

PENGUNAAN METODE WEBQUAL 4.0 UNTUK PENILAIAN KUALITAS SITUS WEBELI.COM DALAM UPAYA PENGEMBANGAN SITUS

THE USE OF THE WEBQUAL 4.0 METHOD FOR ASSESSING THE QUALITY OF WEBELI.COM IN AN EFFORT FOR THE WEBSITE DEVELOPMENT

Ratih Widayanti Kosaman¹, Ibnu Hadi Sumitro², Rini Sulistyowati³

Sistem Informasi, STMIK Indonesia Jakarta

ratih.kosaman@stmik-indonesia.ac.id¹, ibnu.sumitro@stmik-indonesia.ac.id²,
srinies@stmik-indonesia.ac.id³

ABSTRAK

Berbisnis melalui daring dewasa ini sangatlah kompetitif. Situs *e-commerce* pun bermunculan menawarkan berbagai macam barang atau jasa. Kualitas situs dan layanan yang baik berdampak signifikan pada jumlah pengguna di situs webeli.com. Sayangnya, jumlah pengguna situs ini semakin menurun. Permasalahan tersebut mendorong webeli.com untuk segera melakukan pengembangan dan peningkatan kualitas situs sehingga dapat bersaing dengan situs *e-commerce* lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk menilai kualitas situs webeli.com dengan menggunakan WebQual 4.0 disertai rekomendasi-rekomendasi yang dapat digunakan sebagai alat bantu pengambilan keputusan untuk pengembangan dan peningkatan kualitas situs. Dengan menggunakan WebQual 4.0, penelitian menghasilkan delapan poin rekomendasi perbaikan. Perbaikan ini meliputi satu poin rekomendasi perbaikan yang berhubungan dengan *usability*, tiga poin rekomendasi perbaikan yang berhubungan dengan *information quality*, dan empat poin rekomendasi perbaikan yang berhubungan dengan *service interaction quality*.

Kata kunci: WebQual, WebQual 4.0, Penilaian Kualitas Situs, Pengembangan Situs

ABSTRACT

Nowadays, online business is very competitive. Many e-commerce sites offering good quality sites and services that have significant impact on the number of Webeli's users. This issue encourage Webeli.com to immediately expand and improve the quality of sites so it can compete with others e-commerce sites. The purpose of this study is to assess the quality of Webeli.com using WebQual 4.0. This research produces 8 points of recommendations to improve the quality of sites. 1 point of recommendation related to usability quality, 3 points of recommendations related to information quality, and 4 points of recommendations related to services interaction quality.

Keywords: WebQual, WebQual 4.0, Quality Assessment Sites, Sites Development

PENDAHULUAN

Jumlah pengguna internet di Indonesia diperkirakan akan semakin meningkat (Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia, 2016). Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), jumlah pengguna internet di Indonesia pada 2016 sebesar 132,7 juta jiwa, pada 2017 meningkat menjadi 143,26 juta jiwa, dan kemungkinan akan meningkat pada tahun selanjutnya (APJII, 2017). Peningkatan jumlah pengguna internet merupakan kesempatan emas bagi pebisnis daring untuk dapat meningkatkan pelayanan kepada pelanggan; salah satunya dengan cara meningkatkan kualitas situs agar sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Webeli.com adalah pelaku industri yang bergerak dalam bidang jual beli produk secara daring. Bagi *startup e-commerce* seperti Webeli, berbisnis daring dewasa ini sangatlah kompetitif. Banyak situs *e-commerce* yang muncul dan memiliki kualitas situs dan layanan yang baik, menawarkan produk dengan harga bersaing, dan promosi-promosi menarik. Situs-situs ini berdampak signifikan pada jumlah pengguna di situs Webeli.com yang semakin lama semakin menurun. Permasalahan tersebut mendorong Webeli untuk segera melakukan pengembangan dan peningkatan kualitas situs sehingga dapat bersaing dengan situs *e-commerce* lainnya. Agar kegiatan pengembangan dan peningkatan kualitas situs lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, diperlukan metode khusus untuk menilai kualitas situs sehingga dapat diketahui fitur mana saja yang perlu dikembangkan dan ditingkatkan kualitasnya.

Terdapat tiga skala utama yang dapat digunakan untuk mengukur situs di antaranya adalah e-SERVQUAL, WEBQUAL, dan e-TailQ (Hapenciuc & Condratov, 2007). Pendekatan yang dapat

digunakan Webeli untuk mengevaluasi kualitas situs adalah WebQual. Dengan menggunakan WebQual, sebuah situs dinilai karena memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Hapenciuc & Condratov, 2007). Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menilai kualitas situs Webeli.com dengan menggunakan WebQual 4.0 disertai rekomendasi-rekomendasi yang dapat digunakan sebagai alat bantu pengambilan keputusan untuk pengembangan dan peningkatan kualitas situs.

Penelitian terkait juga telah menggunakan WebQual 4.0 dalam penilaian kualitas situs. Hasanov dan Khalid (2015) dalam penelitiannya menggunakan WebQual untuk menilai kualitas situs kemudian menguji pengaruh kualitas situs pada niat konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas situs memiliki dampak langsung pada niat pelanggan dalam melakukan pembelian (Hasanov & Khalid, 2015). Kusumawijaya dan Karyati (2016) dalam penelitiannya menggunakan WebQual 4.0 untuk mengukur kualitas situs *e-commerce fashion* dengan hasil menunjukkan bahwa WebQual 4.0 dapat digunakan untuk menilai kualitas situs *e-commerce* dan hasil penilaian dapat digunakan untuk pengembangan situs.

Metode Webqual

WebQual merupakan metode yang digunakan untuk menilai kualitas dari suatu situs. WebQual sudah mengalami perkembangan dari tahun ke tahun dan versi terakhir WebQual adalah WebQual 4.0. WebQual 4.0 menganalisis kualitas situs dari tiga dimensi yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* (Barnes & Vidgen, 2002). Masing-masing dimensi akan dirinci menjadi 22 pertanyaan. Untuk menilai kualitas dimensi *usability* digunakan 8 pertanyaan, menilai kualitas

dimensi *information quality* digunakan 7 pertanyaan, dan menilai kualitas dimensi *service interaction quality* digunakan 7

pertanyaan. Pertanyaan-pertanyaan tersebut dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Daftar Pertanyaan WebQual 4.0

Dimensi	Pertanyaan
Usability	1. <i>I find the site easy to learn to operate</i> 2. <i>My interaction with the site is clear and understandable</i> 3. <i>I find the site easy to navigate</i> 4. <i>I find the site easy to use</i> 5. <i>The site has an attractive appearance</i> 6. <i>The design is appropriate to the type of site</i> 7. <i>The site conveys a sense of competency</i> 8. <i>The site creates a positive experience for me</i>
Information Quality	9. <i>Provides accurate information</i> 10. <i>Provides believable information</i> 11. <i>Provides timely information</i> 12. <i>Provides relevant information</i> 13. <i>Provides easy to understand information</i> 14. <i>Provides information at the right level of detail</i> 15. <i>Presents the information in an appropriate format</i>
Service Interaction Quality	16. <i>Has a good reputation</i> 17. <i>It feels safe to complete transactions</i> 18. <i>My personal information feels secure</i> 19. <i>Creates a sense of personalization</i> 20. <i>Conveys a sense of community</i> 21. <i>Makes it easy to communicate with the organization</i> 22. <i>I feel confident that goods/services will be delivered as promised</i>

METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai kualitas situs Webeli.com merupakan penelitian terapan. Hasil penelitian dapat digunakan pihak Webeli.com sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan untuk mengembangkan fitur situs yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Populasinya adalah pengguna Webeli.com. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel penelitian adalah *simple random sampling*, tiap unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel penelitian. Penentuan jumlah sampel dihitung dengan menggunakan rumus Slovin.

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

dengan n adalah unit sampel, N adalah populasi, dan e adalah nilai *error*. Apabila menggunakan populasi pengguna Webeli.com yang berjumlah 822 orang (N) dengan menggunakan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 5% (e), diperoleh jumlah sampel minimal (n) adalah 269.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah rancangan

pertanyaan sesuai dengan kerangka pertanyaan milik WebQual 4.0 ditambah dengan tiga pertanyaan tambahan terkait *overall impression*. Responden akan menilai kualitas situs Webeli.com berdasarkan

persepsi dan harapannya masing-masing. Skala yang digunakan dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner adalah skala Likert dengan rentang nilai tersaji pada tabel 2.

Tabel 2. Skala Likert

Pilihan Jawaban	Nilai
Sangat setuju	5
Setuju	4
Cukup setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Instrumen yang digunakan dalam pengumpulan data adalah rancangan pertanyaan sesuai dengan kerangka pertanyaan milik WebQual 4.0 ditambah dengan tiga pertanyaan tambahan terkait *overall impression*. Responden akan menilai kualitas situs Webeli.com berdasarkan persepsi dan harapannya masing-masing. Skala yang digunakan dalam menjawab pertanyaan pada kuesioner adalah skala likert dengan rentang nilai pada tabel 2.

Pada gambar 1 dapat dilihat bahwa penelitian dilakukan secara bertahap. Tahap pertama adalah dengan mengidentifikasi masalah yaitu adanya penurunan daya beli pelanggan pada situs Webeli.com. Tahap kedua adalah memberikan solusi permasalahan yaitu melakukan pengembangan dan peningkatan kualitas situs. Tahap ketiga adalah menggunakan metode WebQual 4.0 untuk dapat melakukan penilaian situs. Tahap keempat adalah melakukan pengolahan data kuesioner dengan terlebih dahulu menguji validitas dan reliabilitas jawaban kuesioner. Apabila

valid dan reliabel, akan dilakukan analisis deskriptif. Tahap terakhir adalah memberikan rekomendasi kepada pihak Webeli.com untuk melakukan pengembangan dan peningkatan kualitas situs. Kegiatan penelitian yang dilakukan harus mengikuti kerangka pemikiran yang divisualisasikan pada gambar 1.

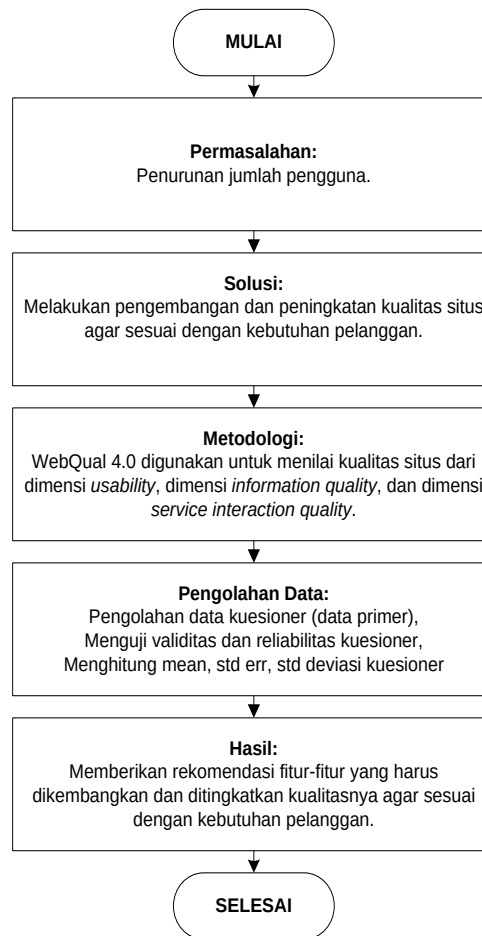
HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Pengumpulan Data

Data primer dikumpulkan dari kuesioner yang disebar secara daring melalui *email blast* kepada 256 responden. Pengisian kuesioner dilakukan mulai 22 Mei 2018 sampai dengan 1 Juni 2018. Dari 256 responden, hanya 35 responden yang mengisi kuesioner.

Gambaran Umum Responden

Apabila dilihat dari status pekerjaan, 62.9% responden belum bekerja dan 37.1% sudah bekerja. Apabila dilihat dari rentang usia, 80% usia responden berada pada rentang usia 17-25 tahun, 17.1% berada pada rentang usia 26-35 tahun, dan 2.9% berada pada rentang 36-45 tahun.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Pengodean Pertanyaan Kuesioner

Pada pengolahan data, setiap dimensi dan rincian dimensi pertanyaan akan diberi

kode untuk mempermudah pengolahan data.

Pengodean pertanyaan tersaji pada tabel 3.

Tabel 3. Kode Pertanyaan

Kategori	Pertanyaan	Kode
Usability (US)	1. I find the site easy to learn to operate	1. US1
	2. My interaction with the site is clear and understandable	2. US2
	3. I find the site easy to navigate	3. US3
	4. I find the site easy to use	4. US4
	5. The site has an attractive appearance	5. US5
	6. The design is appropriate to the type of site	6. US6
	7. The site conveys a sense of competency	7. US7
	8. The site creates a positive experience for me	8. US8
Information	9. Provides accurate information	9. IQ1
	10. Provides believable information	10. IQ2

Quality (IQ)	11. Provides timely information	11. IQ3
	12. Provides relevant information	12. IQ4
	13. Provides easy to understand information	13. IQ5
	14. Provides information at the right level of detail	14. IQ6
	15. Presents the information in an appropriate format	15. IQ7
Service Interaction Quality (SIQ)	16. Has a good reputation	16. SIQ1
	17. It feels safe to complete transactions	17. SIQ2
	18. My personal information feels secure	18. SIQ3
	19. Creates a sense of personalization	19. SIQ4
	20. Conveys a sense of community	20. SIQ5
	21. Makes it easy to communicate with the organization	21. SIQ6
	22. I feel confident that goods/services will be delivered as promised	22. SIQ7

Rekapitulasi Penilaian Situs Berdasarkan Persepsi Pengguna

Bagian ini akan menjelaskan data primer rekapitulasi penilaian situs berdasarkan persepsi pengguna pada

dimensi *usability* yang tersaji pada tabel 4, dimensi *information quality* yang tersaji pada tabel 5, dan dimensi *service interaction quality* yang tersaji pada tabel 6.

Tabel 4. Rekapitulasi Penilaian Situs Berdasarkan Persepsi Pengguna pada Dimensi Usability (US)

Res	US1	US2	US3	US4	US5	US6	US7	US8
1	5	4	4	4	4	5	5	4
2	4	4	4	4	3	3	4	4
3	4	4	4	3	2	3	1	3
4	2	2	2	2	2	3	3	3
5	4	4	4	3	3	3	3	3
6	2	2	3	3	2	2	3	3
7	2	2	2	2	1	3	2	2
8	3	2	2	3	3	4	2	3
9	4	2	3	5	3	5	3	5
10	3	3	3	3	2	3	3	3
11	4	5	5	5	4	5	4	4
12	4	3	5	4	5	4	5	5
13	2	2	2	3	3	3	3	3
14	2	2	4	3	1	1	1	2
15	3	4	2	4	2	3	4	4
16	2	3	2	2	3	2	3	3
17	3	3	4	3	5	4	3	3
18	5	5	5	5	5	5	5	5
19	2	2	3	2	3	3	3	3
20	3	4	4	3	4	3	4	4
21	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	2	2	3	2	2	3	3
24	3	2	1	3	3	3	2	2
25	5	5	4	4	3	5	5	5
26	1	1	1	1	1	1	1	1
27	5	5	5	1	5	5	5	5
28	3	2	3	4	3	2	4	2
29	3	3	3	3	3	3	3	3
30	5	5	5	5	5	5	5	5
31	2	1	2	2	2	2	1	2
32	1	2	1	1	2	2	2	2
33	3	3	2	3	1	2	2	1
34	3	3	3	3	3	3	3	3
35	5	5	4	5	5	4	4	3

**Tabel 5. Rekapitulasi Penilaian Situs Berdasarkan Persepsi Pengguna pada Dimensi
*Information Quality (IQ)***

Res	IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	IQ5	IQ6	IQ7
1	3	4	5	4	3	4	5
2	4	4	3	4	4	4	4
3	1	3	1	2	3	2	2
4	3	3	2	3	3	2	2
5	3	3	3	3	3	4	3
6	3	2	2	3	2	3	3
7	2	2	2	2	2	1	2
8	4	3	3	4	3	2	3
9	3	3	3	3	5	3	3
10	3	3	3	3	3	3	3
11	5	4	5	4	5	4	5
12	5	4	4	3	5	4	3
13	4	4	4	3	4	3	3
14	3	3	2	3	2	3	2
15	3	3	3	2	5	2	4
16	2	2	2	2	2	2	2
17	3	4	2	2	3	3	3
18	5	5	4	4	5	4	5
19	2	2	3	3	3	3	3
20	4	4	3	2	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3
23	1	1	2	3	2	1	5
24	1	3	2	2	1	2	2
25	5	5	5	5	3	4	5
26	1	1	1	1	1	1	1
27	5	5	5	5	5	5	5
28	3	3	2	3	3	2	3
29	4	4	4	4	4	4	4
30	5	5	5	5	5	5	5
31	2	2	2	2	2	2	2
32	1	1	1	1	1	1	1
33	3	3	2	1	2	2	3
34	3	3	3	2	3	3	3
35	4	5	5	4	3	3	4

**Tabel 6. Rekapitulasi Penilaian Situs Berdasarkan Persepsi Pengguna pada Dimensi
*Service Interaction Quality (SIQ)***

Res	SIQ1	SIQ2	SIQ3	SIQ4	SIQ5	SIQ6	SIQ7
1	3	3	3	2	2	3	3
2	4	4	4	3	3	3	4
3	1	1	2	1	1	1	3
4	3	2	3	2	2	2	3
5	3	4	3	3	3	3	3
6	3	3	2	2	2	2	3
7	2	2	2	2	2	2	2
8	2	3	3	2	2	3	3
9	3	3	3	3	4	5	3
10	3	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	4	4	5
12	4	4	3	4	3	4	3
13	3	4	4	3	4	3	4
14	3	3	3	3	3	4	3
15	3	4	4	3	3	2	3
16	2	2	2	2	2	3	3
17	3	3	3	3	2	2	3
18	4	4	4	4	4	4	5
19	3	2	3	3	3	3	3
20	4	4	4	3	4	3	3
21	3	3	3	3	2	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3
23	5	5	5	3	2	5	5
24	1	1	1	1	2	2	1
25	5	5	5	5	5	5	5
26	1	1	1	1	2	2	1
27	3	5	5	3	3	5	4
28	3	4	3	4	2	2	3
29	3	3	4	3	3	4	4
30	5	5	5	5	5	5	5

31	2	2	2	2	2	2	2
32	2	2	2	1	1	1	2
33	2	2	3	2	1	1	2
34	3	3	3	3	3	3	3
35	3	4	3	3	3	3	5

Rekapitulasi Penilaian Situs Berdasarkan Harapan Pengguna

Bagian ini akan menjelaskan data primer rekapitulasi penilaian situs berdasarkan harapan pengguna pada

dimensi *usability* yang tersaji pada tabel 7, dimensi *information quality* yang tersaji pada tabel 8, dan dimensi *service interaction quality* yang tersaji pada tabel 9.

Tabel 7. Rekapitulasi Penilaian Situs Berdasarkan Harapan Pengguna pada Dimensi Usability (US)

Res	US1	US2	US3	US4	US5	US6	US7	US8
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	5	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	4
4	2	3	3	3	2	2	3	2
5	4	4	4	3	3	3	3	3
6	2	2	3	3	2	2	3	3
7	2	2	2	2	1	3	2	2
8	3	4	2	3	5	4	4	3
9	4	3	3	5	3	5	3	5
10	2	3	3	3	2	3	3	3
11	4	4	5	5	4	5	4	4
12	2	3	4	3	3	3	5	4
13	2	2	2	3	3	3	3	3
14	4	4	5	4	4	4	4	4
15	5	5	5	4	5	5	4	5
16	2	2	2	2	2	2	2	3
17	4	3	3	3	4	4	3	4
18	5	5	5	5	5	5	5	5
19	3	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	3	3	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	3	2	2	2	3	3
24	2	3	2	3	2	3	3	2
25	5	5	4	2	1	5	4	4
26	1	2	1	1	1	1	1	1
27	3	3	3	3	3	3	3	3
28	2	3	3	4	3	3	4	3
29	3	3	3	3	3	3	3	3
30	5	5	5	5	5	5	5	5
31	2	1	2	2	2	2	2	2
32	1	2	1	1	2	1	2	2
33	2	3	3	3	3	3	3	1
34	2	3	3	3	3	3	3	3
35	5	5	4	5	5	3	5	4

Tabel 8. Rekapitulasi Penilaian Situs Berdasarkan Harapan Pengguna pada Dimensi Information Quality (IQ)

Res	IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	IQ5	IQ6	IQ7
1	5	4	5	5	5	5	5
2	5	4	4	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	4	3
6	3	2	2	3	2	3	3
7	2	2	2	2	2	1	2
8	4	3	3	4	3	2	3
9	3	3	3	3	5	3	3
10	2	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	4	4	4
12	4	3	4	3	4	4	3
13	5	5	5	4	4	3	3
14	5	5	5	4	4	3	4

15	5	5	5	4	1	5	5
16	2	2	2	1	2	2	2
17	5	4	5	5	4	4	5
18	5	5	4	4	5	4	5
19	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	2	4	4
21	3	3	3	2	3	3	3
22	3	3	3	3	3	3	3
23	2	1	2	3	3	3	1
24	2	3	2	1	2	1	2
25	4	5	5	4	1	2	5
26	2	1	1	1	1	1	1
27	3	3	3	3	3	4	3
28	3	2	2	2	3	3	3
29	4	4	4	4	4	4	4
30	5	5	5	5	5	5	5
31	2	2	2	3	3	3	2
32	1	2	3	2	1	1	2
33	3	3	3	2	2	2	3
34	3	3	3	3	3	3	3
35	5	5	5	5	3	5	5

Tabel 9. Rekapitulasi Penilaian Situs Berdasarkan Harapan Pengguna pada Dimensi *Service Interaction Quality (SIQ)*

Res	SIQ1	SIQ2	SIQ3	SIQ4	SIQ5	SIQ6	SIQ7
1	5	5	5	5	4	5	5
2	5	4	4	4	4	5	4
3	5	5	5	5	5	5	5
4	3	3	3	3	3	3	3
5	3	4	3	3	3	3	3
6	3	3	2	2	2	2	3
7	2	2	2	2	2	2	2
8	5	5	5	5	3	3	3
9	3	3	3	3	3	5	3
10	3	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	4	4	4
12	3	3	3	3	3	3	3
13	4	5	5	4	4	4	5
14	4	5	5	3	3	4	5
15	4	5	5	5	5	5	5
16	2	2	2	2	2	2	2
17	3	5	5	3	4	5	5
18	4	4	4	4	4	4	5
19	3	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	4	3	4	4
21	3	3	3	3	3	2	3
22	3	3	3	3	3	3	3
23	5	5	5	5	5	4	3
24	2	2	2	1	1	1	2
25	5	5	5	3	5	5	5
26	2	1	1	1	2	2	1
27	1	3	3	1	2	3	5
28	3	3	3	3	2	3	3
29	3	3	4	3	3	4	4
30	5	5	5	5	5	5	5
31	2	2	2	2	2	2	2
32	2	2	2	2	2	2	2
33	3	3	3	2	2	2	3
34	3	3	3	3	3	3	3
35	5	5	5	3	1	4	5

Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu alat ukur. Pada penelitian ini, pengujian validitas dilakukan dengan cara mengukur korelasi dari masing-masing pertanyaan dengan

menggunakan rumus korelasi *Pearson Product Moment*. Perhitungan ini menggunakan alat bantu statistik yaitu IBM SPSS Statistics 21. Data dikatakan valid apabila sig (2-tailed) data < 0.05 (Widi E, 2011).

Uji Validitas Persepsi Pengguna

Tabel 10, tabel 11, dan tabel 12 merupakan hasil uji validitas persepsi pengguna untuk dimensi pertanyaan *usability*, *information quality*, dan *service*

interaction quality. Ketiga tabel tersebut menunjukkan nilai sig (2-tailed) lebih kecil dari 0.05 yang berarti hasil uji validitas persepsi pengguna untuk semua dimensi pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 10. Hasil Uji Validitas Persepsi Pengguna pada Dimensi Usability (US)

	US1	US2	US3	US4	US5	US6	US7	US8	Sum
US1 Pearson Correlation	1	.837	.769	.691	.693	.813	.719	.735	.918
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US2 Pearson Correlation	.837 ^{**}	1	.760	.530 ^{**}	.636 ^{**}	.684 ^{**}	.713 ^{**}	.672 ^{**}	.859 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US3 Pearson Correlation	.769 ^{**}	.760 ^{**}	1	.556 ^{**}	.699 ^{**}	.635 ^{**}	.650 ^{**}	.709 ^{**}	.850 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US4 Pearson Correlation	.691 ^{**}	.530 ^{**}	.556 ^{**}	1	.477 ^{**}	.569 ^{**}	.549 ^{**}	.549 ^{**}	.719 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001		.004	.000	.001	.001	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US5 Pearson Correlation	.693 ^{**}	.636 ^{**}	.699 ^{**}	.477 ^{**}	1	.751 ^{**}	.753 ^{**}	.699 ^{**}	.841 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004		.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US6 Pearson Correlation	.813 ^{**}	.684 ^{**}	.635 ^{**}	.569 ^{**}	.751 ^{**}	1	.710 ^{**}	.817 ^{**}	.877 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US7 Pearson Correlation	.719 ^{**}	.713 ^{**}	.650 ^{**}	.549 ^{**}	.753 ^{**}	.710 ^{**}	1	.809 ^{**}	.868 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US8 Pearson Correlation	.735 ^{**}	.672 ^{**}	.709 ^{**}	.549 ^{**}	.699 ^{**}	.817 ^{**}	.809 ^{**}	1	.878 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
Sum Pearson Correlation	.918 ^{**}	.859 ^{**}	.850 ^{**}	.719 ^{**}	.841 ^{**}	.877 ^{**}	.868 ^{**}	.878 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

Tabel 11. Hasil Uji Validitas Persepsi Pengguna Pada Dimensi Information Quality (IQ)

	IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	IQ5	IQ6	IQ7	SUM
IQ1 Pearson Correlation	1	.853	.825	.741	.768	.809	.672	.917
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ2 Pearson Correlation	.853 ^{**}	1	.810 ^{**}	.705 ^{**}	.693 ^{**}	.811 ^{**}	.664 ^{**}	.893 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ3 Pearson Correlation	.825 ^{**}	.810 ^{**}	1	.819 ^{**}	.699 ^{**}	.813 ^{**}	.813 ^{**}	.933 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ4 Pearson Correlation	.741 ^{**}	.705 ^{**}	.819 ^{**}	1	.613 ^{**}	.766 ^{**}	.783 ^{**}	.872 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ5 Pearson Correlation	.768 ^{**}	.693 ^{**}	.699 ^{**}	.613 ^{**}	1	.707 ^{**}	.656 ^{**}	.832 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ6 Pearson Correlation	.809 ^{**}	.811 ^{**}	.813 ^{**}	.766 ^{**}	.707 ^{**}	1	.677 ^{**}	.899 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ7 Pearson Correlation	.672 ^{**}	.664 ^{**}	.813 ^{**}	.783 ^{**}	.656 ^{**}	.677 ^{**}	1	.849 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SUM Pearson Correlation	.917 ^{**}	.893 ^{**}	.933 ^{**}	.872 ^{**}	.832 ^{**}	.899 ^{**}	.849 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	35	35	35	35	35	35	35	35

Tabel 12. Hasil Uji Validitas Persepsi Pengguna pada Dimensi Service Interaction Quality (SIQ)

	SIQ1	SIQ2	SIQ3	SIQ4	SIQ5	SIQ6	SIQ7	SUM
SIQ1 Pearson Correlation	1	.866 ^{**}	.846 ^{**}	.861 ^{**}	.705 ^{**}	.723 ^{**}	.800 ^{**}	.926 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ2 Pearson Correlation	.866 ^{**}	1	.880 ^{**}	.826 ^{**}	.670 ^{**}	.709 ^{**}	.799 ^{**}	.923 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ3 Pearson Correlation	.846 ^{**}	.880 ^{**}	1	.771 ^{**}	.656 ^{**}	.710 ^{**}	.829 ^{**}	.912 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ4 Pearson Correlation	.861 ^{**}	.826 ^{**}	.771 ^{**}	1	.800 ^{**}	.706 ^{**}	.743 ^{**}	.912 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ5 Pearson Correlation	.705 ^{**}	.670 ^{**}	.656 ^{**}	.800 ^{**}	1	.746 ^{**}	.636 ^{**}	.833 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ6 Pearson Correlation	.723 ^{**}	.709 ^{**}	.710 ^{**}	.706 ^{**}	.746 ^{**}	1	.692 ^{**}	.852 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ7 Pearson Correlation	.800 ^{**}	.799 ^{**}	.829 ^{**}	.743 ^{**}	.636 ^{**}	.692 ^{**}	1	.881 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SUM Pearson Correlation	.926 ^{**}	.923 ^{**}	.912 ^{**}	.912 ^{**}	.833 ^{**}	.852 ^{**}	.881 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	35	35	35	35	35	35	35	35

Uji Validitas Harapan Pengguna

Tabel 13, tabel 14, dan tabel 15 merupakan hasil uji validitas harapan pengguna untuk dimensi pertanyaan *usability*, *information quality*, dan *service*

interaction quality. Ketiga tabel tersebut menunjukkan nilai sig (2-tailed) lebih kecil dari 0.05 yang berarti hasil uji validitas persepsi pengguna untuk semua dimensi pertanyaan dinyatakan valid.

Tabel 13. Hasil Uji Validitas Harapan Pengguna pada Dimensi Usability (US)

	US1	US2	US3	US4	US5	US6	US7	US8	SUM
US1 Pearson Correlation	1	.885 ^{**}	.833 ^{**}	.732 ^{**}	.715 ^{**}	.845 ^{**}	.737 ^{**}	.834 ^{**}	.921 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US2 Pearson Correlation	.885 ^{**}	1	.830 ^{**}	.710 ^{**}	.725 ^{**}	.790 ^{**}	.841 ^{**}	.720 ^{**}	.907 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US3 Pearson Correlation	.833 ^{**}	.830 ^{**}	1	.790 ^{**}	.687 ^{**}	.774 ^{**}	.829 ^{**}	.783 ^{**}	.911 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US4 Pearson Correlation	.732 ^{**}	.710 ^{**}	.790 ^{**}	1	.810 ^{**}	.775 ^{**}	.803 ^{**}	.755 ^{**}	.890 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US5 Pearson Correlation	.715 ^{**}	.725 ^{**}	.687 ^{**}	.810 ^{**}	1	.676 ^{**}	.775 ^{**}	.694 ^{**}	.851 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US6 Pearson Correlation	.845 ^{**}	.790 ^{**}	.774 ^{**}	.775 ^{**}	.676 ^{**}	1	.733 ^{**}	.814 ^{**}	.895 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US7 Pearson Correlation	.737 ^{**}	.841 ^{**}	.829 ^{**}	.803 ^{**}	.775 ^{**}	.733 ^{**}	1	.761 ^{**}	.900 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
US8 Pearson Correlation	.834 ^{**}	.720 ^{**}	.783 ^{**}	.755 ^{**}	.694 ^{**}	.814 ^{**}	.761 ^{**}	1	.887 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35
SUM Pearson Correlation	.921 ^{**}	.907 ^{**}	.911 ^{**}	.890 ^{**}	.851 ^{**}	.895 ^{**}	.900 ^{**}	.887 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	35	35	35	35	35	35	35	35	35

Tabel 14. Hasil Uji Validitas Harapan Pengguna pada Dimensi Information Quality (IQ)

	IQ1	IQ2	IQ3	IQ4	IQ5	IQ6	IQ7	SUM
IQ1 Pearson Correlation	1	.872 ^{**}	.875 ^{**}	.848 ^{**}	.588 ^{**}	.723 ^{**}	.857 ^{**}	.941 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ2 Pearson Correlation	.872 ^{**}	1	.928 ^{**}	.774 ^{**}	.458 ^{**}	.605 ^{**}	.883 ^{**}	.900 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ3 Pearson Correlation	.875 ^{**}	.928 ^{**}	1	.857 ^{**}	.479 ^{**}	.664 ^{**}	.871 ^{**}	.925 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ4 Pearson Correlation	.848 ^{**}	.774 ^{**}	.857 ^{**}	1	.610 ^{**}	.772 ^{**}	.828 ^{**}	.927 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ5 Pearson Correlation	.588 ^{**}	.458 ^{**}	.479 ^{**}	.610 ^{**}	1	.610 ^{**}	.443 ^{**}	.685 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ6 Pearson Correlation	.723 ^{**}	.605 ^{**}	.664 ^{**}	.772 ^{**}	.610 ^{**}	1	.740 ^{**}	.835 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
IQ7 Pearson Correlation	.857 ^{**}	.883 ^{**}	.871 ^{**}	.828 ^{**}	.443 ^{**}	.740 ^{**}	1	.916 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SUM Pearson Correlation	.941 ^{**}	.900 ^{**}	.925 ^{**}	.927 ^{**}	.685 ^{**}	.835 ^{**}	.916 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	35	35	35	35	35	35	35	35

Tabel 15. Hasil Uji Validitas Harapan Pengguna pada Dimensi Service Interaction Quality (SIQ)

	SIQ1	SIQ2	SIQ3	SIQ4	SIQ5	SIQ6	SIQ7	SUM
SIQ1 Pearson Correlation	1	.855 ^{**}	.845 ^{**}	.841 ^{**}	.680 ^{**}	.719 ^{**}	.607 ^{**}	.886 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ2 Pearson Correlation	.855 ^{**}	1	.969 ^{**}	.781 ^{**}	.702 ^{**}	.782 ^{**}	.829 ^{**}	.947 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ3 Pearson Correlation	.845 ^{**}	.969 ^{**}	1	.788 ^{**}	.711 ^{**}	.816 ^{**}	.843 ^{**}	.956 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ4 Pearson Correlation	.841 ^{**}	.781 ^{**}	.788 ^{**}	1	.800 ^{**}	.734 ^{**}	.565 ^{**}	.880 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ5 Pearson Correlation	.680 ^{**}	.702 ^{**}	.711 ^{**}	.800 ^{**}	1	.781 ^{**}	.590 ^{**}	.840 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ6 Pearson Correlation	.719 ^{**}	.782 ^{**}	.816 ^{**}	.734 ^{**}	.781 ^{**}	1	.804 ^{**}	.902 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SIQ7 Pearson Correlation	.607 ^{**}	.829 ^{**}	.843 ^{**}	.565 ^{**}	.590 ^{**}	.804 ^{**}	1	.840 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	35	35	35	35	35	35	35	35
SUM Pearson Correlation	.886 ^{**}	.947 ^{**}	.956 ^{**}	.880 ^{**}	.840 ^{**}	.902 ^{**}	.840 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	35	35	35	35	35	35	35	35

Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui andal atau tidaknya suatu instrumen. Pengujian reliabilitas menggunakan metode Alpha Cronbach menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistic 21. Instrumen dikatakan handal apabila memiliki Alpha Cronbach > 0.70 .

Uji Reliabilitas Persepsi Pengguna

Tabel 16, tabel 17, dan tabel 18 merupakan hasil uji reliabilitas persepsi pengguna untuk dimensi pertanyaan *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Ketiga tabel tersebut menunjukkan Alpha Cronbach > 0.70 yang berarti hasil uji reliabilitas persepsi pengguna untuk semua dimensi pertanyaan dinyatakan andal.

Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Pengguna pada Dimensi *Usability (US)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.946	8

Tabel 17. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Pengguna pada Dimensi *Information Quality (IQ)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.954	7

Tabel 18. Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Pengguna pada Dimensi *Service Interaction Quality (SIQ)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.956	7

Uji Reliabilitas Harapan Pengguna

Tabel 19, tabel 20, dan tabel 21 merupakan hasil uji reliabilitas harapan pengguna untuk dimensi pertanyaan *usability*, *information quality*, dan *service*

interaction quality. Ketiga tabel tersebut menunjukkan Alpha Cronbach > 0.70 yang berarti hasil uji reliabilitas harapan pengguna untuk semua dimensi pertanyaan dinyatakan andal.

Tabel 19. Hasil Uji Reliabilitas Harapan Pengguna pada Dimensi *Usability (US)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.964	8

Tabel 20. Hasil Uji Reliabilitas Harapan Pengguna pada Dimensi *Information Quality (IQ)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.949	7

Tabel 21. Hasil Uji Reliabilitas Harapan Pengguna pada Dimensi *Service Interaction Quality (SIQ)*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.958	7

Tabel 22. Penilaian Akhir

Penilaian	Rentang Nilai	Prioritas Pengembangan (Persepsi Pengguna)	Prioritas Pengembangan (Harapan Pengguna)
Sangat tidak baik/penting	0,0 – 1,0	1	5
Tidak baik/penting	1,1 – 2,0	2	4
Cukup baik/penting	2,1 – 3,0	3	3
Baik/penting	3,1 – 4,0	4	2
Sangat baik/penting	4,1 – 5,0	5	1

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS Statistic 21. Analisis ini dilakukan dengan cara mencari nilai *mean* dari hasil penilaian kualitas situs berdasarkan persepsi dan harapan pengguna untuk semua dimensi pertanyaan. Penilaian akan menggunakan rentang nilai yang disajikan pada tabel 22.

Asumsi penilaian berdasarkan tabel 22 adalah jika penilaian dari persepsi pengguna menghasilkan nilai “Sangat tidak baik”, dimensi tersebut masuk prioritas perbaikan pertama. Jika penilaian dari persepsi pengguna menghasilkan nilai “Tidak baik”, dimensi tersebut masuk prioritas perbaikan kedua. Jika penilaian dari persepsi pengguna menghasilkan nilai “Cukup baik”, dimensi tersebut masuk prioritas perbaikan ketiga. Jika penilaian dari persepsi pengguna menghasilkan nilai

“Baik” dan “Sangat baik”, tidak akan dilakukan perbaikan.

Asumsi penilaian berdasarkan tabel 22 adalah jika penilaian dari harapan pengguna menghasilkan nilai “Sangat tidak penting” dan “Tidak penting”, dimensi tersebut tidak masuk prioritas perbaikan walaupun nilai dari persepsi pengguna rendah. Jika penilaian dari harapan pengguna menghasilkan nilai “Cukup Penting”, “Penting”, dan “Sangat penting”, dimensi tersebut harus diperbaiki.

Analisis Deskriptif Persepsi Pengguna

Hasil perhitungan mean untuk persepsi pengguna tersaji pada tabel 23. Berdasarkan data yang tersaji pada tabel 23 dapat diambil informasi bahwa dimensi yang masuk penilaian “Sangat tidak baik” berjumlah nol. Dimensi yang masuk penilaian “Tidak baik” berjumlah nol. Dimensi yang masuk

penilaian “Cukup baik” berjumlah 8, yaitu dimensi US5, IQ3, IQ4, IQ6, SIQ1, SIQ4, SIQ5, SIQ6. Dapat disimpulkan bahwa penilaian persepsi pengguna dimensi yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan kualitasnya adalah:

1. US5 = berkaitan dengan tampilan yang atraktif;
2. IQ3 = berkaitan dengan informasi yang disajikan harus terbaru;
3. IQ4 = berkaitan dengan informasi yang relevan;
4. IQ6 = menyediakan informasi yang detail;
5. SIQ1 = meningkatkan reputasi situs;
6. SIQ4 = meningkatkan situs yang lebih personal;
7. SIQ5 = menyediakan situs yang memiliki rasa komunitas;
8. SIQ6 = menyediakan fitur yang dapat memfasilitasi pengguna untuk dapat berkomunikasi dengan Webeli.com.

Tabel 23. Hasil Perhitungan Mean Persepsi Pengguna pada Semua Dimensi Pertanyaan

	N	Mean
US1	35	3.171
US2	35	3.057
US3	35	3.114
US4	35	3.143
US5	35	2.971
US6	35	3.200
US7	35	3.143
US8	35	3.200
IQ1	35	3.114
IQ2	35	3.200
IQ3	35	2.971
IQ4	35	2.943
IQ5	35	3.114
IQ6	35	2.857
IQ7	35	3.200
SIQ1	35	2.971
SIQ2	35	3.143
SIQ3	35	3.143
SIQ4	35	2.771
SIQ5	35	2.714
SIQ6	35	3.000
SIQ7	35	3.229
Valid N (listwise)	35	

Analisis Deskriptif Harapan Pengguna

Hasil perhitungan mean untuk harapan pengguna tersaji pada tabel 24. Berdasarkan data yang tersaji pada tabel 24 dapat diambil informasi bahwa dimensi yang masuk penilaian “Sangat tidak penting” berjumlah nol. Dimensi yang masuk penilaian “Tidak penting” berjumlah nol. Dimensi yang masuk penilaian “Cukup penting” berjumlah 2, yaitu dimensi IQ5 dan SIQ5. Dimensi yang masuk penilaian “Penting” berjumlah 20. Dapat disimpulkan bahwa dari hasil penilaian harapan pengguna semua dimensi harus diperbaiki apabila penilaian persepsi pengguna rendah pada dimensi-dimensi tersebut.

Setelah melakukan perhitungan *mean* pada persepsi dan harapan pengguna, didapat hasil rekomendasi

1. menyediakan tampilan yang lebih atraktif;
2. menyediakan informasi yang diperbaharui secara berkala;
3. menyediakan informasi yang relevan dengan yang dibutuhkan pengguna;
4. menyediakan informasi yang detail;
5. meningkatkan reputasi situs agar lebih dikenal masyarakat luas;
6. meningkatkan personalisasi situs;
7. menyediakan fitur yang memiliki rasa komunitas;

8. menyediakan fitur yang dapat memfasilitasi pengguna untuk dapat berkomunikasi lebih intens dengan webeli.com.

Tabel 24. Hasil Analisis Mean Harapan Pengguna pada Semua Dimensi Pertanyaan

	N	Mean
US1	35	3.114
US2	35	3.314
US3	35	3.286
US4	35	3.257
US5	35	3.114
US6	35	3.314
US7	35	3.371
US8	35	3.257
IQ1	35	3.457
IQ2	35	3.314
IQ3	35	3.400
IQ4	35	3.229
IQ5	35	3.086
IQ6	35	3.200
IQ7	35	3.343
SIQ1	35	3.371
SIQ2	35	3.543
SIQ3	35	3.514
SIQ4	35	3.143
SIQ5	35	3.086
SIQ6	35	3.400
SIQ7	35	3.543
Valid N (listwise)	35	

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada persepsi pengguna, dapat dikatakan situs Webeli.com berada pada rentang “Cukup baik” dan perlu ada perbaikan fitur situs agar sesuai dengan kebutuhan pengguna. Penelitian ini menghasilkan delapan rekomendasi perbaikan yang harus segera dilakukan oleh Webeli.com, di antaranya

1. menyediakan tampilan yang lebih atraktif;
2. menyediakan informasi yang diperbaharui secara berkala;
3. menyediakan informasi yang relevan dengan yang dibutuhkan pengguna;
4. menyediakan informasi yang detail dan rinci;
5. meningkatkan reputasi situs agar lebih terpercaya dan dikenal masyarakat luas;
6. meningkatkan personalisasi situs;
7. menyediakan fitur yang menciptakan rasa berkomunitas antar-pengguna;

8. menyediakan fitur yang dapat memfasilitasi pengguna untuk berkomunikasi lebih sering dengan Webeli.com.

DAFTAR PUSTAKA

- APJII. 2017. "Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017", *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia*, 1–39.
- Barnes, S. J. & Vidgen, R. T. 2002. *An Integrative Approach to The Assessment of E-commerce Quality* Barnes, S. J.
- Hapenciuc, C. V. & Condratov, I. 2007. "Theoretical Framework for Quality Evaluation of Tourism-Related Websites Services", *Economy Informatics*, 1(4), 52–58.
- Hasanov, J. & Khalid, H. 2015. "The Impact of Website Quality on Online Purchase Intention of Organic Food in Malaysia: A WebQual Model

- Approach*", *Procedia Computer Science*, 72, 382–389. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.153>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. 2016. "Infografis Indikator TIK 2016 Rumah Tangga dan Individu", 7. Retrieved from <http://www.kominfo.go.id>
- Kusumawijaya, I. P. & Karyati, C. M. 2016. "Pengukuran Kualitas *Website Fashion E-Commerce* Menggunakan Metode WebQual 4.0", *Jurnal Ilmiah Informatika dan Komputer*, 21(2), 113–128.
- Vidgen, R.T. 2002. "An Integrative Approach to The Assessment of E-commerce Quality", *Journal of Electronic Commerce Research*, 3(3), 114–127. <https://doi.org/10.1080/00223891>.
- Widi E, R. 2011. "Uji Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Epidemiologi Kedokteran Gigi", *Stomatognathic (J.K.G. Unej)*, 8(1), 27–34.