

Analisis Penggunaan Website Pempek Honey Menggunakan Metode Webqual

Reza Ardiansyah*¹, Tata Sutabri²

^{1,2}Universitas Bina Darma; Jalan Jenderal Ahmad Yani No.3,9/10 Ulu, Seberang Ulu 1,
Palembang, 30111³Jurusan Teknik Informatika, Universitas Bina Darma, Palembang
e-mail: *¹ Ra19062001@gmail.com, ²tata.sutabri@gmail.com

Abstrak

Pempek honey merupakan salah satu online marketplace makanan di Indonesia. Analisis kualitas website sangat penting untuk dikaji. Pentingnya menganalisis tentang fenomena pemanfaatan dan penggunaan dari sisi masyarakat terhadap website merupakan alasan penelitian ini dilakukan. Kepuasan masyarakat merupakan salah satu faktor atau ukuran keberhasilan bagi setiap pengembangan sistem informasi. Kualitas layanan yang baik tidak hanya berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi pihak penyedia layanan, tetapi juga berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi masyarakat. Masyarakat yang menikmati layanan adalah masyarakat yang dapat menentukan kualitas layanan. Persepsi masyarakat terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu layanan. Webqual merupakan metode untuk mengetahui kualitas website berdasarkan persepsi masyarakat atau pengguna. Metode webqual terdiri atas tiga kategori yaitu usability, kualitas informasi, dan interaksi pelayanan. Ketiga kategori tersebut dijadikan acuan untuk menganalisis kualitas website pempek honey. Hasil analisis diharapkan dapat menjadi rekomendasi bagi pempek honey dalam mengembangkan website yang berkualitas sehingga perkembangan website di Indonesia meningkat menjadi tingkat pematangan, pemantapan dan pada akhirnya mencapai tingkat pemanfaatan.

Kata kunci— *Webqual, Usability, Information Quality, Kepuasan Pengguna.*

Abstract

Pempek honey is one of the online food markets in Indonesia. Website quality analysis is very important to learn. The importance of analyzing the phenomenon of website use and utilization from the community's perspective is the reason for conducting this research. Community satisfaction is one factor or measure of the success of any information system development. Good service quality is not only based on the point of view or perception of the service provider, but also based on the point of view or perception of the community. The people who enjoy the service are the people who can determine the quality of the service. Public perception of service quality is a comprehensive assessment of the superiority of a service. Webqual is a method for determining the quality of a website based on public or user perception. The webqual method consists of three categories, namely usability, information quality, and interaction services. The third category is used as a reference in analyzing the quality of the Pempek honey website. It is hoped that the results of the analysis can become recommendations for Pempek Madu in developing quality websites so that website development in Indonesia increases to the level of maturity, consolidation and ultimately reaches the level of utilization.

Keywords— *Webqual, Usability, Information Quality, Service Interaction Quality, User Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Berdasarkan data dari internetworldstats tahun 2023, bahwa pertumbuhan teknologi semakin pesat dengan ditandainya total jumlah pengguna internet di dunia sebesar 5,3 miliar[1]. Sedangkan menurut hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 215,63 juta orang pada periode 2022-2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% dibandingkan pada periode sebelumnya yang sebanyak 210,03 juta pengguna.

Jumlah pengguna internet tersebut setara dengan 78,19%. Hal ini menandakan bahwa Indonesia semakin melek akan teknologi internet dan menjadikan negara Indonesia memiliki pasar konsumen dalam bidang internet tinggi[2]. Menurut data dari Menkominfo menyatakan bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia mencapai 25 miliar dolar AS pada tahun 2016. Hal ini tentunya akan terus meningkat seiring dengan bertumbuhnya jumlah penetrasi internet di Indonesia. Sedangkan data yang didapat dari Techinasia dengan sering bertambahnya daya beli masyarakat yang terus meningkat, penetrasi internet yang kian tinggi, serta layanan yang ditawarkan semakin banyak, pangsa pasar *e-commerce* di Asia Tenggara diprediksi mencapai 50%, Bahkan pasar *e-commerce* di Indonesia diprediksi akan bernilai 910 triliun rupiah[3].

Pempek honey merupakan salah satu penyedia *online marketplace* di Indonesia yang memfasilitasi pengguna internet untuk melakukan kegiatan jual-beli *online*. Hal ini tentunya akan menjadi bahan perhatian bagi manajer dari pempek honey untuk membenahi dan mengevaluasi kualitas layanan pada *website* mereka. Karena kualitas layanan ini merupakan kunci dari ukuran kepuasan pelanggan. Adopsi kualitas layanan yang baru khususnya di dunia *e-commerce* adalah berupa kualitas layanan berbasis *web*. Penelitian Parasuraman et al dalam Savitri & Kerti di tahun 2012 mengatakan bahwa Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan saat klien berada di perusahaan[4].

Penelitian terdahulu tentang metode *webqual* yang dilakukan oleh Rike Sucohati dan kawan-kawan pada tahun 2023 dengan kasus pengukuran kualitas model user interface website asosiasi orofesi fotografi Indonesia dengan metode *wequal* ternyata berhasil melakukan pengukuran kualitas website yang menunjukkan pada kriteria sangat berkualitas[5]. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ayu novitasari dan kawan-kawan pada tahun 2023 dengan kasus analisis kualitas layanan bpkisd dengan metode *webqual* bahwa kemudahan pengguna, kualitas informasi, dan kualitas interaksi, berada dalam kualitas yang baik dengan menggunakan metode *webqual* ini[6].

Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas dari *website* pempekhoney.com dengan menggunakan metode *webqual* berdasarkan persepsi dari pengguna *website* pempek honey. Selain itu juga untuk mengetahui pengaruh dari variabel dimensi *Webqual* (*usability, information quality, service interaction*) terhadap kepuasan pengguna.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Manajemen pemasaran

Menurut Kotler & Keller dalam (fai, 2023) Manajemen pemasaran merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Menurut Sunyoto, pemasaran adalah kegiatan manusia yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan langganan melalui proses pertukaran dan pihak pihak yang berkepentingan dengan perusahaan[7].

2.2 Website

Website menurut Sibero adalah suatu sistem untuk menampilkan gambar, teks, multimedia dan lainnya, pada jaringan internet yang berkaitan dengan dokumen sebagai medianya. Secara terminology, website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs, yang biasanya terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada dalam World Wide Web (WWW) di internet[8].

2.3 Kualitas

Kualitas menurut American Society for Quality dalam Heizer & Render adalah fitur dan karakteristik produk dan jasa yang mengandalkan pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dijanjikan dan tersirat [9] . Sedangkan menurut Heizer dan Render kualitas merupakan kemampuan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan [9] . Menurut Kotler dan Keller, kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan, profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan [10]. Barnes dan Vidgen menyatakan bahwa Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna. Metode ini merupakan pengembangan dari Servqual yang dimulai sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya. Webqual 4.0 terdiri atas tiga dimensi, yaitu Information Quality, Service Interaction Quality, Usability Quality [11].

2.4 Webqual

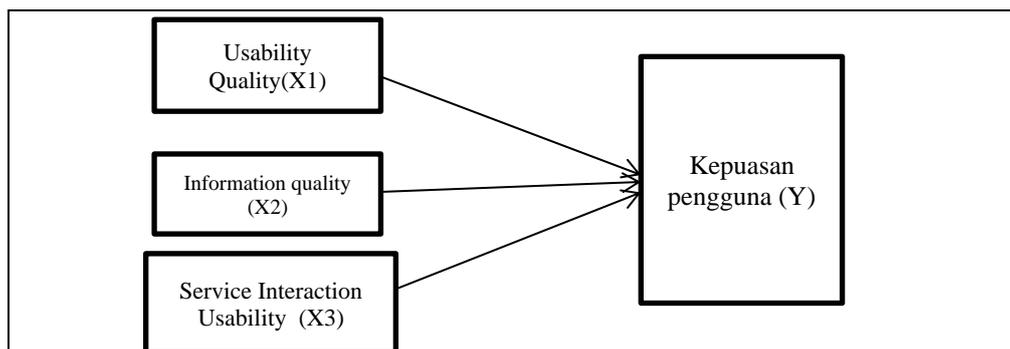
Menurut Tjiptono, kualitas *website* sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan penggunanya itu sendiri. Tarigan menyatakan bahwa semakin tinggi kualitas suatu website maka akan mempengaruhi kepuasan pengguna, semakin tinggi kepuasan pengguna akan mempengaruhi seseorang untuk mengunjungi suatu website . Webqual ialah sebuah instrumen untuk menilai kegunaan, informasi, dan kualitas interaksi jasa dari website. Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna. Metode ini merupakan pengembangan dari Servqual yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa[12].

2.5 Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler & Keller dalam, kepuasan pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan sangat puas atau senang [10].

2.6 Kerangka Pemikiran

Menurut Cronin dan Taylor dalam (Tjiptono & Chandra, 2011:313) mengemukakan bahwa hubungan antara kualitas dan kepuasan adalah bahwa kepuasan membantu pelanggan dalam merevisi persepsinya terhadap kualitas jasa [13].



Gambar 1. Kerangka pemikiran

Kerangka Pemikiran diatas menggambarkan hipotesis bahwa terdapat hubungan positif antara kegunaan, informasi dan interaksi layanan dengan kepuasan pengguna. Keempat variabel diatas menjadi variabel dalam penelitian ini. Adapun indikator dari masing masing variabel diatas, adalah:

1. *Usability Quality* adalah mutu atau kualitas yang terkait dengan website, mulai dari tampilan, kemudahan dalam navigasi, peletakan informasi, kesesuaian tampilan dengan jenis website. Desain yang menarik dan juga kemudahan dalam menggunakan menjadi penunjang bagi pengguna website untuk mengakses dan mengunjungi website secara intens.
2. *Information Quality* (Kualitas Informasi) Kualitas informasi bisa dilihat dari pantas atau tidaknya informasi yang ditampilkan di website, apakah informasi yang disajikan dapat dipercaya dan memiliki akurasi yang tepat.
3. *Service Interaction Quality* (Kualitas Interaksi Layanan) Kualitas interaksi adalah mutu dari interaksi layanan yang diterima oleh pengguna ketika mengakses website yang terwujud dalam bentuk kepercayaan dan empati.
4. *User Satisfaction /Overall* (Kepuasan Pengguna/ Keseluruhan) Variabel terakhir ini merupakan variabel dependen yang menunjukkan tampilan website secara keseluruhan baik.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara menyebarkan kuesioner yang terdiri dari beberapa pertanyaan yang diajukan dalam bentuk formulir *online*. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah lima poin skala Likert. Pengguna akan diminta menilai website untuk kualitas masing-masing menggunakan skala mulai dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju).

2.7 Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. H1 *Usability* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
2. H2 *Information Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
3. H3 *Service Interaction Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

2.8 Metodologi

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan variabel dari dimensi Webqual yaitu *usability*, *information quality*, *service interaction* serta variabel kepuasan pelanggan.

2.9 Populasi dan Sample

Populasi yang diunakan dalam penelitian ini adalah masyarakat Indonesia yang telah menggunakan atau mengunjungi *website* pempek honey. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Non-probability* sampling. *Non-probability* sampling adalah teknik sampling yang tidak memungkinkan anggota-anggota dalam populasi mempunyai peluang yang sama

untuk dipilih sebagai sampel atau tidak diketahui apakah mempunyai peluang yang sama atau tidak [14]. Sedangkan jenis *non-probability* sampling yang digunakan adalah *purposive* sampling yaitu memilih anggota sampel tertentu yang disengaja oleh peneliti, karena hanya sampel tersebut saja yang mewakili atau dapat memberikan informasi untuk menjawab masalah penelitian [14]. Jadi responden yang akan digunakan merupakan pengguna *website* pempek honey.

Penelitian ini menggunakan model kuisisioner tertutup yaitu kuisisioner yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih dengan cukup memberi tanda *checklist* (v) pada jawaban sesuai pilihan responden dengan lima jawaban yang telah disediakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahapan dari perancangan kuisisioner adalah menenukan pertanyaan tentang biodata responden dan pertanyaan yang diambil dari indikator-indikator variabel penelitian[15]. Kuisisioner dalam penelitian ini disusun sesuai dengan indikator webqual terdiri dari 23 pertanyaan dan terbagi dalam 4 dimensi.

Table 1. kuisisioner pertanyaan untuk *user* (pengguna).

Dimensi	Pernyataan	Kode
<i>Usability</i>	Situs mudah untuk dipelajari dan dioperasikan	USA1
	Interaksi dengan <i>website</i> jelas dan mudah dimengerti	USA2
	Mudah untuk menemukan menu-menu didalam <i>website</i>	USA3
	<i>Website</i> mudah untuk digunakan	USA4
	Memiliki tampilan <i>website</i> yang menarik	USA5
	Desain <i>website</i> yang cocok dengan jenis <i>website</i>	USA6
	<i>Website</i> memiliki kompetensi	USA7
	<i>Website</i> menciptakan pengalaman positif bagi pengguna	USA8
<i>Information quality</i>	<i>Website</i> menyediakan informasi yang akurat	IQ1
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang dapat dipercaya	IQ2
	<i>Website</i> memberikan informasi yang tepat waktu	IQ3
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang relevan	IQ4
	<i>Website</i> menyediakan informasi yang mudah dimengerti	IQ5
	<i>Website</i> menyediakan informasi dengan detail yang tepat	IQ6
	<i>Website</i> menyajikan informasi dalam format yang tepat	IQ7
<i>Service interaction</i>	<i>Website</i> memiliki reputasi yang baik	SI1
	merasa aman dalam bertransaksi	SI2
	Merasa aman dengan data pribadi pengguna	SI3
	Menciptakan rasa personal atau terjaminnya privasi	SI4
	Dapat dengan mudah berkomunikasi dengan perusahaan	SI5
	Menyampaikan rasa bermasyarakat dalam produk	SI6
	Memberikan produk atau layanan sesuai dengan janji	SI7
Kepuasan pelanggan	Saya merasa puas dengan kualitas pelayanan pempek honey	KP1

Table 2. Hasil penilaian responden terhadap website pempek honey

Respen den	Usability								Information quality							Service interaction							K P	
	1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7		1
1	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	3	3	5	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
6	5	4	5	4	4	3	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
9	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	3	4	5	4	3	3	4	3	5	4	5	4
10	5	4	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	5	4
11	3	4	4	5	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4
12	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
13	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
14	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4
15	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4

a. Perhitungsn dimensi pengguna (*Usability*)Table 3. jumlah responden pada dimensi pengguna (*Usability*)

Nilai	Dimensi pengguna usability							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0
3	2	2	4	0	2	7	2	1
4	8	12	6	9	12	7	8	9
5	5	1	5	6	1	1	5	5

Table 4. total nilai dimensi pengguna

Nilai	Dimensi pengguna usability							
	1	2	3	4	5	6	7	8
1	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0
3	6	6	12	0	6	21	6	3
4	32	48	24	36	48	28	32	36
5	25	5	25	30	5	5	25	25
Total	63	59	61	66	59	54	63	64

Skala kuesionernya dari 1 sampai dengan 5 yaitu :

Nilai 1 untuk sangat tidak setuju dikonversi menjadi sangat tidak baik.

Nilai 2 untuk tidak setuju dikonversi menjadi tidak baik.

Nilai 3 untuk netral dikonversi menjadi cukup baik.

Nilai 4 untuk setuju dikonversi menjadi baik.

Nilai 5 untuk sangat setuju dikonversi menjadi sangat baik.

Mencari interval= (nilai tertinggi - nilai terendah) / banyaknya nilai interval

1 merupakan nilai terendah dari skala. 5 merupakan nilai tertinggi dari skala. 33 merupakan jumlah responden.

Nilai tertinggi $x = 5 \times 15 = 75$

Nilai terendah $y = 1 \times 15 = 15$

Banyaknya interval = 5

Mencari interval = $(75-15) / 5 = 12$

Maka interval yang diperoleh 12 yaitu :

1. 12 - 24 = sangat tiak baik
2. 25 - 37 = tidak baik
3. 38 - 50 = cukup baik
4. 51 - 63 = baik
5. 64 - 76 = sangat baik

Maka dapat diperoleh rata-rata (mean) :

$$= 63+59+61+66+59+54+63+64 / 8$$

$$= 489 / 8$$

$$= 61,125$$

Jadi Nilai dimensi penggunaan (usability) yang diperoleh adalah 61, masuk ke dalam kategori baik.

b. Perhitungan Dimensi kualitas informasi (*information quality*)

Tabel 5. Jumlah responden pada dimensi kualitas informasi (*information quality*)

Nilai	Dimensi information quality						
	1	2	3	4	5	6	7
1	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0
3	2	5	2	4	9	2	2
4	8	6	4	10	6	13	12
5	5	4	9	1	0	0	1

Table 6. total nilai dimensi information quality

Nilai	Dimensi information quality						
	1	2	3	4	5	6	7
1	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0
3	6	15	6	12	27	6	6
4	32	24	16	40	24	52	48
5	25	20	45	5	0	0	5
Total	63	59	67	57	51	58	59

Dapat diperoleh rata-rata (mean):

$$= 63+59+67+57+51+58+59 / 7$$

$$= 414 / 7$$

$$= 59,14$$

Jadi Nilai dimensi kualitas informasi (*information quality*) yang diperoleh adalah 59,14, masuk ke dalam kategori baik.

c. Perhitungan Dimensi kualitas interaksi (*interaction quality*)Tabel 7. Total nilai pada dimensi kualitas interaksi (*interaction quality*)

Nilai	Dimensi <i>interaction quality</i>						
	1	2	3	4	5	6	7
1	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	1	0	0
3	1	7	4	2	8	1	1
4	14	7	11	13	6	11	13
5	0	1	0	0	0	3	1

Tabel 8. Jumlah responden pada dimensi kualitas interaksi (*interaction quality*)

Nilai	Dimensi <i>interaction quality</i>						
	1	2	3	4	5	6	7
1	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	2	0	0
3	3	21	12	6	24	3	3
4	56	24	44	52	24	44	52
5	0	5	0	0	0	15	5
Total	59	50	56	58	50	62	60

Dapat diperoleh rata-rata (*mean*):

$$= 59+50+56+58+50+62+60 / 7$$

$$= 395 / 7$$

$$= 56,42$$

Jadi Nilai dimensi kualitas interaksi (*interaction quality*) yang diperoleh adalah 56,42, masuk ke dalam kategori baik.

d. Dimensi keseluruhan kualitas website (*overall impression*)Tabel 9. Perhitungan nilai dimensi keseluruhan kualitas website (*overall impression*)

Nilai	Dimensi <i>overall impression</i>
	1
1	0
2	0
3	1
4	12
5	2

Tabel 10. Total nilai dimensi keseluruhan kualitas website (*overall impression*)

Nilai	Dimensi <i>overall impression</i>
	1
2	0
3	3
4	48
5	10
Total	61

Secara keseluruhan kualitas website pempek honey sudah bagus, nilainya 61 masuk ke dalam kategori baik.

– Analisis korelasi

Teknik korelasi linear yang bertujuan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara variabel satu dengan yang lainnya, Berikut hasil pemetaan dari setiap dimensi terhadap keseluruhan kualitas website[16].

Korelasi dimensi penggunaan (*usability*) (x1) terhadap keseluruhan kualitas website (*overall impression*) (y)

Tabel 11. Tabel korelasi dimensi penggunaan terhadap keseluruhan kualitas website

Responden	x ₁	Y	x.y	x ²	y ²
1	29	4	116	841	16
2	32	4	128	1024	16
3	40	4	160	1600	16
4	29	4	116	841	16
5	32	4	128	1024	16
6	35	4	140	1225	16
7	32	4	128	1024	16
8	30	4	120	900	16
9	35	5	175	1225	25
10	31	5	155	961	25
11	31	4	124	961	16
12	35	4	140	1225	16
13	34	4	136	1156	16
14	32	3	96	1024	9
15	28	4	112	784	16
Jumlah	485	61	1974	15815	251

$$r = \frac{n \cdot (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$$r = \frac{15(1974) - (485)(61)}{\sqrt{((15 \cdot 15.815 - (485)^2) \cdot (15 \cdot 251 - (61)^2))}}$$

$$r = \frac{29.610 - 29.585}{\sqrt{(237.225 - 235.225)(3.765 - 3721)}}$$

$$r = \frac{25}{\sqrt{(2.000)(44)}}$$

$$r = \frac{25}{296,64} = 0,082$$

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$= \frac{0,82\sqrt{15-2}}{\sqrt{1-0,084^2}}$$

$$= \frac{0,82\sqrt{13}}{\sqrt{0,993}}$$

$$= \frac{2,95}{0,996} = 2,99$$

$$t_{tabel} = t_{\left(\frac{r}{2}\right)(n-2)}$$

$$= t_{\left(\frac{0,08}{2}\right)(15-2)}$$

$$= t_{(0,04)(13)}$$

$$= 1,55$$

Hasil dari korelasi antara dimensi penggunaan (*usability*) (x1) dengan keseluruhan kualitas website (*overall impression*) (y) bahwa thitung = 2,99 > ttabel = 1,55, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Nilai R Square adalah 0,00672 yang merupakan hasil kuadran dari koefisien korelasi (0,084 x 0,084 = 0,007056). Maka dapat disimpulkan kontribusi nilai dimensi penggunaan (*usability*) terhadap keseluruhan kualitas website (*overall impression*) sebesar 0,672 dengan tingkat hubungan sangat rendah karena berada pada skala 0,000 – 0,199.

Korelasi dimensi kualitas informasi (*information quality*) (x2) terhadap keseluruhan kualitas website (*overall impression*) (y).

Tabel 12. Tabel korelasi dimensi kualitas informasi terhadap keseluruhan kualitas website

Responden	X ₂	Y	x.y	x ²	y ²
1	24	4	96	576	16
2	29	4	116	841	16
3	31	4	124	961	16
4	24	4	96	576	16
5	29	4	116	841	16
6	28	4	112	784	16
7	28	4	112	784	16
8	28	4	112	784	16
9	29	5	145	841	25
10	29	5	145	841	25
11	28	4	112	784	16
12	27	4	108	729	16
13	27	4	108	729	16
14	27	3	81	729	9
15	27	4	108	729	16
Jumlah	415	61	1.691	11.529	251

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n\sum x^2 - (\sum x)^2)(n\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

$$r = \frac{15(1.691) - (415)(61)}{\sqrt{((15 \cdot 11.529 - (415)^2) \cdot (11.529 - (61)^2))}}$$

$$r = \frac{25.365 - 25.315}{\sqrt{(172.935 - 172.225)(11.529 - 3721)}}$$

$$r = \frac{50}{\sqrt{(710)(7.808)}}$$

$$r = \frac{50}{2354,5} = 0,021$$

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$= \frac{0,21\sqrt{15-2}}{\sqrt{1-0,021^2}}$$

$$= \frac{0,21\sqrt{13}}{\sqrt{0,996}}$$

$$= \frac{0,75}{0,996} = 0,753$$

Hasil dari korelasi antara dimensi kualitas informasi (*information quality*) (x2) dengan keseluruhan kualitas website (*overall impression*) (y) bahwa thitung = 0,753 < ttabel = 1,55, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Nilai R Square adalah 0,0441 yang merupakan hasil kuadran dari koefisien korelasi (0,21 x 0,21 = 0,0441). Maka dapat disimpulkan kontribusi nilai dimensi kualitas informasi (*information quality*) terhadap keseluruhan kualitas website sebesar 0,0441 dengan tingkat hubungan sangat rendah karena berada pada skala 0,000 – 0,199. Korelasi dimensi kualitas interaksi (*interaction quality*) (x3) terhadap keseluruhan kualitas website (*overall impression*) (y).

Tabel 13. Tabel korelasi dimensi kualitas interaksi terhadap keseluruhan kualitas website

Responden	X ₃	Y	x.y	x ²	y ²
1	26	4	104	676	16
2	25	4	100	625	16
3	30	4	120	900	16
4	28	4	112	784	16
5	26	4	104	676	16
6	28	4	112	784	16
7	28	4	112	784	16
8	24	4	96	576	16
9	26	5	104	676	25
10	26	5	130	676	25
11	27	4	108	729	16
12	25	4	100	625	16
13	26	4	104	676	16
14	27	3	81	729	9
15	23	4	92	529	16
Jumlah	395	61	1.579	11.225	251

$$\begin{aligned}
 r &= \frac{n \cdot (\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(n \cdot \sum x^2 - (\sum x)^2)(n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2)}} \\
 r &= \frac{15(1.579) - (395)(61)}{\sqrt{(15 \cdot 11.225 - (395)^2)(11.225 - (61)^2)}} \\
 r &= \frac{23685 - 24.095}{\sqrt{(168375 - 156025)(11225 - 3721)}} \\
 r &= \frac{410}{\sqrt{(12.350)(7504)}} \\
 r &= \frac{410}{9626,7} = 0,042
 \end{aligned}
 \qquad
 \begin{aligned}
 t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,42\sqrt{15-2}}{\sqrt{1-0,42^2}} \\
 &= \frac{0,42\sqrt{13}}{\sqrt{0,83}} \\
 &= \frac{1,51}{0,91} = 1,65
 \end{aligned}$$

Hasil dari korelasi antara dimensi kualitas interaksi (*interaction quality*) (x3) dengan keseluruhan kualitas website (*overall impression*) (y) bahwa thitung = 1,65 > ttabel = 1,55, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Nilai R Square adalah 0,17 yang merupakan hasil kuadran dari koefisien korelasi (0,42x 0,42 = 0,17). Maka dapat disimpulkan kontribusi nilai dimensi kualitas interaksi (*interaction quality*) terhadap keseluruhan kualitas website sebesar 0,17 dengan tingkat hubungan sangat rendah karena berada pada skala 0,000 – 0,199 .

4. KESIMPULAN

Pengukuran kualitas sebuah website dapat dilakukan dengan cara melakukan pendekatan metode *webqual* dimana dalam metode *webqual* terdapat dimensi-dimensi yang mempresentasikan sebuah website yang baik dan menarik. Dalam penelitian ini dilakukan penilaian terhadap keseluruhan kualitas website pempek honey dengan menggunakan pendekatan metode *webqual*, dimana hasil dari penelitian ini dapat disimpulkan yaitu : Nilai dimensi penggunaan (*usability*) masuk ke dalam kategori baik, nilai dimensi informasi (*information quality*) masuk ke dalam kategori baik, nilai dimensi interaksi (*interaction quality*) masuk ke dalam kategori baik, dan nilai dimensi keseluruhan kualitas website (*overall impression*) masuk ke dalam kategori baik.

5. SARAN

Pengambilan kebijakan atau manajemen organisasi harus meningkatkan kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas interaksi (layanan) agar berdampak bagi kinerja yang merupakan pengukur dari kesuksesan website Pempek Honey. Untuk meningkatkan kualitas website Pempek Honey, kualitas website perlu diteliti lebih lanjut tentang faktor teknis apa saja yang mempengaruhinya. Penelitian ini hanya melibatkan responden dengan jumlah yang sedikit, untuk penelitian selanjutnya perlu dilibatkan responden yang cukup banyak dengan mengambil jumlah sampel besar sehingga hasilnya lebih berdampak luas. Penelitian ini bisa juga menggunakan metode yang lain sebagai bahan evaluasi penerapan website Pempek Honey sehingga pengembangan website tersebut lebih optimal.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman dan banyak pihak lainnya yang telah mendukung terhadap penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Internet World Stats. (2023). *Jumlah Pengguna Internet di Dunia* . Diambil kembali dari Internet World Stats: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
- [2] Arif, muhammad(2023, maret 8). APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 215,63 Juta Jiwa. Retrieved Februari 3, 2023, from Kompas.com: <https://apjii.or.id/berita/d/survei-apjii-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-215-juta-orang>
- [3] Techinasia. (2019). *Prediksi Pertumbuhan E-commerce di Asia Tenggara*. Diambil kembali dari Techinasia: <https://id.techinasia.com/potensi-ecommerce-di-indonesia-asia-tenggara>
- [4] Savitri, A. N., & Kerti, Y. N. (2012). E-service Quality Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan dalam Penggunaan Internet Banking. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 16(2).
- [5] Suchiati, rike dan tata sutabri. (2023). Perancangan dan Pengukuran Kualitas Model User Interface Website Asosiasi Profesi Fotografi Indonesia Sumatera Selatan dengan Metode WebQual. *Jurnal Jupiter* 5(1): 691 – 703
- [6] Novitasari,ayu dan tata sutabri.(2023). Analisis Kualitas Layanan Website Bkpsdm Kota Palembang Menggunakan Metode Webqual. *Indonesian Journal of Multidisciplinary on Social and Technology* 1(2): 88-94
- [7] Fai (2023, juni 21). Manajemen pemasaran dan pengertiannya. Jnews. <https://umsu.ac.id/berita/manajemen-pemasaran-pengertian/>
- [8] Sibero, A. F. (2013). *Web Programming Power Pack*. Yogyakarta: MediaKom
- [9] Heizer, J., & Render, B. (2015). *Manajemen Operasi : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (11ed). Jakarta: Salemba Empat.
- [10] Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th Edition ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall
- [11] Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2005). Data Triangulation in Action: Using Comment Analysis to Refine Web Quality Metrics. *Journal of European Conference on Information Systems*
- [12] Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- [13] Tjiptono, F., & Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction* (3 ed.). Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.
- [14] Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis "Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi"*. Bandung: Refika Aditama.
- [15] Ahmad Aditiya, “Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode Webqual Pada Website www.wingscorp.com,” 2017.
- [16] Prasastiwi, puri danariat pariddudin. (2018). Penerapan metode webqual 4.0 untuk pengukuran kualitas website BPRS AL SALAAM AMAL SALMAN. *Jurnal Ilmiah Teknologi*. Hal. 1-14 p-ISSN : 2087-3891 dan e-ISSN : 2597-8918
- [17] Sutabri, tata.(2012), *Konsep Sistem Informasi*.Yogyakarta:Andi.
- [18] Sutabri, tata dan darmawan napitupulu.(2019). *Sistem Informasi Bisnis*. Yogyakarta:Andi