

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Website

*World Wide Web* (WWW) Merupakan kumpulan halaman *web* yang berhubungan antara satu dengan lainnya, halaman pertama sebuah *website* adalah *home page*, sedangkan halaman demi halamannya secara mandiri disebut *web page*, dengan kata lain *website* adalah situs yang dapat diakses dan dilihat oleh para pengguna internet diseluruh dunia[14]. *Website* dapat juga diartikan sebagai kumpulan halaman yang menampilkan informasi data teks, data gambar, data animasi, suara, video, dan gabungan dari semuanya baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman atau *hyperlink*[15]. Teknologi *website* mengolah data menjadi sebuah informasi dengan mengidentifikasi, mengumpulkan, mengelola dan menyediakan untuk dapat diakses secara bersama-sama[16].

*Web* sendiri terbagi menjadi dua yaitu *web* statis dan *web* dinamis, *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[17]. Contoh *website* statis adalah berisi profil Perusahaan, sedangkan *web* dinamis adalah seperti *Friendster*, *Multiplly* dan lainnya. Dalam sisi pengembangannya, *website* statis hanya dapat diupdate oleh pemiliknya saja, sedangkan *website* dinamis bisa di *update* oleh pengguna maupun pemilik [18].

#### 2.2 Kualitas Website

Sebuah *website* merupakan representasi pemilik *website* di dunia maya. Oleh karena itu pemilik *website* perlu memperhatikan kualitas *website*, karena kualitas *website* dapat memberikan gambaran dari kualitas pemilik *website*[19]. Kualitas *website* yang baik membuat calon konsumen merasa puas dalam menggunakan

*website*, pengguna merasa puas karena terpicu untuk menggunakan *website* dalam melakukan transaksi. Dimensi kualitas *website* dibagi menjadi lima, yaitu informasi, meliputi kualitas konten, kegunaan, kelengkapan, akurat, dan relevan; keamanan meliputi kepercayaan; privasi dan jaminan keamanan; kemudahan, meliputi mudah untuk dioperasikan, mudah di mengerti, dan kecepatan; kenyamanan, meliputi daya tarik visual, daya tarik emosional, desain kreatif dan atraktif; dan kualitas pelayanan, meliputi kelengkapan secara *online* dan *customer service* [20].

Sekarang ini, dengan banyaknya penjualan secara *online*, banyak *e-commerce* yang bersaing dengan memberikan tampilan yang menarik di situs *website* masing-masing. Dengan memberikan pelayanan dan informasi yang akurat sehingga para konsumen tidak ragu untuk bertransaksi untuk membeli sesuatu. Kualitas *website* merupakan faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian[21]. Selain itu, *website* juga dipergunakan sebagai sarana komunikasi dan berinteraksi dengan banyak orang. Kualitas *website* dapat menjadikan pengguna menjadi nyaman, aman dan dapat menarik pengunjung lebih banyak. *Website* yang memiliki kualitas yang baik mampu untuk memberikan informasi segala aspek yang ada di toko tersebut, dan *website* yang memiliki kualitas yang baik dapat memberikan kepuasan kepada konsumen[22].

### 2.3 E-Commerce

*E-commerce* adalah suatu kegiatan jual beli yang dilakukan secara online melalui situs atau *website* yang meliputi proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan suatu komunitas melalui transaksi elektronik, yang menyelenggarakan pertukaran elektronik barang[23]. *E-Commerce* digunakan sebagai media perdagangan elektronik yang memiliki karakteristik atau sifat-sifat tertentu. Berdasarkan sifat penggunaannya dapat di jabarkan jenis-jenis umum dari transaksi *e-commerce*, yaitu[24]:

#### 1. Bisnis ke Bisnis (*Bussines To Bussines/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

## 2. *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.

## 3. Bisnis ke Konsumen (*Bussines 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*.

## 4. Konsumen ke Konsumen (*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.

## 5. *Mobile Commerce*

*Mobile commerce* merupakan penggunaan *wireless* media digital dalam melakukan 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 4.0

Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna terakhir (*User Satisfaction*). Dimensi terbaru dari Webqual adalah WebQual 4.0, yang memiliki tiga dimensi yaitu kualitas pengguna (*Usability quality*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas layanan interaksi (*interaction service quality*)[25].

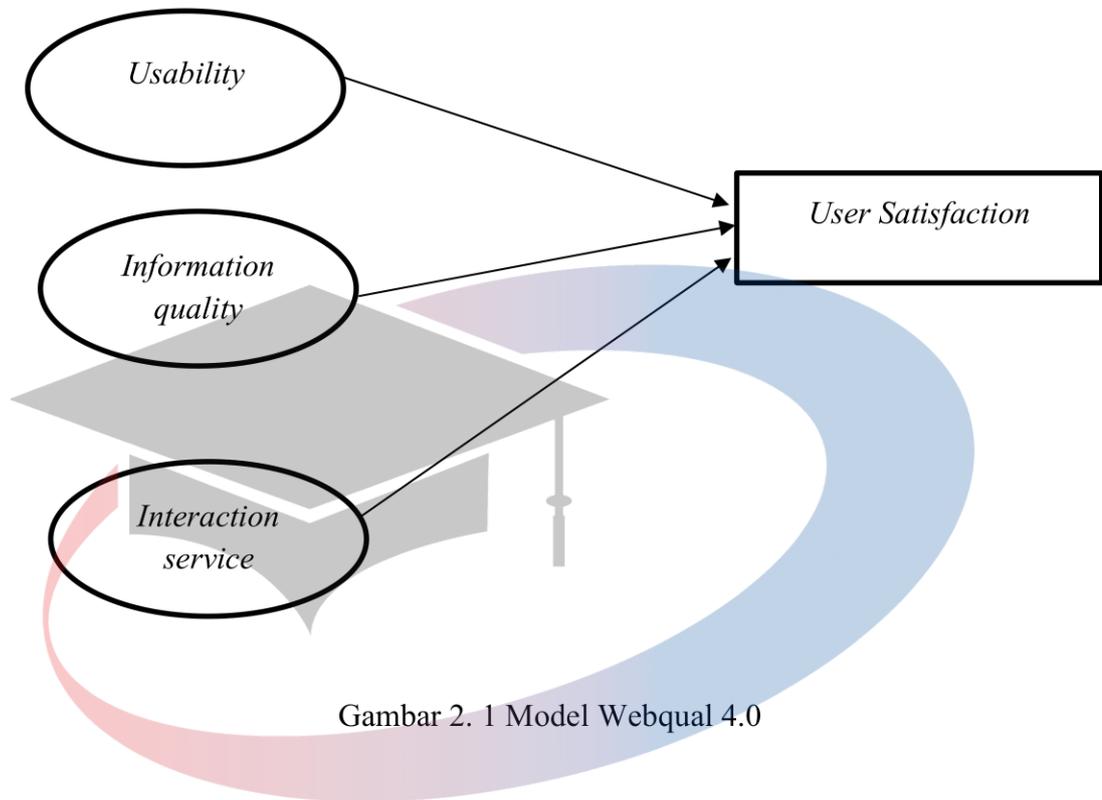
Pengembangan Webqual telah mencapai versi 4.0, WebQual versi 1.0 ditekankan pada kualitas informasi sebuah *website*. Hasil dari pengembangan WebQual 1.0 ini menghasilkan lima dimensi yaitu *ease of use, experience, information, communication, dan integration* yang diujikan dengan metode pilot kuesioner dan populasi yang besar dengan menggunakan 24 pertanyaan mengikuti standar dari QFD.

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*[26].

WebQual versi 2.0 merupakan perbaikan dari Webqual versi 1.0, dimana pada versi 2.0 ditambahkan aspek kualitas interaksi pengguna dalam pengukuran kualitas website dengan mengadopsi SERVQUAL. Instrument ini dicoba diterapkan pada domain internet *bookshop*, Amazon dan menghasilkan bahwa tingkat interaktif dari web mempengaruhi tingkat pembelian melalui internet. 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*[26].

WebQual versi 3.0, fokus pada kualitas informasi dan WebQual 2.0 berfokus pada kualitas interaksi, kedua instrument tersebut membahas tentang kualitas sebuah *website*, dimana *website* tersebut dilihat dari sudut pandang website sebagai sebuah *software artefact*, dimensinya adalah *web information quality (accurate, timely, reliable)*, *web interaction quality (good reputation, safe to transact, personal data secure, will deliver as promise)* *site design quality (easy to navigate, attractive appearance, project a sense of competency)* tes dilakukan pada beberapa domain lelang online[26].

WebQual 4.0 adalah penyempurnaan dari WebQual 1.0, WebQual 2.0 dan WebQual 3.0 sehingga WebQual 4.0 adalah alat analisis kualitas *website* yang terbaru dibandingkan ketiga sebelumnya. Pada WebQual 4.0 disusun berdasarkan pada penelitian tiga dimensi yaitu: *information quality* dari sistem informasi, *service/interaction quality* dan *usability* dari *human computer interaction*[26].



Gambar 2. 1 Model Webqual 4.0

Kualitas Website dalam Model Webqual 4.0 yaitu [26].

1. *Usability* Mencakup “desain website” dan “kegunaan”, misalnya tampilan web, kemudahan penggunaan, kecocokan desain antar halaman dan gambar yang ditampilkan kepada pengguna.
2. *Information Quality* Mengacup kepada kualitas dari konten website dan relevansi untuk keperluan pengguna misalnya, jumlah akurasi, konteks, format dan relevansi informasi.
3. *Interaction Service Quality* Kualitas layanan interaksi yang ditawarkan oleh situs web untuk pengguna. Bagian ini dibagi menjadi “trust” dan “empati”. Misalnya, masalah tentang transaksi, keamanan informasi, pengiriman produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik situs web

Tabel 2. 1 Dimensi dan Item WebQual 4.0

DIMENSI	WEBQUAL 4.0 ITEM
Kualitas Penggunaan ( <i>Usability quality</i> )	1. Kemudahan untuk dioperasikan 2. Interaksi dengan <i>website</i> jelas dan dapat dimengerti 3. Kemudahan untuk navigasi 4. Mudah digunakan 5. Tampilan yang menarik 6. <i>Website</i> memiliki desain yang cocok dengan jenis <i>website</i> 7. Memberikan informasi yang sesuai 8. Membentuk pengalaman positif bagi pengguna
Kualitas informasi ( <i>information quality</i> )	9. Menyediakan informasi yang akurat 10. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya 11. Menyediakan informasi yang <i>up to date</i> 12. Menyediakan informasi yang relevan 13. Menyediakan informasi yang mudah dipahami 14. Menyediakan informasi yang cukup detail 15. Menyajikan informasi dalam format yang sesuai
Kualitas interaksi ( <i>interactin service quality</i> )	16. Mempunyai reputasi yang baik 17. Pengguna merasa aman saat bertransaksi 18. Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi 19. Memberikan rasa kenyamanan bagi pengguna 20. Adanya suasana komunitas 21. Kemudahan untuk komunikasi dengan organisasi 22. Tingkat kepercayaan yang tinggi atas informasi yang disampaikan <i>website</i>

#### 2.4.1 Usability (Kegunaan)

Kualitas *usability*, meliputi kemudahan *website* untuk dipelajari, kemudahan untuk dimengerti, kemudahan untuk ditelusuri, kemudahan untuk digunakan, kemenarikan *website*, interface yang menyenangkan, memiliki kompetensi yang baik, dan memberikan pengalaman baru yang menyenangkan[27]. 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 digunakan dalam jangka waktu yang lama karena banyak orang merasakan manfaat dari sistem. Sedangkan sistem yang memiliki *usability* yang rendah pada akhirnya diabaikan oleh pengguna[28]

#### 2.4.2 Information quality (Kualitas Informasi)

Kegunaan yang berkaitan dengan *website* adalah kualitas informasi, meliputi informasi yang akurat, informasi yang dapat dipercaya, informasi yang *up to date*, informasi yang sesuai dengan topik bahasan, kemudahan informasi untuk dipahami, kedetailan informasi serta informasi yang disajikan dalam format desain yang sesuai[27]. Kualitas Informasi juga mengacu kepada kualitas dari konten *website* dan relevansi untuk keperluan pengguna misalnya, jumlah akurasi, konteks, format dan relevansi informasi[21]. Kualitas informasi mempunyai hubungan positif terhadap efektivitas sistem dukungan pelanggan suatu *website*[29].

#### 2.4.3 Interaction service quality (Kualitas Layanan Interaksi)

Kualitas interaksi, meliputi kemampuan dalam memberikan rasa aman saat transaksi, memiliki reputasi yang bagus, memudahkan komunikasi, menciptakan perasaan emosional yang lebih personal, memiliki kepercayaan dalam memberikan informasi pribadi, mampu menciptakan komunitas yang spesifik, dan memberikan keyakinan bahwa janji yang disampaikan akan ditepati[27]. Kualitas interaksi layanan dinilai dari tingkat kepercayaan pengguna berdasarkan pengalaman pengguna setelah mengakses situs. Misalnya, bagaimana pengguna dihadapkan dengan persoalan keamanan informasi, transaksi, dan bagaimana terjalannya komunikasi antara penyedia situs dengan pengguna[12].

## 2.5 Importance Performance Analysis (IPA)

*Importance Performance Analysis* adalah teknik untuk mengidentifikasi atribut-atribut dari produk atau layanan yang paling dibutuhkan dari adanya sebuah pengembangan atau kandidat untuk kondisi penghematan biaya yang dimungkinkan tanpa kerugian yang signifikan terhadap kualitas secara keseluruhan. Analisis yang digunakan dalam IPA ada tiga, yaitu analisis tingkat kesesuaian, analisis tingkat kesenjangan (GAP), dan analisis kuadran[30]. Alasan peneliti mengabungkan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) karena metode ini memiliki beberapa kelebihan dibandingkan dengan metode lain. Kelebihan tersebut antara lain dapat menunjukkan atribut produk yang perlu ditingkatkan ataupun dikurangi untuk menjaga kepuasan konsumen, hasilnya relatif mudah diinterpretasikan, skalanya relatif mudah dimengerti dan membutuhkan biaya yang rendah. Teknik penerapan yang mudah untuk mengatur atribut dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan itu sendiri, yang berguna untuk pengembangan pemasaran yang efektif untuk kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction*)[31].

### 2.5.1 Analisis Kesesuaian

Analisis kesesuaian adalah hasil perbandingan presentase dari penilaian tingkat kinerja dengan penilaian tingkat harapan. Analisis kesesuaian digunakan untuk melihat apakah hasil kinerja website telah sesuai dengan harapan atau kepentingan penggunaanya. Kriteria penilaian tingkat kesesuaian terdiri dari[30]:

1. Tingkat kesesuaian  $> 100\%$ , berarti kualitas layanan yang diberikan telah melebihi apa yang dianggap penting oleh pelanggan dan pelayanannya sangat memuaskan pelanggan
2. Tingkat kesesuaian  $= 100\%$  berarti kualitas layanan yang diberikan memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan dan pelayanannya telah memuaskan pelanggan
3. Tingkat kesesuaian  $< 100\%$  berarti kualitas layanan yang diberikan kurang/ tidak memenuhi apa yang dianggap penting oleh pelanggan dan pelayanan yang diberikan belum memuaskan pelanggan.

### 2.5.2 Analisis Kesenjangan

Analisis kesenjangan adalah selisih antara nilai kinerja dengan nilai kepentingan. Analisis kesenjangan digunakan untuk mengetahui tingkat kualitas dari website yang diteliti antara kualitas yang dirasakan saat ini dengan kualitas yang telah ditargetkan sebelumnya. Analisis kesenjangan ini nantinya digunakan sebagai bahan evaluasi tindakan yang diperlukan untuk mengurangi kesenjangan atau meningkatkan kinerja yang diharapkan kedepannya. Tingkat kualitas *website* yang dikatakan baik ditunjukkan dengan nilai  $Q_i$  (gap)  $\geq 0$ . Hal ini berarti bahwa kualitas yang diharapkan oleh responden telah sesuai dengan kualitas yang ada saat ini. Sebaliknya jika  $Q_i < 0$  maka sistem atau website dikatakan kurang atau belum memenuhi harapan atau keinginan pengguna[30].

### 2.5.3 Analisis Kuadran IPA

Analisis kuadran diagram kartesius pada penelitian Fatmala dkk ini digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut yang perlu mendapatkan perbaikan terhadap kinerja. Metode Importance and Importance Analysis (IPA) pada penelitian ini menggunakan analisis kuadran. Analisis kuadran berfungsi untuk menampilkan informasi yang berkaitan dengan factor-factor pelayanan yang menurut pengguna sangat memengaruhi kepuasan dan loyalitas mereka, dan factor-factor pelayanan yang menurut pengguna perlu ditingkatkan karena layanan yang mereka rasakan saat ini kurang memuaskan[30]. Analisis ini terdiri dari empat kuadran yaitu[32]:

- 1 Kuadran I (Prioritas Utama) Indikator yang dirasa penting namun kinerja yang diberikan rendah merupakan indikator yang termasuk pada kuadran I, maka harus ditingkatkan. Kuadran ini memuat atribut-atribut pernyataan yang dianggap penting oleh pengunjung tetapi pada kenyataannya atribut-atribut pernyataan tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan dan harus di tingkatkan lagi.
- 2 Kuadran II (Pertahankan Prestasi) Indikator yang dirasa penting dan kinerja yang diberikan baik atau sudah memenuhi harapan pengguna merupakan indikator yang termasuk dalam kuadran II. Atribut-atribut pernyataan ini memiliki tingkat harapan dan kinerja yang tinggi dan harus

dipertahankan untuk waktu selanjutnya karena dianggap sangat diharapkan dan hasilnya sangat memuaskan.

- 3 Kuadran III (Prioritas Rendah) Indikator yang dirasa kurang penting dan kinerja yang diberikan juga tidak baik merupakan indikator yang termasuk dalam kuadran III. Atribut pernyataan yang terdapat dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa atau biasa saja. Perbaikan terhadap atribut pernyataan yang masuk dalam kuadran ini perlu dipertimbangkan kembali dengan melihat atribut pernyataan yang mempunyai pengaruh terhadap manfaat yang dirasakan oleh pelanggan itu besar atau kecil dan juga untuk mencegah atribut pernyataan tersebut bergeser ke kuadran I.
- 4 Kuadran IV (Berlebihan) Indikator yang dianggap tidak penting oleh pengguna namun kinerja yang diberikan baik atau berlebihan merupakan indikator yang termasuk pada kuadran IV. Kuadran ini atribut-atribut pernyataan ini memiliki tingkat harapan rendah menurut pelanggan, tetapi memiliki kinerja yang baik, sehingga dianggap berlebihan oleh pelanggan. Hal ini dikarenakan pelanggan menganggap tidak terlalu penting kurang diharapkan terhadap adanya atribut pernyataan tersebut, tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali.



Gambar 2. 2 Kuadran IPA

## 2.6 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dibuat dengan mengacu kepada penelitian-penelitian terdahulu untuk mendukung pemahaman mengenai pengaruh variabel terhadap layanan *website*.

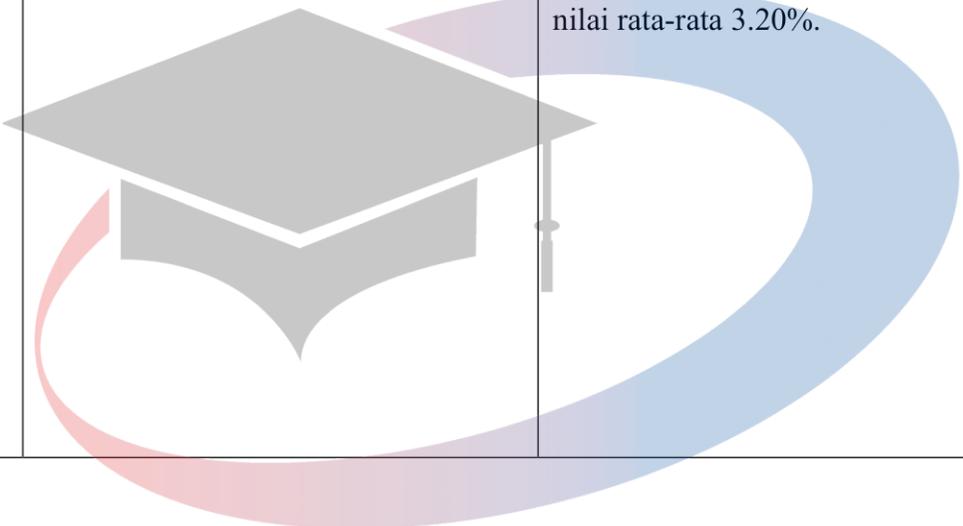
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peliti	Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil
1	Wahidin Abbas [14]	2013	Analisa Kepuasan Mahasiswa Terhadap Website Universitas Negeri Yogyakarta (Uny)	Hasil penelitian dengan metode Chi Square dan Webqual ( <a href="http://www.webqual.co.uk">www.webqual.co.uk</a> ) pengukuran berdasarkan <i>quality function deployment</i> (QFD) adalah untuk mengukur kualitas dari sebuah <i>website</i> berdasarkan instrument-instrument penelitian yang dapat dikategorikan kedalam tiga variable yaitu: <i>usability</i> , <i>information quality</i> , dan <i>services interaction</i> . Kesemuanya adalah pengukuran kepuasan konsumen atau <i>user</i> terhadap kualitas dari <i>website</i> .

2.	Ratna Sari[33]	2019	<p>ANALISIS KUADRAN STRATEGI ONLINE TO OFFLINE (O2O) COMMERCE SERVICE QUALITY PADA MATAHARI.COM</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa service quality pada e-commerce Mataharimall.com menunjukkan nilai rata-rata adalah minus 0,06 yang berarti secara keseluruhan kualitas layanan yang diberikan sudah mencapai target yang telah ditetapkan. Atribut yang menjadi prioritas utama perbaikan ialah atribut yang berada dalam kuadran III dan memiliki kesenjangan sebesar minus 0,17 yaitu atribut keakuratan layanan yang diberikan</p>
3	Yudha Koessala Puja Andhika, Dian Palupi Restuputri[34]	2016	<p>Penilaian situs e- governance dengan metode WebQual dan Importance performance Analysis (IPA)</p>	<p>Analisis pengaruh tingkat kinerja terhadap tingkat kepuasan pengguna berdasarkan dimensi kebergunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi, ketiganya berpengaruh secara parsial (sebagian) terhadap tingkat kepuasan pengguna situs Lapor.go.id Dan tingkat keputusan situs web</p>

4.	Aditya Nizar Al Ardi & Diah Yulisetiari[35]	2018	The Effect of Lazada Website Quality To Satisfaction And Consumer Loyalty	<p>Penelitian ini menunjukkan bahwa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara kualitas website Lazada terhadap kepuasan konsumen.</li> <li>2) Terdapat pengaruh langsung antara kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen</li> <li>3) Terdapat pengaruh langsung antara kualitas website terhadap loyalitas konsumen</li> <li>4) Terdapat pengaruh tidak langsung antara kualitas website terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.</li> </ol>
5.	Sucipto, Cahyani Budihartanti [36]	2020	Measurement e-commerce Services Quality: Applying Webqual 4.0 and Importance Performance Analysis	<p>Metode yang digunakan adalah metode webqual 4.0 dan IPA. Pada metode webqual terdiri dari aspek usability, information quality dan interaction quality. Pada metode IPA digunakan untuk menganalisis tingkat kesesuaian dan kesenjangan berdasarkan tingkat kepuasan dan harapan para pengguna. Hasil dari penghitungan metode IPA dapat digambarkan dengan matrix IPA yang terdiri dari empat kuadran. Dari hasil analisa pada penelitian ini, nilai kesenjangan (gap)</p>

terbesar yaitu pada aspek interaction quality dengan nilai rata-rata 3.20%.

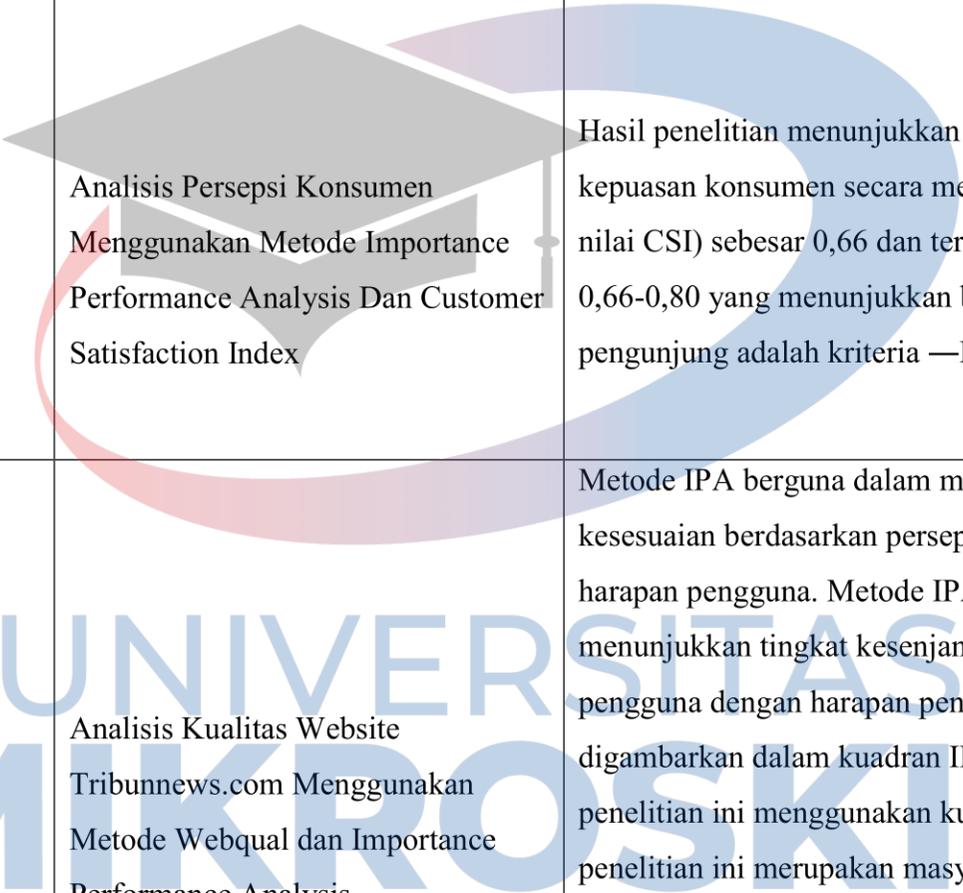


UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

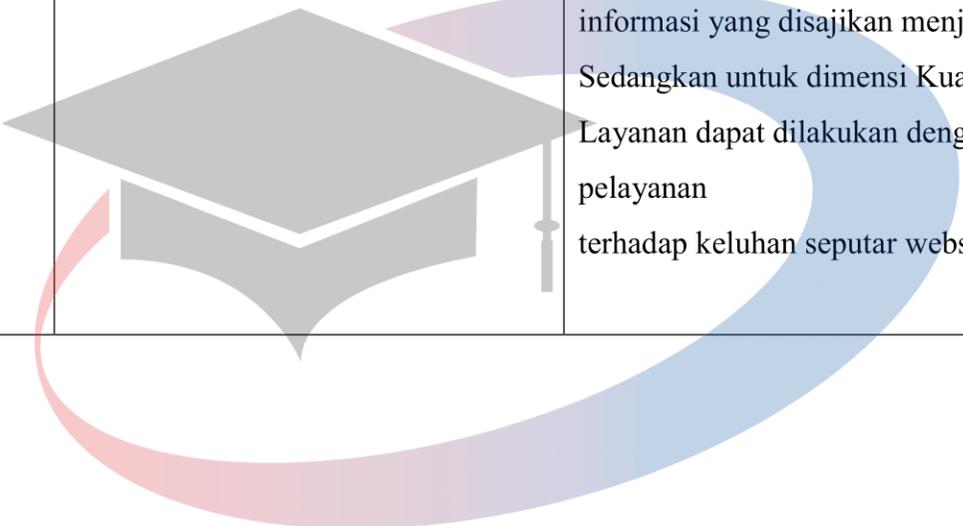
6.	Rintho Rante Rerung, Muhammad Fauzan, Hari Hermawan[37].	2020	Website Quality Measurement of Higher Education Services Institution Region IV Using Webqual 4.0 Method	<p>Hasil pengukuran menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas website Perguruan Tinggi Wilayah IV termasuk dalam kriteria Baik. Secara rinci dari hasil pengukuran, kriteria dimensi yang memperoleh skor tertinggi adalah dimensi kegunaan yaitu 741,63 dengan persentase 81,05 (kriteria baik). Dimensi kualitas informasi diperoleh skor rata-rata 730,57 dengan persentase 79,84 (kriteria baik). Sedangkan dimensi yang memperoleh skor terendah adalah dimensi interaksi pelayanan sebesar 710,50 dengan persentase 77,10 (kriteria baik). Selain itu, untuk mengakomodir kebutuhan pengunjung, penelitian ini menemukan fakta bahwa pengunjung mengharapkan pengembang website untuk membangun navigasi website dengan mudah, informasi lebih update, menerapkan sistem rekomendasi yang komprehensif, dan lebih interaktif.</p>
----	---	------	---	---

7.	Gugus Wijonarko, Alexander Wirapraja [38]	2021	Analisis Kualitas Aplikasi OrangeHRM Menggunakan WebQual 4.0 Dalam Mempengaruhi Kepuasan Karyawan dan Produktivitas Kerja	Hasil yang didapatkan adalah variabel Webqual 4.0 memiliki pengaruh terhadap kepuasan karyawan dan berdampak kepada meningkatnya efektivitas dan produktivitas pekerjaan yang dilakukan di departemen sumber daya manusia perusahaan setiap responden.
8.	Johanes Fernandes Andry1, Kevin Christianto, Fuji Rahayu Wiluje[39]	2019	Using Webqual 4.0 and Importance Performance Analysis to Evaluate E- Commerce Website	Hasil yang di dapatkan adalah dari tiga dimensi yang disediakan Webqual 4.0 untuk penelitian ini dan total 124 siswa sebagai sampel penelitian ini, penulis menemukan bahwa ketiganya memiliki hasil yang signifikan terhadap pelanggan yang puas dengan aspek tertentu pada fasilitas, menu dan isi dari website.

9.	Diana Apriliani, Muhammad Fikry, Marnala J. Hutajulu[32]	2020 Analisa Metode Webqual 4.0 dan Importance-Performance Analysis (IPA) Pada Kualitas Situs Detik.com	<p>Hasil dari perhitungan rata-rata nilai kesenjangan (GAP) pada website Detik.com memberikan angka negatif (<math>&lt;0</math>) yaitu sebesar <math>-0,04</math> angka terbilang dapat menggambarkan bahwa taraf kinerja website Detik.com masih minim dan belum menyanggupi harapan penggunanya. Kuadran IPA memberikan hasil 1 indikator yang terdapat dalam kuadran I, 10 indikator pada kuadran II, 7 indikator pada kuadran III, dan 4 indikator masuk ke dalam kuadran IV. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan terhadap pihak Detik.com khususnya pihak yang mengelola website Detik.com, serta bisa dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan dan mempertahankan kualitas layanannya serta dapat memenuhi harapan pengguna layanan atau pengunjung website Detik.com.</p>
----	---	--	--

10.	Lulu Dian Angraini, Panji Deoranto, Dhita Morita Ikasari[31]	2015	 <p>Analisis Persepsi Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Dan Customer Satisfaction Index</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen secara menyeluruh (berdasarkan nilai CSI) sebesar 0,66 dan terletak di rentang nilai 0,66-0,80 yang menunjukkan bahwa indeks kepuasan pengunjung adalah kriteria —Puasl.</p>
11	Ernesto Ersada Barus, Suprpto,Admaja Dwi Herlambang[12]	2018	<p>Analisis Kualitas Website Tribunnews.com Menggunakan Metode Webqual dan Importance Performance Analysis</p>	<p>Metode IPA berguna dalam menganalisis tingkat kesesuaian berdasarkan persepsi pengguna dengan harapan pengguna. Metode IPA ini juga akan dapat menunjukkan tingkat kesenjangan antara persepsi pengguna dengan harapan pengguna yang selanjutnya digambarkan dalam kuadran IPA. Instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner. Populasi dari penelitian ini merupakan masyarakat umum yang sudah pernah mengakses situs web tribunnews.com dengan teknik random sampling. Hasil dari penelitian</p>

				ini dapat menjadi referensi bagi untuk pengembangan situs web tribunnews.com dan dapat menambah kepustakaan metode webqual dan IPA.
12.	Edo Mashanriza Landaoe, Puspita Kencana Sari, S.kom., M.T.[24]	2015	Analisis kualitas website E-COMMERCE pada website Shopee.co.id Di INDONESIA dengan menggunakan Metode Webqual 4.0	Tanggapan responden terhadap kualitas website Shopee.co.id mendapatkan hasil sebesar 78,62% dan masuk dalam kategori baik, dimensi Usability merupakan dimensi Webqual yang mendapatkan tanggapan paling tinggi sebesar 81,43% masuk dalam kategori baik, dimensi information quality mendapat tanggapan sebesar 76,58% dan dimensi service interaction mendapat tanggapan sebesar 77,45%.
13	Anisa Yulandari, Wing Wahyu Winarno, Asro Nasiri[9]	2016	Evaluasi Kualitas Layanan Website Alumni Menggunakan Metode Webqual 4.0 Evaluation of Service Quality for Alumni Website Using Webqual 4.0 Method	Hasil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh ketiga dimensi Webqual 4.0 terhadap kepuasan pengguna. Dimensi yang paling berpengaruh yaitu Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan. Hal ini berarti peningkatan dapat dilakukan pada indikator yang memiliki nilai rata-rata terendah. Peningkatan pada dimensi Kualitas Informasi dapat

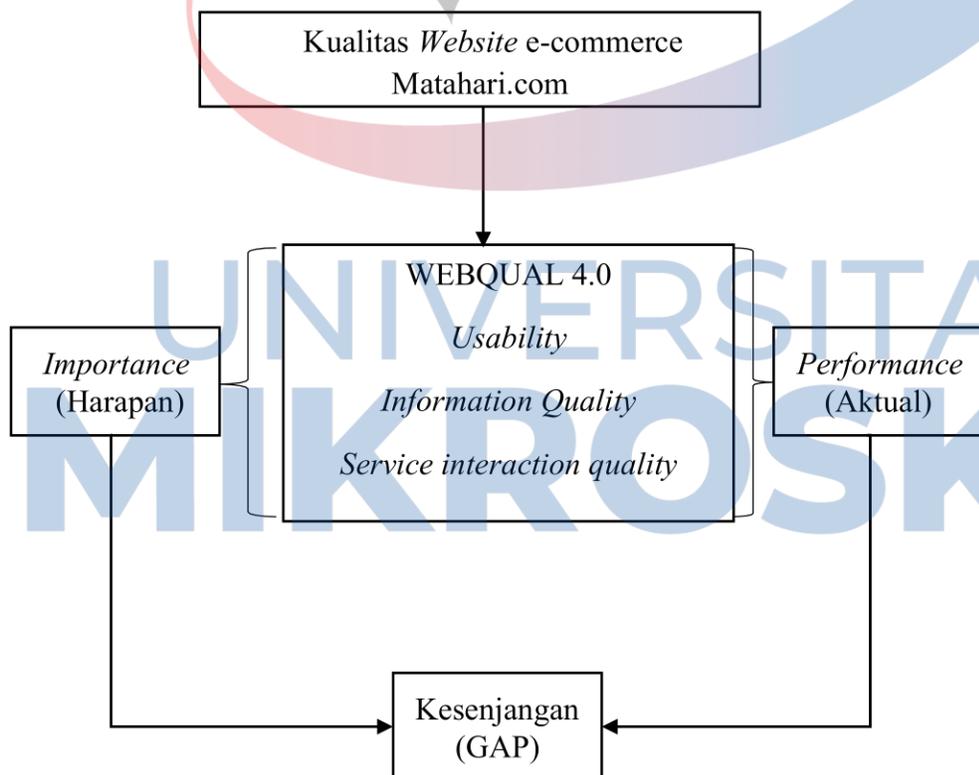
				<p>dilakukan perbaruan secara berkala sehingga informasi yang disajikan menjadi lebih relevan. Sedangkan untuk dimensi Kualitas Interaksi Layanan dapat dilakukan dengan meningkatkan pelayanan terhadap keluhan seputar website alumni.</p>
--	--	--	--	--

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu diatas, dapat disimpulkan bahwa pengujian kualitas dan perbaikan *website* yang menggunakan metode Webqual 4.0 dan *metode Importance Performance Analysis* (IPA) peneliti masih menunjukkan hasil yang beragam diantaranya: adanya pengaruh positif dari ketiga variabel tersebut dan ada juga diantara ketiga variabel terdapat salah satu variabel yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sehingga dapat ditekankan kepada pemilik *website* agar bisa meningkatkan kualitas pada *website*-nya agar lebih memperhatikan kepuasan penggunanya, karena dari kepuasan pengguna dapat membuat *website* tersebut terus berkembang. Jika dibandingkan dengan penelitian ini, peneliti berharap mendapatkan hubungan yang baik dari ketiga variabel tersebut, dimana peneliti melakukan penelitian terhadap salah satu *website* yaitu Matahari.com.

### 2.7 Kerangka Penelitian/Model Konseptual

Penelitian ini menggunakan metode webqual 4.0 dan IPA digambarkan sebagai berikut[24].



Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian