

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Website

Website atau disingkat web, dapat diartikan sekumpulan halaman yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa *text*, gambar, *video*, *audio*, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur internet. Lebih jelasnya, *website* merupakan halaman-halaman yang berisi informasi yang ditampilkan oleh *browser* seperti *Mozilla Firefox*, *Google Chrome* atau yang lainnya [5].

Ditinjau dari aspek *content* atau isi, web dapat dibagi menjadi 2 jenis, yaitu web statis dan web dinamis. Selain dari sisi *content*/isi, web statis dan web dinamis dapat dilihat dari aspek teknologi yang digunakan untuk membuat jenis web tersebut [6].

1. Web Statis

Web Statis adalah web yang isinya/*content* tidak berubah-ubah. Maksudnya adalah isi dari dokumen web tersebut tidak dapat diubah secara cepat dan mudah. Ini karena teknologi yang digunakan untuk membuat dokumen web ini tidak memungkinkan dilakukan perubahan isi / data. Teknologi yang digunakan untuk web statis adalah jenis *clientside scripting* seperti HTML, *Cascading Style Sheet (CSS)*.

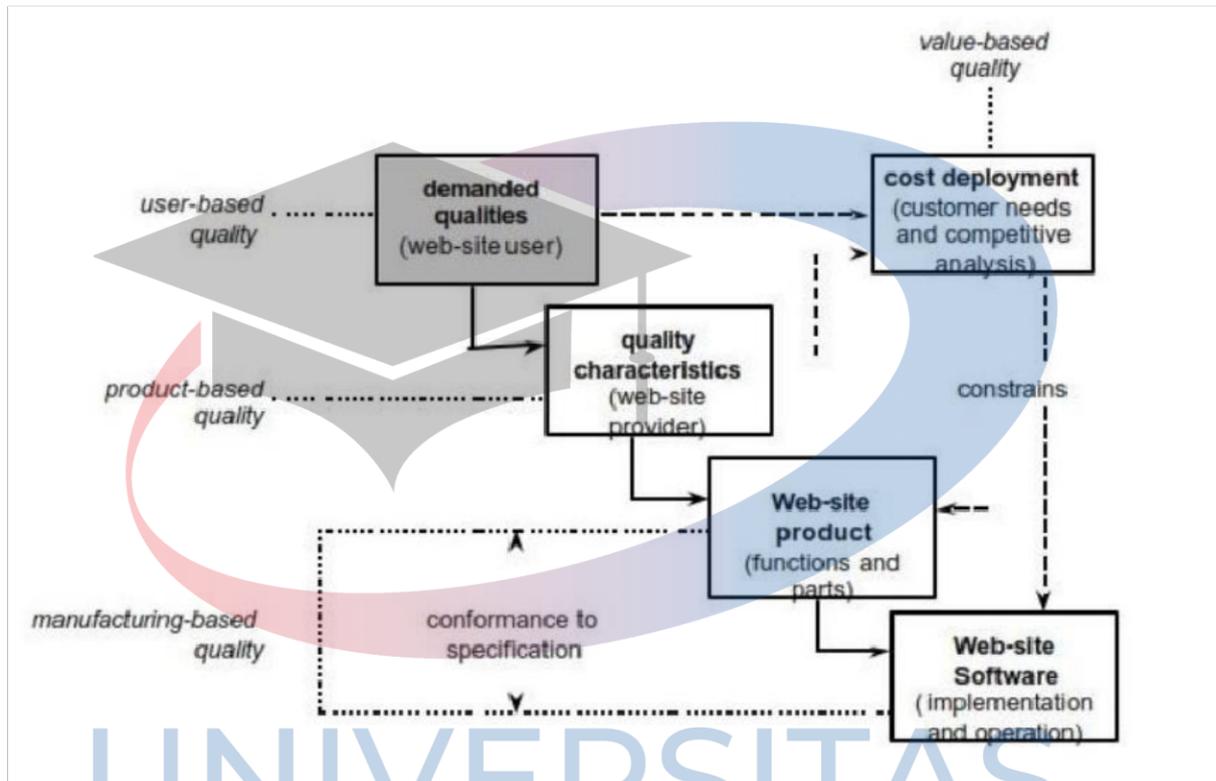
2. Web Dinamis

Web Dinamis adalah jenis web yang *content* / isinya dapat berubah-ubah setiap saat. Untuk membuat web dinamis diperlukan beberapa komponen yaitu *client side scripting* (HTML, *Javascript*, *Cascading Style Sheet*), *server side scripting* seperti PHP, program basis data seperti MySQL untuk menyimpan data-datanya.

2.2 Kualitas Website

Kualitas *website* adalah didasarkan pada kualitas fitur-fitur yang ada didalam *website* tersebut dimana fitur yang ada sudah mampu untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atas keunggulan yang diberikan *website* tersebut [7]. kualitas *website* mempunyai lima dimensi kualitas *website* yaitu [8]:

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.



Gambar 1.1 Quality Function Deployment Website

Versi terbaru adalah WebQual 4.0 yang menggunakan tiga dimensi untuk mewakili kualitas dari *website*, yaitu dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*), dimensi kualitas informasi (*information quality*), kemudahan penggunaan (*usability quality*), kualitas *website* bisa berpengaruh kepada kepuasan pengguna namun perlu adanya evaluasi dan peningkatan berdasarkan indikator dari WebQual. Pada penelitian lain yang menggunakan model *WebQual* 4.0 untuk menentukan pengaruh kualitas *website* pada kepuasan dan kemauan pelanggan terhadap transaksi *online* pada makanan organik di Malaysia. Hasil dari analisis yang telah dilakukan membuktikan bahwa kualitas *website* mempunyai dampak positif pada kepuasan pelanggan [9].

2.3 E-Commerce

E-commerce merupakan salah satu kegiatan transaksi secara elektronik tanpa adanya pertemuan dari kedua belah pihak untuk memudahkan jual beli barang atau jasa melalui informasi secara *online* [10]. *E-commerce* juga dapat transfer dana elektronik, pertukaran data, dan pengumpulan data otomatis. Pembayaranannya biasa melalui *account paypal* atau kartu kredit.

Beberapa proses dalam *E-Commerce* yaitu [11]:

1. Presentasi elektronik (pembuatan *website*) untuk pengguna produk dan layanan.
2. Pemesanan secara langsung dan tersedianya pembayaran.
3. Secara otomatis *account* pengguna dapat secara aman (baik nomor rekening maupun kartu kredit).
4. Pembayaran yang dilakukan secara langsung (*online*) dan penanganan transaksi.

Secara umum *E-Commerce* diklasifikasikan menjadi ada disini beberapa jenis, yaitu *Business to Business* (B2B), *Business to Consumer* (B2C), Perdagangan Kolaborasi (*Collaborative/C-Commerce*), *Consumer to Consumer* (C2C), *Consumer to Business* (C2B), Perdagangan Intrabisnis (Intraorganisasional), *Government To Citizen* (G2C), Perdagangan Mobile (*Mobile/M-Commerce*) [12].

1. *Business to Business* (B2B) merupakan komunikasi bisnis *online* antara pelaku bisnis, umumnya transaksi dilakukan oleh *trading partners* yang telah saling kenal dengan format yang disepakati.
2. *Business to Consumer* (B2C) merupakan mekanisme toko *online* dimana transaksi antara *e-merchat* dengan *e-customer* yang sifatnya terbuka untuk publik, sehingga setiap individu dapat mengakses melalui suatu *web server*.
3. Perdagangan Kolaborasi (*Collaborative/E-Commerce*) merupakan *E-commerce* para mitra bisnis berkolaborasi secara elektronik. Kolaborasi sejenis ini seringkali terjadi antara dalam mitra bisnis di sepanjang rantai pasokan.
4. *Consumer to Consumer* (C2C) merupakan mekanisme yang menjelaskan orang-orang yang menjual produk dan jasa ke satu sama lain atau biasa digunakan dengan "*costumer to costumer*".
5. *Consumer to Business* (C2B) dimana merupakan suatu situs Pembanding mencoba untuk menemukan pemasok yang memenuhi kebutuhan dari pelanggan yang telah menyebutkan daftar produk dan harga yang dibutuhkan.
6. Perdagangan Intrabisnis (*Intraorganisasional*) merupakan perusahaan sedang menggunakan EC secara internal untuk memperbaiki operasinya.

7. *Government Two Citizen (G2C)* setiap pemerintah menyediakan setiap layanan terhadap warganya melalui teknologi EC, berbagai perusahaan ada yang dapat bekerja sama secara bisnis dengan berbagai tiap-tiap unit pemerintahan.
8. Perdagangan *Mobile (Mobile/M-Commerce)* dengan menggunakan akses internet ataupun telepon untuk melakukan belanja maka ini yang dinamakan *M-Commerce/belanja online*.

2.4 WebQual 4.0

WebQual4.0 merupakan salah satu *framework* atau metode yang mengukur kualitas dari sebuah situs yang berdasarkan pada persepsi pengguna. WebQual menggunakan dasar *Quality Function Development (QFD)*. WebQual 4.0 terdiri dari 3 dimensi dari kualitas *website E-Commerce* yaitu [7]:

1. *Information Quality (Kualitas Informasi)*

Kualitas dari konten yang tersedia pada *website*, hal ini mencakup akurasi informasi yang disediakan dan menyangkut pengguna, seperti tingkat akurasi data, format, relevansi data dan keterkaitannya.

2. *Service Interaction Quality (Interaksi Layanan)*

Kualitas dari interaksi layanan untuk pengguna ketika pengguna menyelidiki kedalam layanan *website* tersebut. Contohnya adalah keamanan transaksi dan informasi pengguna, penyajian produk dan personalisasi dengan pengguna *website*.

3. *Usability Quality (Kegunaan)*

Kualitas berfokus pada bagaimana pengguna berhubungan dan berinteraksi dengan *website*. Contoh adalah tampilan *website*, kemudahan dalam menggunakan dan mengakses *website*.

Berikut ini ada tiga komponen utama *usability quality* [13]:

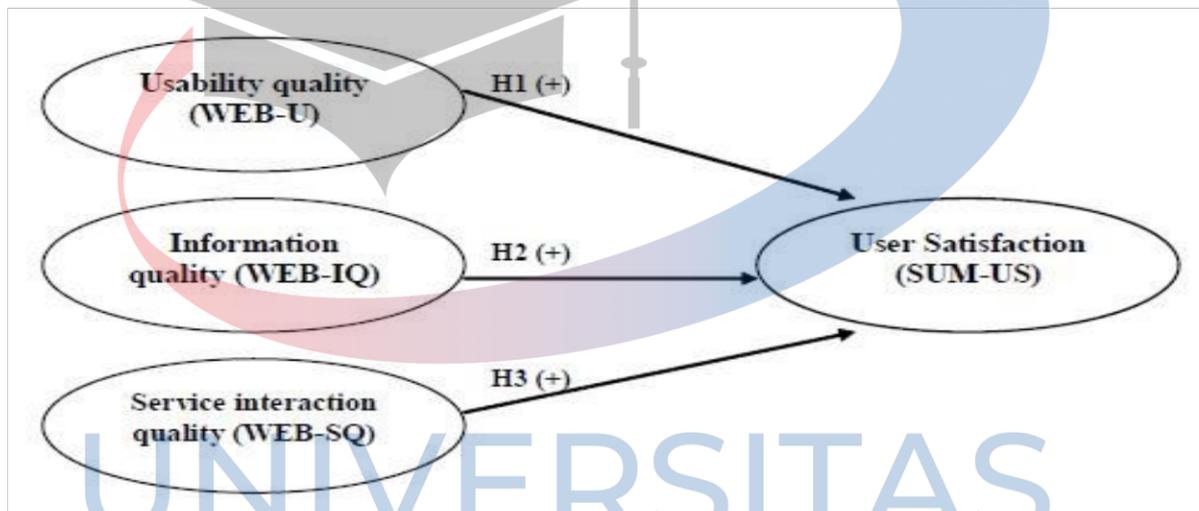
1. Adanya keterlibatan seorang pengguna.
2. Pengguna melakukan suatu pekerjaan.
3. Pengguna melakukan sesuatu dengan adanya produk, sistem atau hal lainnya.

Untuk menginterpretasikan data yang didapat dari nilai *webqual index (WQI)* maka digunakan kriteria penilaian indeks korelasi (r) untuk menyatakan tingkat kualitas layanan yang diberikan portal yakni sebagai berikut:

Tabel 1.1 Interpretasi *WebQual Index* (WQI)

No	Interval Koefisien	Tingkat Kepuasan
1	0,80-1,00	Sangat Puas
2	0,60-0,79	Baik
3	0,40-0,59	Cukup Baik
4	0,20-0,39	Kurang Baik
5	0,00-0,19	Sangat Kurang Baik

WebQual 4.0 dikategorikan berdasarkan tiga dimensi, yaitu : *information quality* (kualitas informasi), *service interaction quality* (kualitas interaksi layanan) dan *usability quality* (Kegunaan), sebagaimana dihasilkan dalam gambar dibawah ini [8]:



Gambar 2.2 Model WebQual 4.0

2.5 Customer Satisfaction Index (CSI)

Indeks kepuasan Konsumen sangat begitu penting karena digunakan untuk tujuan internal perusahaan, sebagai contoh untuk memantau perbaikan layanan, *Customer Satisfaction Index* (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. *Customer Satisfaction Index* (CSI) biasanya digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut – atribut *website* dan produk tersebut. Ada beberapa langkah dalam menghitung nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu [4] :

1. Menentukan *Mean Importance Score* (MIS) tiap-tiap variabel
2. Membuat *Weight Factors* (WF) untuk setiap variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per variabel terhadap total MIS seluruh variabel
3. Menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut
4. Membuat *Weight Score* (WS) tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan MSS
5. Menentukan *Customer Satisfaction Index* (CSI).

Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) diperoleh dengan menggunakan persamaan:

$$CSI = \frac{\sum w_{skp} \cdot k=1}{HS} \times 100\%$$

Tabel 2.2 Interpretasi nilai CSI

No	Nilai Index (100%)	Kriteria
1	$80\% < \text{satisfaction index} \leq 100\%$	Sangat Puas
2	$60\% < \text{satisfaction index} \leq 80\%$	Puas
3	$40\% < \text{satisfaction index} \leq 60\%$	Cukup Puas
4	$20\% < \text{satisfaction index} \leq 40\%$	Kurang Puas
5	$0\% < \text{satisfaction index} \leq 20\%$	Tidak Puas

Nilai maksimum *Customer Satisfaction Index* (CSI) adalah 100%. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai *Customer Satisfaction Index* (CSI) 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja pelayanan [12].

2.6 Penelitian terkait

Ada beberapa penelitian yang terkait dengan pengukuran kualitas *website* dengan metode WebQual 4.0 dan *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu:

Tabel 3.3 Penelitian Terkait

No	Penelitian	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kesimpulan
1	Tristiyanto, Deviana Saputri, M. Iqbal (2020)	Pengaruh Metode Webqual 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna <i>Website</i> Politeknik Sriwijaya.	<i>Variable</i> penelitian yaitu kepuasan pelanggan dengan metode <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .	Objek penelitian yang berbeda. Penelitian ini menggunakan tujuh kategori yaitu <i>usability</i> , kualitas informasi, interaksi pelayanan, kepuasan pengguna, aspek pendidikan, aspek penelitian, dan aspek pengabdian.	Kualitas layanan <i>website</i> mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna <i>website</i> .
2	Hidayatus Sibyan, Bambang Soedijono W.A., Amir Fatah Sofyan (2016)	Pengukuran Kualitas Layanan <i>Website</i> Fakultas Teknik Dan Ilmu Komputer Unsiq Wonosobo.	Objek penelitian sama, dan meneliti tingkat kualitas dari <i>website</i> dengan menggunakan metode Webqual 4.0 dan <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i> .	Objek ini juga menggunakan <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA) dalam mengukur kualitas <i>website</i> .	Variabel-variabel kualitas layanan <i>website</i> diketahui bahwa kualitas layanan <i>website</i> memiliki pengaruh terhadap tingkat intensitas kunjungan <i>website</i> .

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

3	Rizky Esa Riyanto, Otong Saeful Bachri (2019)	Analisis Pengukuran Kualitas <i>Website</i> Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Webqual 4.0.	Menggunakan metode WebQual 4.0 dan csi dalam menganalisis kualitas data <i>website</i> , dan mengacu pada penelitian dari 3 bidang utama.	Metode ini menggunakan metode IPA untuk mengukur kualitas suatu <i>website</i> .	kinerja kualitas <i>Website</i> yang dirasakan pengguna ternyata cukup rendah atau pengguna menganggap bahwa kualitas yang dirasakan atas kualitas <i>Website</i> diberikan ke metode.
4	Yulandari, A., Winarno, W. W., & Nasiri, A. (2019)	Evaluasi Kualitas Layanan <i>Website</i> Alumni Menggunakan Metode Webqual 4.0.	Metode yang dipakai untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu WebQual 4.0 dan CSI untuk mengevaluasi kualitas <i>website</i> .	Berbeda objek penelitian, dan hanya mengevaluasi layanan <i>website</i> alumni. Analisa pada penelitian ini menggunakan SEM (<i>Struktural Equation Modeling</i>).	adanya pengaruh ketiga dimensi Webqual 4.0 terhadap kepuasan pengguna.
5.	Agnes Manik, Irma Salamah, and Eka Susanti (2017)	Pengaruh Metode WebQual 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna <i>Website</i> Politeknik Negeri Sriwijaya.	<i>Variabel</i> penelitian yaitu kepuasan dan loyalitas Menggunakan metode WebQual 4.0.	Metode ini menggunakan uji asumsi klasik.	Hasil dari evaluasi kualitas <i>website</i> terhadap kepuasan pengguna yaitu kualitas kegunaan informasi dan layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.