

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Website

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar diam atau gerak, data animasi, suara, video dan atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait di mana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman (*hyperlink*) [11]. web statis adalah *website* dimana penggunaannya tidak bisa mengubah konten dari web tersebut secara langsung menggunakan browser, sedangkan web dinamis adalah *website* yang bisa langsung diubah oleh penggunaannya melalui *browser* dan biasanya terhubung melalui database[12]. Contoh *website* statis adalah berisi profil perusahaan, sedangkan *website* dinamis adalah seperti *Friendster*, *Multiply*, dan yang lainnya. Dalam sisi pengembangannya, *website* statis hanya bisa diupdate oleh pemiliknya saja, sedangkan *website* dinamis bisa diupdate oleh pengguna maupun pemilik[11].

2.2 Kualitas Website

Kualitas *website* secara signifikan dapat berdampak pada keberhasilan e-commerce, agar berhasil, *website* harus memberikan informasi yang luas dan dengan format yang mudah dicerna, navigasi dirancang dengan baik dan kemudahan operasi sangat penting untuk *website* yang efektif[13]. Kualitas *website* akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan penggunaannya itu sendiri. Semakin tinggi kualitas suatu *website*, maka akan semakin banyak pengguna yang mengakses *website* tersebut[14].

Peneliti terdahulu membagi dimensi kualitas *website* menjadi lima yaitu [13]:

1. Informasi, meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat, dan relevan
2. Keamanan, meliputi kepercayaan, privasi dan jaminan keamanan
3. Kemudahan, meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah dimengerti, dan kecepatan
4. Kenyamanan, meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif
5. Kualitas pelayanan, meliputi kelengkapan secara *online* dan *customer service*.

2.3 E- Commerce

E-Commerce merupakan transaksi yang meliputi berbagai macam kegiatan bisnis mulai dari pembelian sampai penjualan yang dilakukan melalui media jaringan internet. E-Commerce mencakup distribusi, penjualan, pembelian, pemasaran dan pelayanan dari sebuah produk yang dilakukan dalam sebuah sistem elektronika seperti internet atau bentuk jaringan komputer yang lain[15].

E-Commerce dapat dibagi menjadi beberapa tipe atau jenis yang menjelaskan tipe-tipe dan beberapa kategori e-commerce, antara lain[16]:

1. *Business-to-Consumer (B2C) Business-to-Consumer (B2C)*
Merupakan bisnis online yang paling banyak digunakan konsumen. B2C terbagi dalam 7 model bisnis yang berbeda antara lain: *portals, online retails, content providers, transaction brokers, market creators, service providers, dan community providers.*
2. *Business-to-Business (B2B)*
Fokus pada tipe business-to-business (B2B) adalah melakukan penjualan online ke bisnis yang lainnya, dalam hal ini bisa berupa distributor, perusahaan pengadaan atau pertukaran antar perusahaan.
3. *Consumer-to-Consumer (C2C) Consumer-to-consumer*
adalah dimana ketika konsumen menjual kepada konsumen yang lainnya dengan bantuan pasar online. Dalam hal ini konsumen mempersiapkan produk untuk masuk ke pasar, menempatkan, menyediakan katalog dalam mesin pencari sehingga memudahkan dalam bertransaksi.
4. *Peer-to-Peer (P2P) Teknologi Peer-to-Peer (P2P)*
memungkinkan pengguna internet dalam berbagi file dan sumber daya secara langsung tanpa harus melewati server pusat dari bisnis e-commerce tersebut.
5. *Mobile Commerce Mobile commerce*
Merupakan penggunaan *wireless* media digital dalam melakukan suatu transaksi bisnis secara *online* atau menggunakan web. Seperti, penggunaan perangkat *smartphone* atau *laptop* yang terhubung dengan internet untuk mengakses *website e-commerce*

2.4 Metode WebQual

Metode Webqual merupakan salah satu teknik pengukuran untuk menentukan kualitas *website*. Metode Webqual menggunakan pendekatan *perception* dan *importance* dari pengguna. Persepsi pengguna tentang suatu sistem informasi yang baik adalah sistem yang dimana pengguna merasa puas dengan kualitas *website*. Kualitas ini termuat dalam tiga dimensi dari Webqual versi 4.0. Webqual 4.0 mengukur mutu *website* berdasarkan persepsi dari pengguna *website*. Maka pengukurannya menggunakan instrument penelitian atau kuisioner [17]. Terdapat beberapa versi dari model WebQual dimana setiap versi digunakan dalam penelitian yang berbeda yang disesuaikan dengan populasi dan kebutuhan penelitian yaitu sebagai berikut

Webqual 1.0 merupakan versi pertama dari Webqual yang dikembangkan pada domain UK Business School dengan mengikuti standard dari QFD. Hasil dari pengembangan Webqual 1.0 ini menghasilkan lima dimensi yaitu *ease of use, experience, information, communication, dan integration* dan 24 butir pertanyaan. Kekurangan dari Webqual 1.0 ini adalah terlalu berfokus pada aspek *information quality* atau kualitas informasi. Sehingga melupakan aspek penting seperti *interaction perspective of quality* [18].

Pada Webqual 2.0 dilakukan perbaikan dengan menambahkan aspek interaction quality yang diadaptasi dari SERVQUAL. Instrument ini dicoba diterapkan pada domain internet bookshop. Kekurangan dari Webqual 2.0 adalah karena terlalu fokus melakukan perbaikan dari Webqual 1.0, Webqual 2.0 terlalu fokus pada aspek interaction quality sehingga kurang memperhatikan aspek lainnya yaitu information quality[18].

Webqual 3.0 menggunakan 3 dimensi yaitu kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi pelayanan. Ketika Webqual 1.0 begitu kuat pada kualitas informasinya namun kurang kuat pada interaksi layanannya. Begitu juga dengan Webqual 2.0 yang menekankan kualitas interaksi namun menghilangkan beberapa kualitas informasi dari Webqual 1.0. Versi baru dari Webqual 3.0 ini diujicobakan pada domain lelang online[19].

WebQual 4.0 merupakan hasil analisis pada WebQual 3.0 yang membawa pada identifikasi tiga dimensi dari kualitas website e-commerce, yaitu: kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*). Dalam WebQual 4.0 ini, kegunaan berkaitan dengan desain website misalnya penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan juga tampilan yang disampaikan dalam website tersebut. Kegunaan fokus pada pandangan bagaimana pengguna melihat dan berinteraksi dengan *website*. Lalu kualitas informasi merupakan kualitas dari isi website, yaitu kesesuaian informasi untuk penggunaannya seperti format, tingkat akurasi dan juga relevansi. Terakhir ada kualitas layanan interaksi yang merupakan hal yang dialami oleh pengguna *website*, diwujudkan dalam bentuk kepercayaan dan empati misalnya mengenai transaksi dan keamanan informasi, pengiriman produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik atau pengelola *website*[20].

WebQual 4.0 disusun berdasarkan penelitian pada tiga area (dimensi) kualitas sebagaimana termuat dalam tabel 1 sampai tabel 3[21].

Tabel 2. 1 Dimensi kemudahan Pengguna (*Usability*)

No	Deskripsi indikator
1	Pengguna merasa mudah untuk mempelajari pengoperasian website
2	Interaksi antara website dengan pengguna jelas dan mudah dipahami
3	Pengguna merasa mudah untuk bernavigasi dalam website
4	Pengguna merasa website mudah untuk digunakan
5	Website memiliki tampilan yang menarik
6	Desain sesuai dengan jenis website
7	Website mengandung kompetensi
8	Website menciptakan pengalaman positif bagi pengguna

Tabel 2. 2 Dimensi Kualitas informasi (*information quality*)

No	Deskripsi Indikator
9	Menyediakan informasi yang akurat
10	Menyediakan informasi yang dapat dipercaya
11	Menyediakan informasi yang tepat waktu
12	Menyediakan informasi yang relevan
13	Menyediakan informasi yang mudah dipahami
14	Menyediakan informasi yang detail
15	Menyajikan informasi dalam format yang sesuai

Tabel 2. 3 Dimensi Kualitas Interaksi (*interaction quality*)

No	Deskripsi Indikator
16	Website memiliki reputasi yang baik
17	Pengguna merasa aman untuk melakukan transaksi
18	Pengguna merasa aman terhadap informasi pribadinya
19	Website memberi ruang untuk personalisasi
20	Website memberikan ruang untuk komunitas
21	Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi
22	Pengguna merasa yakin bahwa barang/jasa akan dikirim sebagaimana yang telah dijanjikan

2.4.1 Usability

Usability (USA) website merupakan kemudahan pengguna dalam memproses dan mengakses ketersediaan, fleksibilitas, keandalan, dan waktu respon. Temuan hasil penelitian menyatakan *usability* memberikan rasa kepuasan terhadap para pengunjung situs yang sedang diteliti. Rasa puas muncul ketika kualitas website yang dikunjungi memenuhi persepsi dan harapan user atau pengguna[22]. Dalam pengembangan suatu *software* atau perangkat lunak, salah satu faktor penentu keberhasilan suatu sistem adalah faktor *usability*. Faktor *usability* ini menentukan manfaat dari sistem, penerimaan *user* dan lama waktu penggunaan sistem. Pengukuran *usability* sistem sangat penting untuk mengetahui tinggi atau rendahnya tingkat *usability*. Sistem yang memiliki *usability* yang tinggi akan digunakan dalam jangka waktu yang lama karena banyak orang merasakan manfaat dari sistem. Sedangkan sistem yang memiliki *usability* yang rendah pada akhirnya akan diabaikan oleh pengguna[23].

2.4.2 Information Quality

Information Quality (INFO), adalah tingkat mutu dari isi konten yang terdapat pada website, kelayakan informasi untuk tujuan pengguna seperti akurasi informasi, format informasi dan keterkaitannya[24]. Kualitas informasi bisa disebut kualitas konten yang terkandung di situs web, kesesuaian informasi untuk tujuan seperti format dan koherensi yaitu situs web yang menjadi kebutuhan pengguna, Kualitas informasi dimensi berdasarkan WebQual 4.0 memiliki 7 (tujuh) item atau indikator pengukuran yaitu memberikan informasi yang jelas, memberikan informasi yang dapat dipercaya, memberikan informasi yang up to date, memberikan informasi yang relevan, memberikan kemudahan untuk membaca dan memahami informasi, memberikan detail informasi dan memberikan informasi dengan cara yang tepat[25].

2.4.3 Service Interaction Quality

Service Interaction Quality adalah kualitas dari interaksi antara pengguna dengan website. Pada saat pengguna mengakses website, ada rasa timbul kepercayaan, kenyamanan dan keyakinan, hal tersebut dapat tercipta dengan kriteria website yang baik. Dari informasi yang disajikan, pengguna juga dapat memahami isi informasi dengan jelas, serta meyakini kebenaran informasi tersebut[24]. *Service Interaction Quality* adalah mutu dari interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki kedalam situs lebih dalam, yang terwujud dengan kepercayaan dan empati, sebagai contoh isu dari keamanan transaksi dan informasi, pengantaran produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik situs. Kualitas layanan interaksi yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki lebih dalam ke situs web[25].

2.5 Customer satisfaction index (CSI)

Customer satisfaction index digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa secara menyeluruh dengan melihat tingkat kinerja dan tingkat kepentingan atau harapan dari atribut - atribut jasa pelayanan[26]. CSI digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengunjung secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk/jasa. CSI merupakan indeks untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut yang diukur. Indeks Kepuasan Konsumen (CSI) sangat berguna untuk tujuan internal perusahaan. Untuk mengetahui besarnya nilai CSI, maka langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut[27]:

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) dan *Mean Satisfaction Score* (MSS)
Mean Importance Score (MIS) adalah rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. Sedangkan *Mean Satisfaction Score* (MSS) adalah rata-rata skor untuk tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan oleh pelanggan.
2. Menghitung *Weight Factor* (WF) atau faktor tertimbang. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.

3. Menghitung *Weight Score* (WS) atau skor tertimbang. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan.
4. Nilai *customer satisfaction index* (CSI) atau index kepuasan pelanggan merupakan nilai akhir tingkat kepuasan. Perhitungan *customer satisfaction index* (CSI) didapatkan dengan membagi nilai *weight score* (WS) dengan skala tertinggi yang digunakan dalam penelitian.

2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan untuk mendukung pemahaman mengenai pengaruh variabel terkait persepsi pengguna terhadap suatu layanan website. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang sudah pernah dilakukan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil
1	Ali Muhsin, Dinda Amanda Zuliestiana, S.E., M.M[28]	2017	Analisis Pengaruh Kualitas Website (WebQual) 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna Bukalapak di Kota Bandung	Analisis data ditemukan bahwa variabel yang terdiri dari usability, information quality, dan service interaction quality berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna
2	Aswar Hanif[29]	2016	Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Kepuasan Pengguna E-Commerce Di Indonesia	sebuah nilai yang cukup bisa diterima yang bisa diinterpretasikan sebagai "Puas". Hasil ini adalah sesuai perkiraan, karena e-commerce, dan mungkin kegiatan dagang secara keseluruhan di Indonesia, masih dalam proses pendewasaan
3	Waliya Rahmawanti[30]	2016	PENGARUH KUALITAS WEBSITE E-COMMERCE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DENGAN	Pengukuran kualitas website menggunakan metode Webqual 4.0, sedangkan analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda dengan metode Stepwise. Dimensi Webqual 4.0 yang digunakan untuk mengukur kualitas website terdiri dari kegunaan,

			MENGGUNAKAN WEBQUAL 4.0	<p>kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan.</p> <p>Pengukuran variabel menggunakan metode Regresi Linier Berganda didapat hasil bahwa dimensi kegunaan pada Webqual 4.0 tidak berpengaruh. Dimensi kegunaan tidak berpengaruh dikarenakan akses pada website sedikit membingungkan dan sulit untuk dipelajari.</p>
4	Ar Rachman Abdu'a, Sri Wasiyanti[31]	2019	Pengukuran Kualitas E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0	<p>Dari 3 dimensi webqual 4.0 hanya dimensi Information Quality yang dinilai berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website e-commerce Shopee, sedangkan dimensi Usability dan Interaction Quality tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna website e-commerce Shopee. Hal ini dapat disebabkan karena beberapa responden menganggap website e-commerce Shopee sulit untuk digunakan dalam berinteraksi dengan pengguna dan masih sulit untuk menjalankan menu-menu yang tersedia di website e-commerce Shopee dan juga pada responden</p>
5	Sanusi Mulyo Widodo, Joko Sutopo[32]	2018	Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Untuk Mengetahui Pola Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Model Business to Customer	<p>Dengan adanya halaman kuesioner kepuasan pelanggan dan pengimplementasian metode CSI, pihak kofin dapat mengetahui index kepuasan pelanggan terhadap layanan website e-commerce yang dibangun, sehingga bisa dijadikan bahan evaluasi untuk pengembangan website yang lebih baik lagi.</p>

6	Andini,Siti Nurjanah, Eka Hartati[33].	2018	ANALISIS KUALITAS WEBSITE SUMATERA EKSPRES PALEMBANG MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0	Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat perbedaan (gap) antara persepsi aktual dan harapan ideal pengguna website pada masingmasing variabel kualitas website, hal ini menunjukkan bahwa tingkat kualitas website Sumatera Ekspres Palembang sudah sesuai dengan harapan pengguna website
7	Muhammad Bambang Firdaus, Novianti Puspitasari dkk[34]	2019	Analysis of the Effect of Quality Mulawarman University Language Center websites on User Satisfaction Using the Webqual 4.0 Method	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel usability, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan secara parsial memiliki pengaruh yang kuat pada kepuasan pengguna dan secara bersamaan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap kepuasan pengguna
8	Deva Nur Fauziah, Dewi Ayu Nur Wulandari [35]	2018	PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN BUKALAPAK.COM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE WEBQUAL 4.0	analisis baik secara parsial maupun simultan dimensi kualitas website bukalapak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada website bukalapak.com.
9	Furkonudin, Emi Suryadi, Darmanto[36]	2016	EVALUASI KUALITAS LAYANAN WEBSITE E-COMMERCE BLIBLI.COM	Pnelitian menunjukkan bahwa, terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan terhadap variabel keputusan pembelian online secara simultan.

			MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE	Variabel kualitas interaksi layanan mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel keputusan pembelian online
10	Teddy Chandra, Devy Novia [37]	2019	ANALYSIS OF SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION USING CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) AND IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) METHOD IN "JAKARTA" OPTICAL PEKANBARU	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pelanggan secara signifikan dan positif terkait dengan loyalitas pelanggan. Kepuasan siswa telah ditemukan menjadi mediator penting antara kualitas layanan dan loyalitas mahasiswa

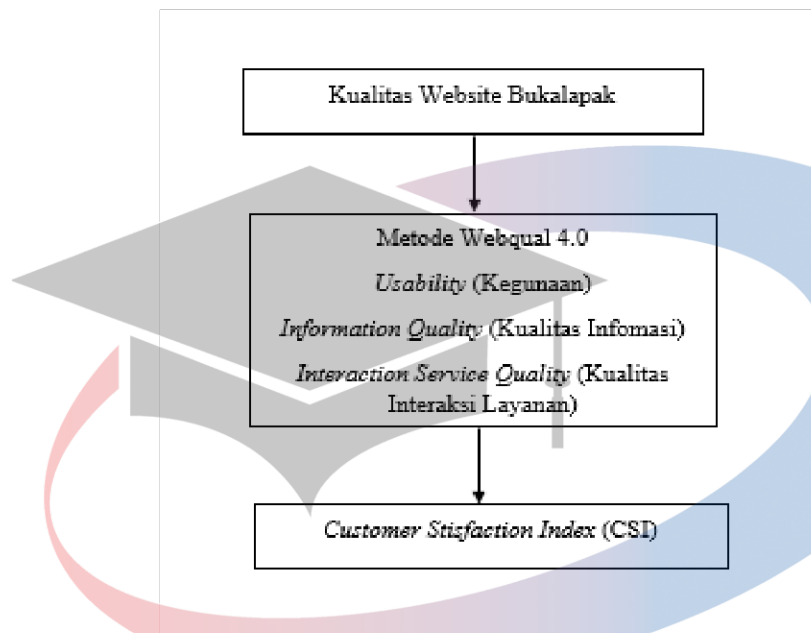
2.7 Kerangka/ Model Konseptual

WebQual 4.0 memiliki 3 (tiga) variabel, yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*interaction service quality*) dimana terdiri dari 22 total indikator. Instrumen WebQual menggunakan pendekatan *perception* dan *importance* dari pengguna akhir[38].

Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indek untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan pendekatan yang mempertimbangkan tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa yang diukur. CSI memberikan data yang jelas mengenai tingkat kepuasan pelanggan sehingga pada satuan waktu tertentu dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk memperbaiki apa yang kurang dan meningkatkan pelayanan yang dinilai customer adalah sebuah

nilai lebih[32]. Nilai maksimum CSI adalah 100% jika nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja pelayanan. Modifikasi WebQual 4.0 dan CSI dapat digunakan untuk mengetahui sejauh mana tingkat kualitas website e-commerce Bukalapak memenuhi harapan pengguna dan kepuasan pengguna[39].

Penelitian ini menggunakan metode webqual 4.0 dan CSI digambarkan sebagai berikut



Gambar 2. 1 Kerangka Pemecahan Masalah

UNIVERSITAS MIKROSKIL