	5	5	5	4	5	34
69	4	4	4	4	4	3	4	27
70	5	5	5	5	5	4	5	34
71	5	5	5	5	5	4	5	34
72	4	4	4	4	4	3	4	27
73	5	4	4	5	4	2	4	28
74	5	5	5	5	5	4	5	34

75	5	5	5	5	5	4	5	34
76	4	4	4	4	4	3	4	27
77	5	5	5	5	5	4	5	34
78	5	5	5	4	4	2	3	28
79	5	5	5	5	5	4	5	34
80	4	4	4	4	4	3	4	27
81	5	5	5	5	5	4	5	34
82	5	5	5	5	5	4	5	34
83	5	5	5	5	5	4	5	34
84	4	4	4	4	4	3	4	27
85	5	5	5	5	5	4	5	34
86	4	4	4	4	4	3	4	27
87	5	5	5	5	5	4	5	34
88	5	5	5	5	5	4	5	34
89	4	4	4	4	4	3	4	27
90	5	5	5	5	5	4	5	34
91	5	5	5	5	5	4	5	34
92	5	5	5	5	5	4	5	34
93	4	4	4	4	4	3	4	27
94	5	5	5	5	5	4	5	34
95	5	5	5	5	5	4	5	34

Responden	Service Interaction Quality						Total X3
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	5	5	5	5	5	30

2	2	4	3	2	2	4	17
3	5	5	2	2	1	4	19
4	3	4	4	2	2	4	19
5	3	4	4	2	1	4	18
6	4	5	4	2	4	5	24
7	4	5	4	1	4	4	22
8	5	5	5	3	3	5	26
9	4	4	4	3	2	4	21
10	5	5	5	4	2	5	26
11	4	4	5	2	3	3	21
12	4	3	3	1	2	4	17
13	3	4	3	3	2	3	18
14	3	4	4	3	3	2	19
15	2	4	3	3	3	4	19
16	5	5	5	4	2	5	26
17	4	5	2	3	3	4	21
18	3	4	5	3	2	2	19
19	4	4	5	2	1	3	19
20	5	5	3	2	2	5	22
21	4	4	3	2	2	5	20
22	5	5	4	4	2	5	25
23	4	4	4	3	2	4	21
24	4	4	4	4	2	4	22
25	4	4	3	3	2	5	21
26	4	4	4	2	2	4	20

27	4	4	5	5	2	5	25
28	4	5	5	3	2	5	24
29	4	4	4	2	2	4	20
30	4	4	3	2	2	4	19
31	4	4	3	4	2	5	22
32	4	4	4	4	2	4	22
33	4	4	4	4	2	5	23
34	4	4	4	2	2	5	21
35	5	5	5	3	2	4	24
36	5	5	3	2	1	5	21
37	5	5	4	2	2	5	23
38	5	5	2	2	1	4	19
39	5	5	4	3	2	4	23
40	5	5	4	2	2	4	22
41	5	5	5	3	3	5	26
42	4	5	4	2	2	5	22
43	4	4	3	3	2	4	20
44	3	4	4	2	1	4	18
45	5	5	3	3	2	4	22
46	5	4	4	4	3	5	25
47	5	5	5	1	2	4	22
48	5	4	4	4	2	4	23
49	4	5	5	3	1	5	23
50	4	4	3	2	1	5	19
51	5	5	5	4	2	5	26

52	5	5	5	3	2	5	25
53	4	4	4	3	1	4	20
54	5	5	5	4	2	5	26
55	5	5	5	4	3	5	27
56	4	4	4	3	2	4	21
57	5	5	5	4	2	5	26
58	5	5	3	3	2	5	23
59	4	4	4	2	1	4	19
60	5	5	3	3	2	5	23
61	5	5	3	3	2	5	23
62	5	5	4	3	2	5	24
63	4	4	3	3	1	4	19
64	5	5	5	4	3	5	27
65	5	5	5	4	2	5	26
66	4	4	4	3	2	4	21
67	5	5	5	3	2	5	25
68	5	5	3	2	2	5	22
69	4	4	3	3	1	4	19
70	5	5	4	3	1	4	22
71	5	5	4	4	2	5	25
72	4	4	3	3	1	4	19
73	5	5	4	2	2	4	22
74	5	5	4	4	2	5	25
75	5	5	4	3	3	5	25
76	4	4	4	3	2	4	21

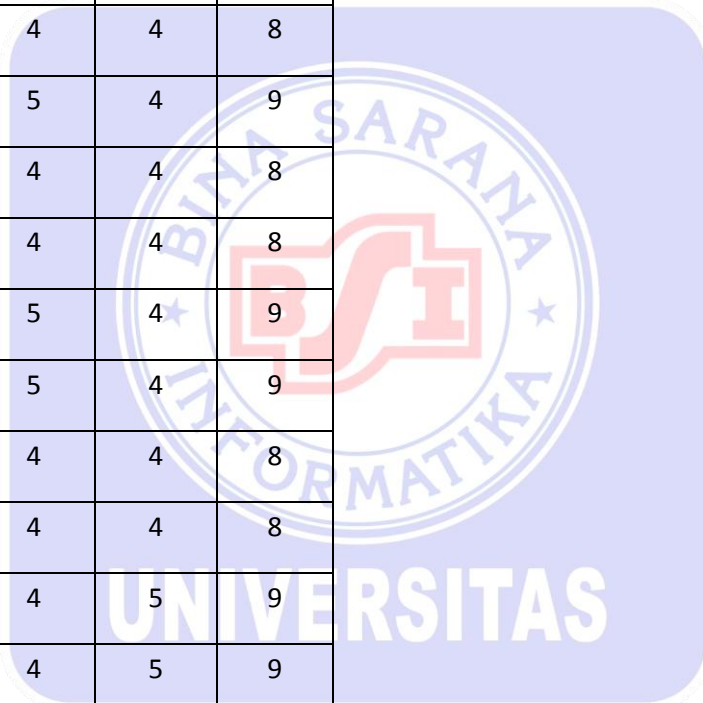
77	5	5	4	3	2	5	24
78	4	4	3	3	2	4	20
79	5	5	5	4	2	5	26
80	4	4	4	3	1	4	20
81	5	5	4	3	2	5	24
82	5	5	4	4	2	5	25
83	5	5	5	4	2	5	26
84	4	4	3	3	1	4	19
85	5	5	5	4	3	5	27
86	4	4	4	3	2	4	21
87	5	5	4	4	2	5	25
88	5	5	3	3	2	5	23
89	4	4	4	3	1	4	20
90	5	5	4	4	2	5	25
91	5	5	4	4	2	5	25
92	5	5	3	3	2	5	23
93	4	4	3	3	1	4	19
94	5	5	5	4	2	5	26
95	5	5	4	3	3	5	25

Responden	User Satisfaction		Total Y
	P1	P2	
1	5	5	10
2	4	4	8
3	5	4	9

4	4	3	7
5	4	4	8
6	5	4	9
7	4	5	9
8	5	4	9
9	4	4	8
10	5	5	10
11	3	4	7
12	4	4	8
13	3	4	7
14	4	4	8
15	3	4	7
16	5	5	10
17	4	4	8
18	3	4	7
19	4	4	8
20	5	5	10
21	4	4	8
22	5	5	10
23	4	4	8
24	4	5	9
25	5	5	10
26	4	4	8
27	5	5	10
28	4	5	9



29	4	4	8
30	4	4	8
31	4	4	8
32	5	4	9
33	4	4	8
34	4	5	9
35	4	5	9
36	5	5	10
37	4	4	8
38	5	4	9
39	4	4	8
40	4	4	8
41	5	4	9
42	5	4	9
43	4	4	8
44	4	4	8
45	4	5	9
46	4	5	9
47	5	5	10
48	4	4	8
49	5	4	9
50	4	4	8
51	5	5	10
52	5	5	10
53	4	4	8



54	5	5	10
55	4	4	8
56	4	4	8
57	5	5	10
58	5	4	9
59	4	4	8
60	5	4	9
61	5	4	9
62	5	4	9
63	4	4	8
64	5	5	10
65	5	5	10
66	4	4	8
67	5	5	10
68	5	5	10
69	4	4	8
70	4	4	8
71	5	5	10
72	4	4	8
73	4	4	8
74	4	4	8
75	5	5	10
76	4	4	8
77	5	5	10
78	4	4	8



79	5	5	10
80	4	4	8
81	5	5	10
82	5	5	10
83	5	5	10
84	4	4	8
85	5	5	10
86	4	4	8
87	5	5	10
88	5	4	9
89	4	4	8
90	5	4	9
91	5	4	9
92	4	4	8
93	4	4	8
94	5	4	9
95	5	4	9

