

## Analisis Kualitas Layanan Website Bukalapak Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0

Mia Rosmiati<sup>1</sup>, Fawaz Ali<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi Universitas Bina Sarana Informatika, mia.mrm@bsi.ac.id, Jl. Kramat Raya No.98, Jakarta Pusat, Indonesia

<sup>2</sup>Sistem Informasi Universitas Nusa Mandiri, fawazali@gmail.com, Jl. Raya Jatiwaringin No.2, Jakarta Timur, Indonesia

### Informasi Makalah

Submit : Oktober 10, 2021  
Revisi : November 6, 2021  
Diterima : Desember 1, 2021

### Kata Kunci :

Bukalapak  
Kualitas  
Layanan  
Website  
Webqual

### Abstrak

Pertumbuhan Teknologi Informasi dan Komunikasi yang demikian pesat menjadikan *website* sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari sebuah perusahaan dalam hal kualitas layanan bagi pelanggan khususnya pada *website* Bukalapak.com. layanan yang baik menjadikan alasan konsumen lebih tertarik untuk berbelanja secara online, Dengan itu suatu *website* perlu diukur untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, kualitas *website* Bukalapak.com diukur dengan menggunakan metode *Webqual 4.0*. *Webqual* merupakan instrumen yang menilai kualitas suatu *website*. Responden dalam penelitian ini adalah pengguna *website*. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 45 responden. Data penelitian diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner terhadap responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan software *SPSS versi 24.0 for windows*. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas *website* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan secara parsial terdapat dua dimensi *Webqual* yaitu kualitas kegunaan (*Usability*) dan kualitas informasi (*Information Quality*) tidak mempengaruhi kepuasan pengguna secara signifikan. Dengan kata lain pada dimensi kualitas kegunaan (*Usability*) dan kualitas informasi (*Information Quality*) perlu ditingkatkan lagi.

### Abstract

The rapid growth of Information and Communication Technology has made the website an inseparable part of a company in terms of service quality for customers, especially on the Bukalapak.com website. good service makes the reason consumers are more interested in shopping online, with that a website needs to be measured to determine the level of customer satisfaction. In this study, the quality of the Bukalapak website was measured using the Webqual 4.0 method. Webqual is an instrument that assesses the quality of a website. Respondents in this study were website users. The number of samples used in this study were 45 respondents. The research data was obtained from the results of distributing questionnaires to respondents. The data analysis technique used multiple linear regression analysis using SPSS software version 24.0 for windows. While partially there are two dimensions of Webqual, namely the quality of usability and the quality of information does not affect user satisfaction significantly. In other words, the dimensions of usability and information quality need to be improved.

## 1. Pendahuluan

Di era industri 4.0 perkembangan teknologi informasi semakin pesat. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi, pengguna internet juga semakin bertambah. Hampir di semua aspek dalam kehidupan masyarakat sudah memanfaatkan media internet untuk mendapatkan informasi, berkomunikasi, melakukan pembelajaran dan juga melakukan transaksi jual beli secara *online*. Dengan banyaknya transaksi jual beli secara *online* pelaku bisnis mulai banyak yang mengembangkan usaha menggunakan media digital.

Saat ini bisnis dalam bidang digital berkembang sangat cepat. Banyak pelaku usaha yang memanfaatkan bisnis di dunia maya atau secara *online* atau disebut dengan *e-commerce*. Para pelaku bisnis banyak yang mengembangkan usahanya melalui *website e-commerce* (Fauziah & Wulandari, 2018). Dalam *e-commerce*, *website* menjadi salah satu komponen yang sangat penting karena para *customer* atau pembeli yang akan berbelanja secara *online* pasti akan mengunjungi *website* terlebih dahulu, kemudian mencari barang yang ingin dibeli melalui *website* tersebut (Muhsin & Zuliestiana, 2017).

*Website* menjadi media penyedia informasi yang sangat lengkap dan telah menjadi salah satu aspek penting dalam berbagai bidang karena dapat diakses dengan mudah, kapanpun, dan dimanapun tanpa hambatan (Mustopa et al., 2020). Semakin banyaknya penggunaan *e-commerce* dan pesatnya persaingan yang terjadi dalam bidang bisnis penjualan secara *online* mengakibatkan banyaknya toko *online* yang bermunculan sehingga *website* yang dikembangkan harus mudah digunakan, memiliki informasi yang jelas dan keamanan yang harus diperhatikan untuk membuat para pembeli merasa puas dengan pelayanan yang diberikan (Fauziah & Wulandari, 2018).

*Website* memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan, maka keberadaan sebuah *website* dalam perusahaan harus dapat mempresentasikan perusahaan di mata pelanggan (Hayat & Simanjuntak, 2020). Sekarang ini *website* yang menyediakan fasilitas belanja *online* di Indonesia sangat beragam, salah satunya adalah *website* [www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com). Bukalapak merupakan situs penyedia sarana jual-beli *online* sehingga bukalapak membuat terobosan dengan slogannya yaitu mudah dan terpercaya. Untuk mendapatkan kepercayaan pembelinya *website* [www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com) harus memberikan informasi yang valid dan mudah untuk digunakan.

Ada banyak cara dan juga metode untuk mencari hubungan kualitas layanan *website* dengan kepuasan penggunaannya, salah satunya adalah Webqual. Pengukuran kualitas pada sebuah *website* menggunakan Metode Webqual 4.0 dilakukan oleh para pengguna *web* sebagai tolak ukur untuk mengetahui bagaimana pengelola *web* menyesuaikan persepsi pengguna (Mustopa et al., 2020). Kualitas suatu *website* dapat diukur dengan menggunakan Metode Webqual 4.0 untuk menilai *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* pada *website* berdasarkan persepsi pelanggan (Ihsan et al., 2020).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna *website* [www.bukalapak.com](http://www.bukalapak.com) dengan Metode Webqual 4.0 berdasarkan kriteria standar *website* yang baik yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi (*interaction quality*).

Adapun hipotesa yang diambil dalam penelitian ini yaitu :

H0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan (positif) antara Kegunaan (*Usability*), Kualitas Informasi (*Information Quality*) dan Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) dengan kepuasan pengguna *Website* Bukalapak.

H1 : Terdapat pengaruh yang signifikan (positif) antara Kegunaan (*Usability*), Kualitas Informasi (*Information Quality*) dan Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) dengan kepuasan pengguna *Website* Bukalapak.

## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Variabel Penelitian

Konsep identifikasi merumuskan suatu masalah atas suatu objek penelitian ataupun pertanyaan yang jelas dan dimaksudkan agar dapat memudahkan peneliti dalam menentukan konsep-konsep yang akan digunakan ataupun diuji serta metode apa yang akan dipakai dalam melakukan pengujian. Berdasarkan identifikasi masalah yang ada maka dapat dirumuskan permasalahan pada penelitian ini adalah pengukuran 3 dimensi sebagai variabel bebas terhadap *Usability*, *Information Quality*, *Interaction Quality* dengan menggunakan metode *webqual*. Dan Variabel Terikat (Y) adalah Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

Berdasarkan pemodelan *Webqual* terdapat tiga dimensi kualitas *website* yang selanjutnya akan dipakai sebagai variabel bebas. Tiga dimensi kualitas *website*, yaitu:

- Variabel X1 adalah dimensi kegunaan (*Usability*).
- Variabel X2 adalah dimensi Kualitas Informasi (*Information Quality*).
- Variabel X3 adalah dimensi Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*).

Sementara Variabel Terikat (Y) adalah Kepuasan Pengguna (*Customer Satisfaction*).

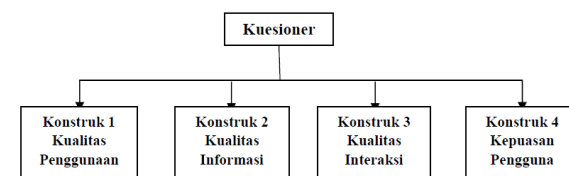
### 2.2. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Agar kuesioner yang digunakan layak untuk dihitung maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Dari hasil perhitungan uji validitas untuk variabel *Usability*, *Information Quality*, *Interaction* dan *Customer satisfaction* dengan menggunakan

responden sebanyak 45 orang dengan tingkat kepercayaan 95% mendapatkan nilai 0,294 untuk *Usability*, dan 0,294 untuk *Information quality*, dan 0,294 untuk *customer*. Untuk hasil perhitungannya dapat dilihat pada gambar 3, gambar 4, dan gambar 5. Sedangkan uji realibilitas dihasilkan output bahwa nilainya dikatakan *reliable* jika nilai > r tabel [0,294] dari jumlah=45 maka data tersebut *reliable*. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian digunakan untuk mengetahui kualitas *website* terhadap kepuasan pelanggan. Kuesioner ini dirancang dalam beberapa tahapan, yaitu :

#### a. Perancangan Konstruk

Konstruk adalah konsep yang memiliki makna tambahan yang sengaja diadopsi untuk kepentingan ilmiah. Konstruk merupakan elemen dari kuesioner yang digunakan untuk mendefinisikan tujuan penelitian sebuah kuesioner terhadap objek kuesioner. Konstruk dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Sumber : (Rosmiati & Fawaz, 2021)

Gambar 1. Konstruk kuesioner

#### b. Konsep Konstruk

Konstruk yang telah dibuat harus didefinisikan ke dalam sebuah konsep yang akan menjelaskan fungsi dari masing-masing konstruk tersebut. Berikut ini adalah konstruk untuk kuesioner pengaruh kualitas *Website* Bukalapak terhadap kepuasan pelanggan menggunakan Metode *Webqual*.

##### 1. Konstruk 1 : Kegunaan (*Usability*)

Konstruk ini dibuat untuk mengukur tingkat kemudahan dan kemenarikan *website* yang digunakan.

2. Konstruk 2 : Kualitas Informasi  
 (*Information Quality*)

Konstruk ini dibuat untuk mengukur tingkat kualitas informasi yang ditampilkan di *website*.

3. Konstruk 3 : Kualitas Interaksi  
 (*Interaction Quality*)

Konstruk ini dibuat untuk mengukur tingkat kualitas interaksi antara pengguna dengan *website* dilihat dari kepercayaan pengguna dan empati.

4. Konstruk 4 : Kepuasan Pengguna  
 (*Customer Satisfaction*)

Konstruk ini dibuat untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap *website*.

c. Perancangan Pertanyaan Konstruk

Dirancang berdasarkan item konstruk yang telah dibuat. Sebuah item diterjemahkan ke dalam sebuah pertanyaan. Rancangan pertanyaan yang dibuat dapat dilihat pada tabel 1 di bawah ini.

Tabel 1. Rancangan Pertanyaan

Konstruk	Pertanyaan
Kegunaan ( <i>Usability</i> )	P1 Saya Merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian <i>website</i>
	P2 Saya merasa interaksi dengan <i>website</i> jelas dan mudah dipahami
	P3 Saya merasa mudah dalam menemukan menu-menu di dalam <i>website</i>
	P4 Saya merasa <i>website</i> mudah untuk digunakan
	P5 <i>Website</i> memiliki tampilan yang menarik
	P6 <i>Website</i> memiliki desain yang sesuai dengan jenis
	P7 <i>Website</i> memiliki tampilan yang kompetensi
	P8 <i>Website</i> memberikan pengalaman positif bagi penggunanya
Kualitas Informasi ( <i>Information</i>	P9 <i>Website</i> menyediakan informasi yang akurat
	P10 <i>Website</i> memberikan

Kualitas Interaksi ( <i>Interaction Quality</i> )	<i>Quality</i> )	informasi yang dapat dipercaya
		P11 <i>Website</i> menyediakan informasi yang tepat waktu
		<i>Website</i> menyediakan informasi yang relevan
		P12 <i>Website</i> menyediakan informasi yang mudah dimengerti
	P13 <i>Website</i> memberikan informasi pada tingkatan yang detail dan terperinci	
	P14 <i>Website</i> menyajikan informasi dalam format yang sesuai	
	P15 <i>Website</i> memiliki reputasi yang baik dan bagus	
	P16 Saya merasa aman untuk melakukan transaksi	
	P17 <i>Website</i> sangat menjaga kerahasiaan data pribadi pengguna	
	P18 <i>Website</i> memberkan rasa personal atau terjaminnya privasi	
	P19 <i>Website</i> menyampaikan rasa bermasyarakat atau bersosial	
	P20 <i>Website</i> memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi perusahaan	
	P21 <i>Website</i> memberikan produk atau layanan sesuai dengan janji	
	Kepuasan pengguna ( <i>customer satisfaction</i> )	P22 Anda menyukai tampilan <i>website</i> ini
P23 Anda menyukai pelayanan yang ada pada <i>website</i> ini		
P24 Anda senang bertransaksi pada <i>website</i> ini		

Sumber : (Rosmiati & Fawaz, 2021)

2.3. Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan Skala *Likert*. Menurut (Syofian et al., 2015), “Skala likert adalah suatu skala *psikometrik* yang umum digunakan dalam kuesioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Nama skala ini diambil

dari nama rensis likert, yang menerbitkan suatu laporan yang menjelaskan penggunaannya”.

Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena atau gejala sosial yang terjadi. Untuk Prosedur pengukuran sebagai berikut.

- a. Peneliti mengumpulkan item-item yang cukup banyak, memiliki relevansi dengan masalah yang sedang diteliti, dan terdiri dari item yang cukup jelas disukai dan tidak disukai.
- b. Responden diminta untuk memilih tiap item, apakah setuju atau tidak setuju. Persepsi masing-masing responden yang menjawab memberikan indikasi terdiri dari lima pilihan jawaban, yakni : Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Cukup (C), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS).
- c. Pemberian nilai (*scoring*), untuk jawaban paling tinggi yaitu Sangat Setuju (SS) diberikan nilai 5 dan seterusnya menurun sampai pada jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) yang diberikan nilai 1. Bobot nilai yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Bobot Nilai Jawaban Responden

Jawaban	Nilai
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Cukup Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Rosmiati & Fawaz, 2021)

#### 2.4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui dua cara, yaitu:

- a. Data Primer, yaitu sumber data yang diperoleh secara langsung dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi sample untuk mengetahui tanggapan tentang penelitian yang akan diteliti, selain itu data primer juga

meliputi dokumen-dokumen pendukung pada penelitian ini.

- b. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung, seperti literatur, buku serta jurnal yang erat hubungannya dengan masalah yang diteliti.

#### 2.5. Populasi dan Sampel Penelitian

Tujuan Populasi yang digunakan untuk memenuhi penelitian ini yaitu, beberapa pengguna atau konsumen yang menggunakan website Buklapak atau yang sudah pernah melakukan transaksi, konsumen tersebut dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini. Pengambilan data ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada responden.

Responden pengunjung *Website Bukalapak* sangat banyak dan jumlahnya tidak dapat diketahui dengan tepat, maka sampel yang peneliti gunakan adalah sampel *incidental*. *Sampling incidental* adalah dimana teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu dengan siapa saja yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel (Sugiono, 2017).

Penentuan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin yaitu sebagai berikut (Kristanto, 2018):

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

Keterangan :

n = Jumlah minimum responden

N = Ukuran Populasi

d = Batas Toleransi Error

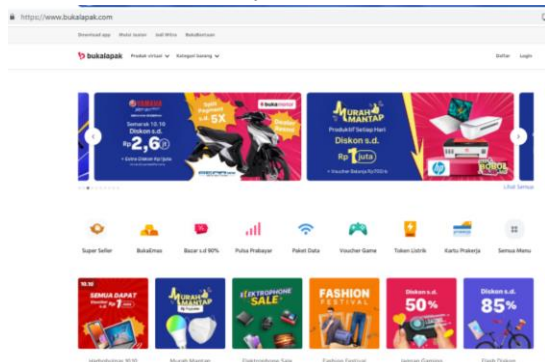
Dalam penelitian ini tingkat kesalahan (*acceptable error*) yang digunakan adalah 10%. Dari hasil yang didapat dilihat pada perhitungan diatas, populasi yang di ambil 80 dan didapati sampel minimum yaitu sebanyak 44,44 kemudian di bulatkan sampel sebanyak 45 responden, sehingga peneliti dapat menganalisa tentang kualitas layanan *website* yang diberikan dari layanan

www.bukalapak.com dengan target dari responden berkisar 45 responden.

### 3. Hasil dan Pembahasan

#### 3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian yang digunakan pada penelitian ini merupakan *website E-Commerce* www.bukalapak.com. *Website* ini berfungsi sebagai sebagai toko *online* yang menyediakan berbagai macam produk yang dibutuhkan oleh masyarakat luas.



Sumber : (<https://www.bukalapak.com/>)

Gambar 2. Tampilan website bukalapak

Pada Gambar 2 merupakan halaman utama dari website bukalapak. Pada halaman utama terdapat sebuah navigasi yang akan memudahkan bagi para pengguna/pelanggan dalam melakukan pencarian produk sesuai kategori yang diinginkan. Didalam tampilan utama terdapat menu yang dapat melakukan pembelian barang berdasarkan kategori yang terdapat pada *Website* Bukalapak.

#### 3.2. Profil Responden

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner langsung kepada para responden yang menggunakan layanan *Website* Bukalapak dan juga melalui media, responden dalam penelitian ini terbagi atas nama, jenis kelamin, usia dan perilaku pengguna. Dalam penelitian ini, jumlah kuesioner yang disebarkan sebanyak 45. Kuesioner yang telah kembali adalah sejumlah yang sama. Kuesioner yang lengkap dan layak dianalisis dalam penelitian ini adalah 45, dengan kondisi semuanya

lengkap dan konsisten. Data lengkap mengenai profil responden yang menjadi obyek penelitian dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Klasifikasi Responden

Klasifikasi Usia		
Range Usia	Jumlah	Presentase
15-25 Tahun	28	62%
26-35 Tahun	10	22%
36-45 Tahun	5	11%
>45 Tahun	2	4%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>
Klasifikasi Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Pria	27	60%
Wanita	18	40%
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100%</b>

Sumber : (Rosmiati & Fawaz, 2021)

Tabel 3 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin pria lebih banyak dibandingkan dengan jenis kelamin Wanita. Responden jenis kelamin pria sebanyak 60% dan responden dengan jenis kelamin Wanita sebanyak 40%. Hal ini berarti bahwa Pria menunjukkan perilaku pengguna *Website* lebih banyak dari Wanita. Selain itu bahwa pengguna *Website* Bukalapak didominasi oleh rentang usia 15-25 tahun dengan tingkat persentase 62 %, hal ini dikarenakan pada perkembangan era saat ini lebih mudah dalam mengakses *website* menggunakan internet.

#### 3.3. Hasil Intrumen Penelitian

##### 1. Uji Validitas Instrumen

Setelah kuesioner disebarkan, peneliti akan menguji reliabilitas dan validitas kuesioner terlebih dahulu, kemudian jika dari hasil uji tersebut didapatkan bahwa semua instrumen penelitian sudah valid dan reliable maka penelitian dapat dilanjutkan.

Uji validitas instrumen bertujuan untuk mengetahui sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur dalam melaksanakan fungsi ukurannya. Menurut (Sarwono, 2012), "Jika ditemukan  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka alat



tersebut valid, nilai coefisien korelasi hasil perhitungan harus lebih besar dari nilai koefisien dari tabel yang disebut tabel *corrected item total correlation*”.

Berikut ini jelaskan mengenai hasil perhitungan uji validitas untuk variabel *Ussability, Information Quality, Interaction Quality* dan *Customer Satisfaction*, dengan menggunakan responden sebanyak 45 orang dengan tingkat kepercayaan 95 %.

		Correlations							
		InformationQ2_1	InformationQ2_2	InformationQ2_3	InformationQ2_4	InformationQ2_5	InformationQ2_6	InformationQ2_7	TotalQ2
InformationQ2.1	Pearson Correlation	1	.357*	.438*	.362*	.058	.117	.135	.568**
	Sig. (2-tailed)		.016	.003	.015	.714	.445	.376	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
InformationQ2.2	Pearson Correlation	.357*	1	.399*	.516**	-.050	.000	.379*	.586**
	Sig. (2-tailed)	.016		.007	.000	.742	1.000	.019	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
InformationQ2.3	Pearson Correlation	.438**	.399*	1	.678**	.011	.440**	.424**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.003	.007		.000	.944	.002	.004	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
InformationQ2.4	Pearson Correlation	.362*	.516**	.678**	1	-.017	.447*	.402*	.788**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000		.912	.002	.002	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
InformationQ2.5	Pearson Correlation	.058	-.050	.011	-.017	1	.270	.412**	.354*
	Sig. (2-tailed)	.714	.742	.944	.912		.073	.005	.017
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
InformationQ2.6	Pearson Correlation	.117	.000	.440**	.440**	.270	1	.415**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.445	1.000	.002	.002	.073	.005	1	.005
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
InformationQ2.7	Pearson Correlation	.135	.379*	.424**	.402*	.412**	.415**	1	.726**
	Sig. (2-tailed)	.376	.010	.004	.002	.005	.005	.005	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
TotalQ2	Pearson Correlation	.568**	.586**	.783**	.788**	.354*	.428**	.726**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.017	.000	.000	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).  
 \*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Gambar 4. Hasil uji validitas kualitas informasi

		Correlations								
		Usability1	Usability2	Usability3	Usability4	Usability5	Usability6	Usability7	Usability8	Total1
Usability1	Pearson Correlation	1	.217	.162	.283	.074	.083	.084	.084	.403**
	Sig. (2-tailed)		.151	.288	.021	.828	.948	.948	.948	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Usability2	Pearson Correlation	.217	1	.458**	.256	.163	.130	.265	.037	.574**
	Sig. (2-tailed)	.151		.002	.089	.286	.384	.079	.911	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Usability3	Pearson Correlation	.162	.458**	1	.517**	.352*	.132	.547**	-.027	.738**
	Sig. (2-tailed)	.288	.002		.000	.018	.388	.000	.859	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Usability4	Pearson Correlation	.283	.256	.517**	1	.305*	-.059	.252	.213	.666**
	Sig. (2-tailed)	.051	.089	.000		.041	.706	.095	.160	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Usability5	Pearson Correlation	.074	.163	.352*	.305*	1	.557**	.004**	-.009	.634**
	Sig. (2-tailed)	.928	.286	.018	.041		.000	.000	.974	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Usability6	Pearson Correlation	.083	.130	.132	-.059	.557**	1	.286	-.007	.403**
	Sig. (2-tailed)	.948	.944	.988	.788	.000		.057	.943	.005
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Usability7	Pearson Correlation	-.084	.265	.547**	.252	.004**	.286	1	-.122	.659**
	Sig. (2-tailed)	.540	.079	.000	.095	.000	.007		.425	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Usability8	Pearson Correlation	.084	.037	-.027	.213	-.005	-.007	-.122	1	.313*
	Sig. (2-tailed)	.585	.811	.859	.160	.974	.963	.425		.038
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Total1	Pearson Correlation	.403**	.574**	.738**	.666**	.634**	.408**	.609**	.313*	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.038	
	N	45	45	45	45	45	45	45	45	45

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 \* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 3. Hasil uji validitas kualitas pengguna

Tabel 4. Hasil Perhitungan Validitas Kualitas Pengguna

No	r Hitung	r Tabel	Keputusan
1	0,403	0,294	Valid
2	0,576	0,294	Valid
3	0,738	0,294	Valid
4	0,666	0,294	Valid
5	0,634	0,294	Valid
6	0,408	0,294	Valid
7	0,609	0,294	Valid
8	0,313	0,294	valid

Sumber : (Rosmiati & Fawaz, 2021)

Pada gambar 3 dan tabel 4 merupakan hasil uji validitas kualitas pengguna. Dari hasil uji validitas kualitas pengguna diketahui bahwa hasil pengujian semua valid. Interpretasi untuk melihat hasil validitas yaitu perhatikan nilai r hitung, Jika r hitung > R tabel maka dikatakan valid. Untuk jumlah sampel = 45, nilai R tabel dengan tingkat kepercayaan 0,05 adalah 0,294, maka disimpulkan bahwa data variable kualitas kegunaan (*usability*) yang diperoleh mempunyai nilai yang valid.

Tabel 5. Hasil Perhitungan Validitas Kualitas Informasi

No	r Hitung	r Tabel	Keputusan
1	0,550	0,294	Valid
2	0,580	0,294	Valid
3	0,783	0,294	Valid
4	0,788	0,294	Valid
5	0,354	0,294	Valid
6	0,628	0,294	Valid
7	0,726	0,294	Valid

Sumber : (Rosmiati & Fawaz, 2021)

Pada gambar 4 dan tabel 5 merupakan hasil uji validitas kualitas informasi. Dari hasil uji validitas *Informasi* diketahui bahwa hasil pengujian semua valid. Interpretasi untuk melihat hasil validitas yaitu perhatikan nilai r hitung, Jika r hitung > R tabel maka dikatakan valid. Untuk jumlah sampel = 45, nilai R tabel dengan tingkat kepercayaan 0,05 adalah 0,294, maka disimpulkan bahwa data variabel kualitas informasi yang diperoleh mempunyai nilai yang valid.

		Correlations							
		Interaction3_1	Interaction3_2	Interaction3_3	Interaction3_4	Interaction3_5	Interaction3_6	Interaction3_7	Total3
Interaction3.1	Pearson Correlation	1	.532**	.299*	.382*	.212	.312*	.382*	.605**
	Sig. (2-tailed)		.000	.048	.018	.162	.037	.019	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Interaction3.2	Pearson Correlation	.532**	1	.342*	.426**	.453**	.608**	.292	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.004	.002	.000	.052	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Interaction3.3	Pearson Correlation	.299*	.342*	1	.280	.252	.397*	.165	.536**
	Sig. (2-tailed)	.048	.021		.085	.095	.016	.278	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Interaction3.4	Pearson Correlation	.382*	.426**	.280	1	.269	.536**	.289	.684**
	Sig. (2-tailed)	.018	.004	.085		.076	.000	.054	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Interaction3.5	Pearson Correlation	.212	.453**	.252	.269	1	.656**	.157	.686**
	Sig. (2-tailed)	.162	.002	.095	.076		.000	.304	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Interaction3.6	Pearson Correlation	.312*	.608**	.397*	.536**	.656**	1	.267	.842**
	Sig. (2-tailed)	.037	.000	.016	.000	.000		.056	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Interaction3.7	Pearson Correlation	.382*	.292	.165	.289	.157	.287	1	.537**
	Sig. (2-tailed)	.019	.052	.278	.054	.304	.059	.000	
	N	45	45	45	45	45	45	45	45
Total3	Pearson Correlation	.605**	.776**	.539**	.684**	.686**	.842**	.537**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	45	45	45	45	45	45	45	45

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 \* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Gambar 5. Hasil uji validitas kualitas interaksi

Tabel 6. Hasil Perhitungan Validitas Kualitas Interaksi

No	r Hitung	r Tabel	Keputusan
1	0,605	0,294	Valid
2	0,770	0,294	Valid
3	0,539	0,294	Valid
4	0,684	0,294	Valid
5	0,680	0,294	Valid
6	0,842	0,294	Valid
7	0,537	0,294	Valid

Sumber : (Rosmiati & Fawaz, 2021)

Pada gambar 5 dan tabel 6 merupakan hasil uji validitas kualitas interaksi. Dari hasil uji validitas Interaksi diketahui bahwa hasil pengujian semua valid. Interpretasi untuk melihat hasil validitas yaitu perhatikan nilai r hitung, Jika r hitung > R tabel maka dikatakan valid. Untuk jumlah sampel = 45, nilai R tabel dengan tingkat kepercayaan 0,05 adalah 0,294, maka disimpulkan bahwa data variabel kualitas interaksi yang diperoleh mempunyai nilai yang valid.

		Correlations			
		SatisfactionY 1	SatisfactionY 2	SatisfactionY 3	TotalY
SatisfactionY1	Pearson Correlation	1	.641**	.327*	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.028	.000
	N	45	45	45	45
SatisfactionY2	Pearson Correlation	.641**	1	.186	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000		.222	.000
	N	45	45	45	45
SatisfactionY3	Pearson Correlation	.327*	.186	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.028	.222		.000
	N	45	45	45	45
TotalY	Pearson Correlation	.841**	.805**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	45	45	45	45

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

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

Gambar 6. Hasil uji validitas kepuasan pengguna

Tabel 7. Hasil Perhitungan Validitas Kepuasan Pengguna

No	r Hitung	r Tabel	Keputusan
1	0,841	0,294	Valid
2	0,805	0,294	Valid
3	0,657	0,294	Valid
7	0,537	0,294	Valid

Sumber : (Rosmiati & Fawaz, 2021)

Pada gambar 6 dan tabel 7 merupakan hasil uji validitas kepuasan pengguna. Dari hasil uji validitas Kepuasan Pengguna diketahui bahwa hasil pengujian semua valid.

Interpretasi untuk melihat hasil validitas yaitu perhatikan nilai r hitung, Jika r hitung > R tabel maka dikatakan valid. Untuk jumlah sampel = 45, nilai R tabel dengan tingkat kepercayaan 0,05 adalah 0,294, maka disimpulkan bahwa data variable kepuasan pengguna yang diperoleh mempunyai nilai yang valid.

Sehingga berdasarkan hasil pengolahan data di atas, dapat disimpulkan r hitung  $\geq$  r tabel (uji dua pihak dengan sig 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkolerasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid) maka uji validitas di atas dinyatakan layak untuk digunakan sebagai bahan pertanyaan kuesioner

## 2. Uji Reliabilitas Instrumen

Untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut *reliable* atau tidak, maka kuesioner tersebut diuji dengan metode *alpha cronbach* dengan SPSS. Hasil dari uji realibilitas dengan menggunakan SPSS untuk masing-masing dimensi.

Menurut (Ghozali, 2013), “Cronbach Alpha suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach alpha > 0,6”.

B.

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.650	8



Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
UsabilityX1.1	28.2667	9.791	.171	.664
UsabilityX1.2	28.5556	9.071	.405	.604
UsabilityX1.3	28.5111	7.710	.574	.546
UsabilityX1.4	28.3333	8.409	.499	.575
UsabilityX1.5	28.3556	8.962	.493	.586
UsabilityX1.6	28.3111	10.037	.240	.641
UsabilityX1.7	28.6222	8.740	.428	.596
UsabilityX1.8	28.4667	10.255	.043	.705

Gambar 7. Hasil uji reliabilitas kualitas pengguna

Berdasarkan Gambar 7 hasil yang didapatkan adalah, *Cronbach's Alpha* dari *usability* = 0,650 dinyatakan data *realibel*, karena dari hasil *output* di atas nilai *Cronbach's Alpha* dikatakan *reliabel* jika nilainya > r tabel [0,294] dari jumlah sampel=45, maka data *reliabel*. Artinya pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas *website* berdasarkan *Ussability* dapat dikatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian.

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.644	3	

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SatisfactionY1	8.4667	.936	.635	.313
SatisfactionY2	8.5556	.889	.492	.491
SatisfactionY3	8.3111	1.174	.276	.775

Gambar 8. Hasil uji reliabilitas kualitas informasi

Berdasarkan Gambar 8 hasil yang didapatkan yaitu *Cronbach's Alpha* dari *Informasi* = 0,755 dinyatakan data *realibel*, karena dari hasil *output* di atas nilai *Cronbach's Alpha* dikatakan *reliabel* jika nilainya > r tabel [0,294] dari jumlah

sampel=45, maka data *reliabel*. Artinya pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas *website* berdasarkan kualitas informasi dapat dikatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.792	7	

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
InteractionX3.1	23.5333	9.436	.496	.773
InteractionX3.2	23.4667	8.255	.668	.739
InteractionX3.3	23.6444	9.462	.397	.785
InteractionX3.4	23.8444	8.271	.526	.764
InteractionX3.5	23.9778	8.159	.511	.768
InteractionX3.6	23.8667	6.982	.729	.717
InteractionX3.7	23.6667	9.182	.361	.794

Gambar 9. Hasil uji reliabilitas kualitas interaksi

Berdasarkan Gambar 9 hasil yang didapatkan yaitu, *Cronbach's Alpha* dari *Interaksi* = 0,792 dinyatakan data *realibel* karena dari hasil *output* di atas nilai *Cronbach's Alpha* dikatakan *reliabel* jika nilainya > r tabel [0,294] dari jumlah sampel=45, maka data *reliabel*. Artinya pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas *website* berdasarkan Kuallitas interaksi dapat dikatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	45	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	45	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.644	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SatisfactionY1	8.4667	.936	.635	.313
SatisfactionY2	8.5556	.889	.492	.491
SatisfactionY3	8.3111	1.174	.276	.775

Gambar 10. Hasil uji reliabilitas kepuasan pengguna

Berdasarkan Gambar 10 hasil yang didapatkan adalah, *Cronbach's Alpha* dari Pengguna = 0,644 dinyatakan data *reliabel* karena dari hasil *output* di atas nilai *Cronbach's Alpha* dikatakan *reliabel* jika nilainya > r tabel [0,294] dari jumlah sampel=45, maka data *reliabel*. Artinya pertanyaan-pertanyaan mengenai kualitas *website* berdasarkan kepuasan pengguna dapat dikatakan reliabel atau terpercaya sebagai alat pengumpul data dalam penelitian.

### 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas menggunakan SPSS yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas data dilakukan dengan ketentuan:

- Jika nilai signifikansi (nilai probabilitas) > 0,05 maka dikatakan berdistribusi normal.
- Jika nilai signifikansi (nilai probabilitas) < 0,05 maka dikatakan berdistribusi tidak normal.

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06234293
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.081
	Negative	-.069
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Gambar 11. Uji Normalisasi One-Sample Kolmogorov-Sminov-Test

Berdasarkan Gambar 11, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig.(2-tailed) sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

#### a. Entered/Remove Variable

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Interaction, Usability, Information <sup>b</sup>		Enter

- Dependent Variable: Kepuasan Pengguna
- All requested variables entered.

Gambar 12. Entered/remove variable

*Output* ini menjelaskan tentang variabel yang dimasukkan dan dikeluarkan dalam model regresi. Dari *output* dapat diketahui bahwa variabel independen yang dimasukkan ke dalam model adalah *Usability*, *Information*, dan *Interaction* dan variabel dependennya adalah kepuasan pengguna (tidak ada variabel yang dikeluarkan / *removed*). Sedangkan metode regresi menggunakan Enter.

b. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Usability	.744	1.345
	Information	.555	1.802
	Interaction	.536	1.867

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

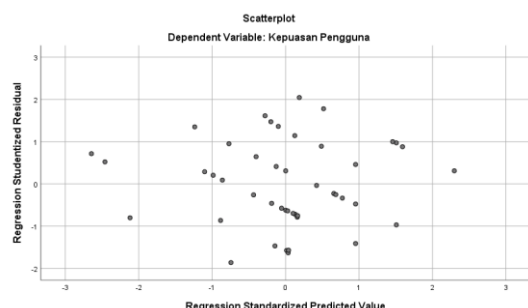
Gambar 13. Uji multikolinearitas

Pada gambar 13 untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi kolerasi yang tinggi atau tidak antar variabel independen. penjelasan penentu ada tidaknya multikolinearitas yaitu:

- 1) Tidak terjadi multikolinearitas jika Tolerance > 0,10 ; VIF < 10
- 2) Terjadi multikolinearitas jika Tolerance < 0,10 ; VIF > 10.

Hasil *output* di atas diketahui bahwa Nilai *Tolerance* variabel *Usability* yaitu 0,744, kualitas informasi yaitu 0,555 dan kualitas interaksi yaitu 0,536 lebih besar dari 0,10. Sedangkan untuk Nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) variabel *Usability* yaitu 1,345 kualitas informasi yaitu 1,802 dan kualitas interaksi yaitu 1,867 lebih kecil dari 10. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas

c. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 14. Uji heteroskedastisitas

Gambar 14 merupakan hasil uji heteroskedastisitas. *Output* ini digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas adalah varian residual yang tidak sama pada semua pengamatan dalam model regresi. Regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari Grafik Scatter, jelas bahwa tidak ada pola tertentu karena titik menyebar tidak beraturan di atas dan di bawah sumbu 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan tidak terdapat Heteroskedastisitas.

4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis ini bertujuan untuk mengukur pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Pengukuran pengaruh ini melibatkan satu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) dan memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

a. Koefisiensi Determinasi (*R Square*)

Analisis ini untuk mengetahui hubungan antara dua atau lebih variable independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara serentak.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.639 <sup>a</sup>	.409	.366	1.10052

a. Predictors: (Constant), Interaction, Usability, Information

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Gambar 15. Koefisiensi determinasi (*r square*)

Berdasarkan Gambar 15, didapatkan nilai R Square = 0,409 dibulatkan menjadi 40%. Artinya Dari *output* model *summary*, diketahui nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,409 (nilai 0,409 adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi atau R, yaitu  $0,639 \times 0,639 = 0,409$ ). Besarnya angka koefisien determinasi (*R Square*) 0,409 sama dengan 40%. Angka tersebut mengandung arti bahwa X1 (kualitas pengguna), X2 (kualitas informasi), dan X3 (kualitas interaksi) berpengaruh terhadap Y (kepuasan pengguna) sebesar 40%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 40\% = 60\%$ ) dipengaruhi oleh variabel lain di luar model

regresi ini. Sebagai catatan, besarnya nilai koefisien determinasi atau *R Square* hanya antara 0-1. Sementara jika dijumpai *R Square* bernilai minus (-), maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh X terhadap Y. Semakin kecil nilai koefisien determinasi (*R Square*), maka ini artinya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat semakin lemah. Sebaliknya, jika nilai *R Square* semakin mendekati 1, maka pengaruh tersebut akan semakin kuat.

b. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas (*independent*) yang ada dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersamaan atau simultan terhadap variabel tidak bebas (*dependent*).

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34.343	3	11.448	9.452	.000 <sup>b</sup>
	Residual	49.657	41	1.211		
	Total	84.000	44			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna  
 b. Predictors: (Constant), Interaction, Usability, Information

Gambar 16. Uji f

Berdasarkan Gambar 16, dasar pengambilan keputusan dalam Uji F berdasarkan nilai signifikansi hasil dari *output* SPSS adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikansi > 0,05 maka variabel independent secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pada Gambar ANOVA di atas memaparkan uji kelinieran F test didapat nilai F hitung sebesar 9,452 dengan probabilitas 0,000 karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kualitas *Website* Bukalapak atau dapat dikatakan bahwa semua variabel independen secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y.

c. Uji Parsial (Uji T)

Uji statistik T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (*independent*) secara parsial atau individual dalam mempengaruhi variabel tidak bebas (*dependent*).

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.838	1.795		2.695	.010
	Usability	.010	.057	.025	.177	.861
	Information	.044	.067	.107	.664	.510
	Interaction	.228	.068	.552	3.365	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Gambar 17. Uji parsial (uji t)

Berdasarkan Gambar 17, dapat dilihat bahwa ketiga variabel independen yaitu variabel *usability* (X1), *information* (X2) dan *interaction* (X3) signifikan pada  $\alpha = 0,05$  atau 5% pada distribusi nilai t tabel. Kemudian nilai T tabel ditemukan sebesar 2,016. Maka pada hasil perhitungan di atas dan Pengambilan Keputusan dalam Uji T adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar  $0,177 < t$  tabel 2,016 dan nilai signifikansi (Sig.)  $0,861 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara *Usability* (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y).
- 2) Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar  $0,664 < t$  tabel 2,016 dan nilai signifikansi (Sig.)  $0,510 > 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara *Informasi* (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y).
- 3) Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh nilai t hitung sebesar  $3,365 > t$  tabel 2,016 dan nilai signifikansi (Sig.)  $0,002 < 0,05$ . Maka dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara *Interaksi* (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y).

Maka dapat disimpulkan hipotesis H1 ditolak dan H0 diterima, yang berarti tidak

terdapat hubungan yang positif bersama-sama antara Kegunaan (*Usability*), Kualitas Informasi (*Information Quality*) dan Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) dengan kepuasan pengguna website Bukalapak.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil uji analisis kualitas *Website* Bukalapak terhadap kepuasan pengguna menggunakan Model Webqual 4.0 dapat disimpulkan yaitu hasil uji terhadap *variable usability* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *Website* Bukalapak dikarenakan kurangnya peningkatan kualitas kegunaan pada *website* dengan nilai regresi sebesar 0,010. Kemudian hasil uji terhadap *variable kualitas informasi* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *Website* Bukalapak dikarenakan kurangnya peningkatan kualitas informasi pada *website* dengan nilai regresi sebesar 0,044. Sedangkan hasil uji terhadap *variable kualitas interaksi* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *Website* Bukalapak dikarenakan terdapat peningkatan kualitas interaksi pada *website* dengan nilai regresi sebesar 0,288.

Berdasarkan variabel independen (X) yang dieliti yaitu *usability* (kegunaan *website*, *information quality* (kualitas informasi) *website*, dan *interaction quality* (kualitas interaksi) *website* memiliki pengaruh kontribusi sebesar 40% terhadap variabel dependen (Y) yaitu *user satisfaction* (kepuasan pengguna), sedangkan 60% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar *variable* yang diteliti.

#### 5. Referensi

- Fauziah, D. N., & Wulandari, D. A. N. (2018). Pengukuran Kualitas Layanan Bukalapak.com Terhadap Kepuasan Konsumen dengan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(2), 173–180.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayat, C., & Simanjuntak, M. R. (2020). Pengukuran Kualitas Website Retail Fashion Urban Icon dengan Metode WebQual 4.0 dan E-S-Qual. *SATIN - Sains Dan Teknologi Informasi*, 6(2), 24–33.  
<https://doi.org/10.33372/stn.v6i2.644>
- Ihsan, M. I. R., Rezki, M., & Alamsyah, D. P. (2020). Pengaruh Kualitas Website Pada Keputusan Pembelian Pada Situs Shopee Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Indonesian Journal on Computer and Information Technology*, 4(1), 120. [http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijcit/article/view/4990/pdf\\_1](http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijcit/article/view/4990/pdf_1)
- Kristanto, V. H. (2018). *Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI)*. Deepublish.
- Muhsin, Al., & Zuliestiana, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna. 4(3), 2424–2433.
- 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>
- Sarwono, J. (2012). *Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif (Menggunakan Prosedur SPSS): Tuntunan Praktis dalam Menyusun Skripsi*. Elex Media Komputindo.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syofian, S., Setyaningsih, T., & Syamsiah, N. (2015). *Otomatisasi Metode Penelitian Skala Likert Berbasis Web*. November, 1–8.