JURNAL FASILKOM
Volume 13 No. 3 | Desember 2023: 538-545

P-ISSN : 2089-3353
E-ISSN : 2808-9162

Optimasi Pengalaman Pengguna Pendekatan Ilmiah Mengukur Kualitas Aplikasi Shopee dengan Metode Webqual 4.0

Yemima Monica Geaselas[1*], Andy Wijaya[2], Silvia Apriyanti[3], Vincent Richard Tanuhariono[4], Johanes Fernandes Andry[5]

[1,2,3,4,5]Sistem Informasi, Fakultas Teknologi dan Desain, Universitas Bunda Mulia, Jakarta utara

[1]ygeasela@bundamulia.ac.id*, [2]s31190078@student.ubm.ac.id, [3]s31190066@student.ubm.ac.id, [4]s31190067@student.ubm.ac.id, [5]jandry@bundamulia.ac.id

Abstract

The rapid development of social media applications and features in e-commerce involves user input on social media to facilitate online buying and selling, one of which is Shopee. Shopee is one of the e-commerce platforms that engages in customer-to-customer (C2C) transactions. However, there are still several issues on the Shopee website, including not all payment options being available, delayed chat responses from sellers, and very slow order status updates. Therefore, researchers analyze the website to help Shopee assess the website's quality by analyzing user satisfaction using the Webqual 4.0 method. Using the Webqual 4.0 method, researchers will create a questionnaire consisting of usability, information quality, and service interaction. After obtaining questionnaire results from respondents, testing will be conducted on three independent variables (X) tested against one dependent variable (Y) to determine if there is an influence between variables X and Y. All tests passed and obtained valid and reliable values. The T-test conducted yielded results for H1, which is 6.574 > 2.030, meaning that H1 is accepted, indicating an influence between H1 and Y. H2, which is 6.236 > 2.030, means that H2 is accepted, indicating an effect between H2 and Y. H3, which is 6.842 > 2.030, means that H3 is accepted, indicating an influence between H3 and Y. The F-test also resulted in H0 being accepted, meaning there is an influence between X1, X2, and X3 on Y, with the results being H1, H2, and H3 on Y being 0.000 < 0.05 and F count 22.632 > F table 3.25. Based on these results, it can be concluded that Shopee website users are satisfied with the quality of the website provided by Shopee.

Keywords: shopee, Webqual 4.0, validity, reliability, T and F test

Abstrak

Perkembangan aplikasi media sosial dan fitur yang begitu pesat pada *e-commerce* melibatkan masukan dari pengguna media sosial untuk memudahkan pembelian dan penjualan produk secara *online* menjadi lebih mudah, salah satunya yaitu Shopee. Shopee merupakan salah satu *e-commerce* yang melakukan kegiatan jual beli secara C2C (*customer to customer*). Namun, masih terdapat beberapa masalah yang terjadi di *website* Shopee antara lain tidak semua pembayaran tersedia, respon chat yang lama oleh *seller*, dan status pemesanan yang sangat lambat *diupdate*. Karena itu, peneliti menganalisis *website* untuk membantu Shopee dalam menilai kualitas *website* dengan menganalisis kepuasan penggunanya menggunakan metode Webqual 4.0. Menggunakan metode Webqual 4.0, peneliti akan membuat kuesioner yang terdiri dari *usability, information quality*, dan *service interaction*. Setelah mendapatkan hasil kuesioner dari responden yang menjawab, maka akan dilakukan testing pada 3 variabel bebas (X) yang diuji dengan 1 variabel terikat (Y) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X dan Y. Semua pengujian berhasil lolos dan mendapatkan nilai valid dan reliabel. Uji T yang dilakukan mendapatkan hasil dari t hitung untuk H1 adalah 6.574 > 2.030 yang berarti bahwa H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara H1 terhadap Y., H2 yaitu 6.236 > 2.030 yang berarti bahwa H2 diterima yang artinya mendapati efek antara H2 terhadap, dan H3 yaitu 6.842 > 2.030 yang berarti bahwa H3 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara H3 terhadap Y. Uji lalu Uji F juga mendapatkan hasil bahwa H0 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara X1, X2, dan X3 terhadap Y dengan hasil yang didapatkan adalah H1, H2, dan H3 terhadap Y adalah 0.000 < 0.05 dan F hitung 22.632 > F tabel 3.25. Berdasarkan yang dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna dari *website* Shopee sudah cukup merasa puas dengan kualitas *website* yang disajikan oleh Shopee kepada penggunanya.

Kata kunci: shopee, Webqual 4.0, validitas, reliabilitas, uji T dan F

©This work is licensed under a Creative Commons Attribution - ShareAlike 4.0 International License

1. Pendahuluan

Orang-orang yang berada di Indonesia sedang beradaptasi dengan cara hidup baru yang dibawa oleh modernisasi yang cepat [1]. Di Indonesia, terjadi peningkatan yang stabil terhadap penggunaan internet dengan jumlah melonjak dari 175 juta pada tahun 2020 menjadi 220 juta pada tahun 2022, menurut jajak pendapat Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) [2]. *E-commerce* atau *electronic commerce* adalah kegiatan jual beli produk atau layanan yang dilakukan sepenuhnya secara *online*. Perubahan bagaimana orang memenuhi kebutuhan dasar mereka secara finansial adalah cara bagaimana hal ini berpengaruh pada kita. Dulu, konsumen akan

P-ISSN : 2089-3353
E-ISSN : 2808-9162

melakukan pembelian di toko fisik, tetapi sekarang mereka lebih suka melakukannya secara *online*. Shopee hanyalah salah satu dari beberapa platform *e-commerce* baru, baik internasional maupun domestik. Mulai beroperasi pada tahun 2015, Shopee adalah pasar *online* Singapura. Shopee adalah pasar konsumen-ke-konsumen (C2C) [3]. Efektivitas organisasi di hampir setiap aspek, termasuk sumber daya, proses bisnis, pasar, dan manajemen, dapat ditingkatkan dengan menggunakan SI/TI. Mengingat adopsi internet yang meluas di Indonesia, yang telah memfasilitasi pertumbuhan *e-commerce* dengan memungkinkan konsumen untuk membeli tanpa meninggalkan rumah mereka dan dengan kenyamanan mereka, pasar ini memiliki dampak yang sangat baik terhadap perekonomian negara [4]. Selain itu, jumlah orang yang akan membeli secara *online* di *e-commerce* juga dipengaruhi oleh kualitas situs web, membuat kualitas situs web terlihat tinggi dan buruk [5]. Saat membandingkan situs web, ada kalanya penting untuk kita mempunyai pemahaman atau pengertian yang kuat mengenai apa yang merupakan situs "berkualitas tinggi" dan apa yang merupakan situs "berkualitas rendah" [6].

Pertumbuhan aplikasi media sosial dan fitur yang melekat pada *e-commerce* merangsang keterlibatan dan masukan dari pengguna media sosial untuk membuat pembelian dan penjualan barang atau layanan *online* menjadi proses yang lebih mudah. Namun, pemilik bisnis menghadapi kendala saat mencoba memasukkan fitur sosial khususnya yang memenuhi kebutuhan sosial klien ke dalam situs web *e-commerce* mereka [5]. Penulis memilih perusahaan ini agar dapat membantu perusahaan dalam menyelesaikan masalah dan kesulitan yang dialami dengan memberikan saran berdasarkan hasil observasi dan analisa terhadap sistem Shopee agar lebih baik lagi ke depannya [7]. Shopee sendiri merupakan salah satu pendatang terbaru di bidang belanja internet yang terus berkembang. Dengan peluncuran resminya di Indonesia pada tahun 2015 dan memecahkan rekor volume transaksi 24 jam sebesar 1,5 juta pada tahun 2018, *marketplace* berbasis *mobile* ini telah menetapkan standar baru untuk *marketplace e-commerce* di Indonesia [8]. Shopee adalah situs *e-commerce* yang menawarkan apa saja mulai dari barang-barang elektronik konsumen, peralatan rumah tangga sampai pakaian dan aksesori, semuanya didukung oleh beberapa jaminan kuat. Banyak pelanggan puas Shopee mengaitkan kesuksesan *platform* dengan kebijakan pengembaliannya yang murah hati, yang memungkinkan mereka mendapatkan uang mereka kembali atau menukar barang yang tidak diinginkan [9]. Jika pengguna memiliki gambar *item* yang mereka cari, mereka dapat mengunggahnya langsung ke bilah pencarian dan dengan cepat menemukan apa yang mereka butuhkan. Selain itu, Shopee menawarkan pengiriman gratis untuk semua pesanan [10]. Dengan rata-rata 34.510.800 pengunjung bulanan, situs ini menempati peringkat #4 di antara 40 situs *e-commerce* terpopuler. Beberapa permasalahan yang ada pada *website* Shopee adalah tidak semua pembayaran tersedia, respons *chat* yang lama oleh *seller*, dan status pemesanan yang sangat lambat di-*update*. Peningkatan kualitas berbasis web merupakan inisiatif yang perlu dimulai untuk mendukung konsumen dalam terus menawarkan layanan ini dan memastikan bahwa penggunanya puas, yang dimaksud dengan "kesetiaan konsumen" [11].

Klien yang merasa puas akan terus membeli dari *seller* yang sama dari tahun ke tahun. Pelanggan yang tetap setia pada bisnis tidak hanya memberikan stabilitas tetapi juga memberikan gambaran sekilas tentang ekspansi masa depan [12]. Penulis bermaksud untuk mengkaji dan meneliti sistem pada *website* Shopee dengan mencari data reaksi terhadap kritik dan ide dari pelanggan dan juga pengamatan untuk mempermudah analisis. Tujuan penelitian ini adalah untuk membantu Shopee dalam menilai kualitas *website* dengan menganalisis kepuasan pengguna terhadap aplikasi menggunakan pendekatan Webqual 4.0 [13]. Webqual juga dapat diterapkan dalam mengevaluasi layanan TI yang ditujukan untuk memahami kebutuhan dari pengguna, sehingga dapat diperhitungkan untuk meningkatkan kualitas layanan situs web. Situs *e-commerce* yang baik memudahkan pelanggan untuk melakukan apa saja mulai dari memesan hingga melengkapi dokumen yang diperlukan untuk mendapatkan pembelian mereka [14].

Kualitas situs web dapat dievaluasi dengan menggunakan metode Webqual, yang mendasarkan evaluasinya pada prioritas dan sudut pandang pengguna sendiri [10]. Webqual dibuat tahun 1998 oleh Stuart Barnes dan Richard Vidgen. Webqual menggunakan metodologi bertujuan mengukur kualitas umpan balik dari pelanggan yang sebenarnya. Instrumen Webqual4.0 adalah pemeriksaan dibagi menjadi empat kategori yaitu kegunaan, nilai informasi, efektivitas interaksi layanan, dan keseluruhan untuk mengevaluasi kualitas situs web. Di dunia di mana berkomunikasi dengan/dan bertransaksi dengan pelanggan/pengguna atas kualitas situs web mereka telah menjadi salah satu tantangan strategis yang paling mendesak, keempat matriks ini merupakan aspek penting dari setiap pemeriksaan kepuasan pengguna. Saat digunakan, alat Webqual 4.0 akan menghasilkan skor kualitas untuk situs web, dan diharapkan hasil pengukuran akan menginformasikan perencanaan strategis selanjutnya untuk meningkatkan kualitas situs web. Adapun alasan penggunaan metode ini beralasan karena fokusnya pada pengukuran kualitas situs web. Penerapan metode WebQual 4.0 memiliki tujuan untuk memahami dampak sistem terhadap data informasi yang diperoleh oleh pengguna, serta mengevaluasi tingkat kemudahan atau kesulitan yang dirasakan pengguna saat mengakses situs web. [15] Pendapat pengguna tentang kualitas suatu produk dipetakan menurut relevansi (*Importance*) dan kinerja (Performance) menggunakan analisis kuadran dalam

P-ISSN : 2089-3353
E-ISSN : 2808-9162

teknik IPA, dan data yang dihasilkan dianalisis dalam SPSS [16]. Hasil dari penelitian adalah untuk mengetahui kualitas dari *website* Shopee, informasi produk yang diberikan, hingga pelayanan yang diberikan kepada pelanggan ketika melakukan transaksi. Manfaat yang didapatkan adalah Shopee dapat mempertimbangkan saran yang diberikan untuk meningkatkan kualitas, informasi, dan juga pelayanan *website*.

Tingkat kepuasan klien yang dialami sebuah bisnis berbanding lurus dengan kualitas layanan yang mereka berikan. Pertumbuhan perusahaan terkait dengan seberapa baik ia memenuhi kebutuhan pelanggannya. Agar bisnis berhasil, sangat penting bahwa layanan yang ditawarkan memenuhi atau melampaui standar kualitas yang ditetapkan oleh konsumennya dan mereka juga memenuhi harapan pelanggan mereka dalam hal efisiensi [17]. Menurut Kotler & Keller, kepuasan pelanggan adalah emosi yang dialami seseorang sebagai hasil dari kinerja produk relatif terhadap harapan seseorang. Hasan berpendapat bahwa kebahagiaan dan ketidakpuasan konsumen paling baik diukur setelah transaksi dilakukan dan ketidakpuasan terjadi ketika hasil yang terlihat jauh dari harapan. Istilah "kepuasan pelanggan" diciptakan dan mengacu pada penghitungan berbagai respons afektif yang intens terhadap komponen utama konsumsi suatu produk [17].

Mengembangkan Webqual 4.0 menemukan bahwa kategori yang dijadikan alat pemeriksaan semuanya penting untuk kinerja toko online saat mengevaluasi metode tersebut. Pada Webqual 4.0 ini, "*usability*" mengacu presentasi situs web, yang mencakup hal-hal seperti kualitas estetika, fungsionalitas, dan kemudahan penggunaan. Tiga pilar kepuasan pelanggan dalam Webqual 4.0 mencakup fungsi, kualitas dari informasi dan kualitas interaksinya. Data primer dikumpulkan dari sampel 39 orang yang mengisi survei yaitu sebanyak 23 pertanyaan yang diukur dengan skala Likert. Pengumpulan data dilakukan dengan cara *accidental sampling*. Informasi dikumpulkan dan dianalisis menggunakan SPSS dan teknik regresi linier berganda. Menurut data, penggunaan platform *online* Shopee secara signifikan dan positif mempengaruhi kebahagiaan klien [5]. Webqual 4.0 digunakan sebagai salah satu pendekatan karena sangat relevan dengan topik yang diteliti [18].

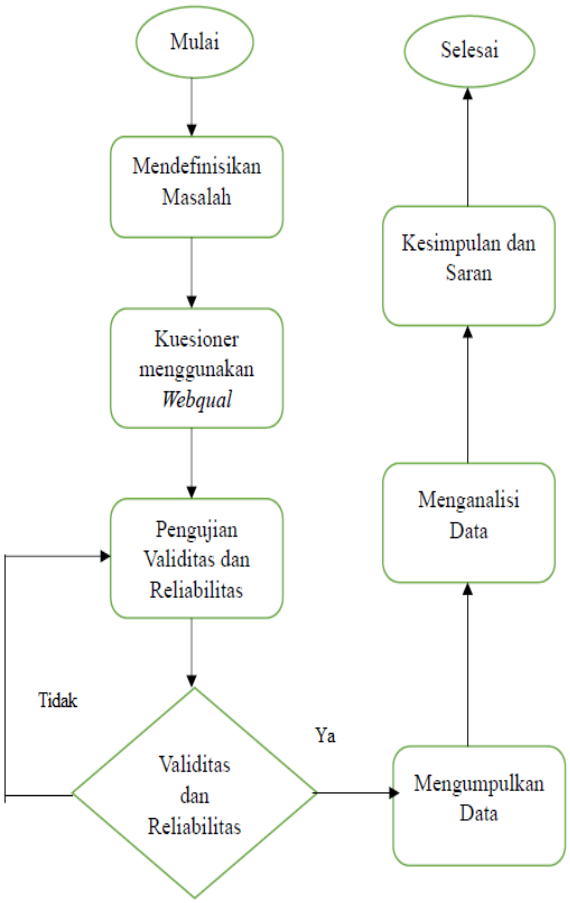
2. Metode Penelitian

Pada poin ini, akan dibahas terkait dengan proses-proses yang dilakukan dalam penelitian ini, tindakan langkah-langkah apa saja, penggunaan Webqual 4.0 dalam analisis penelitian ini, penguna T, pengujian validitas dan reliabilitas, serta uji F (anova).

2.1. Proses dan Langkah Penelitian

Pada gambar 1 tahap penelitian, dapat diketahui dengan jelas bahwa langkah-langkah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Mendefinisikan masalah – masalah yang perlu diketahui menurut pandangan pengguna terhadap kualitas web Shopee
2. Membuat kuesioner menggunakan Webqual 4.0 terdiri dari tiga pilar *usability*, *information quality*, dan *service interaction*
3. Menguji apakah data didapatkan valid atau tidak valid
4. Data yang telah valid akan dikumpulkan dan dianalisis menggunakan IPA yang ada di program SPSS
5. Memberikan kesimpulan dan saran untuk *website* Shopee.



Gambar 1. Tahap Penelitian

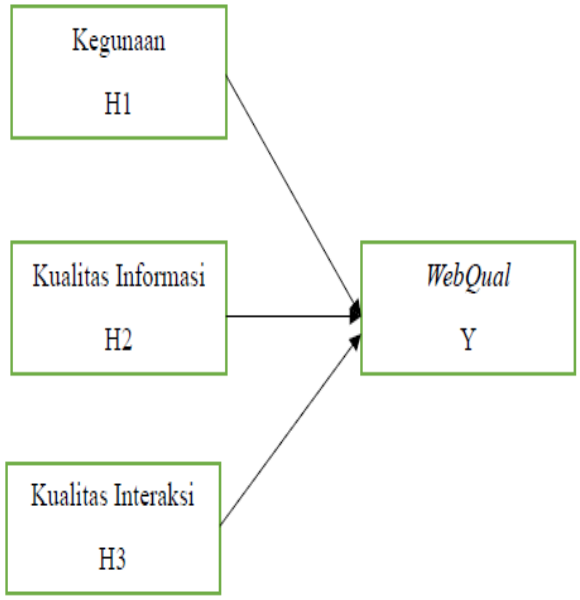
2.2. Webqual 4.0

Instrumen penelitian Webqual 4.0 dibangun dengan menggunakan pendekatan *Quality Function Development* (QFD), yaitu proses untuk membuat dan mengimplementasikan perubahan pada suatu produk atau layanan yang didasarkan pada umpan balik dari pelanggan tentang kualitas produk atau layanan tersebut [19]. Untuk Variabel Penelitian Hipotesis dapat dilihat pada gambar 2.

Dari gambar 2. Variabel Penelitian [19] didapatkan penjelasan sebagai berikut:

P-ISSN : 2089-3353
E-ISSN : 2808-9162

1. Hubungan antara *usability* dengan kepuasan pelanggan Studi terkait antara kegunaan dan kepuasan pelanggan yang dilakukan menunjukkan hubungan positif dan signifikan, mendukung hipotesis berikut:
H1 : *Usability* dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang menguntungkan dan signifikan.
2. Hubungan antara *information quality* dengan kepuasan pelanggan
Hasil studi terkait antara kualitas informasi dan kepuasan pelanggan menunjukkan hubungan yang positif dan substansial, mendukung hipotesis berikut:
H2: Kualitas informasi dan kepuasan konsumen memiliki hubungan yang menguntungkan dan signifikan.
3. Hubungan antara *service interaction quality* dengan kepuasan pelanggan
Uji hubungan dengan kualitas interaksi dengan kepuasan customer menunjukkan bahwa hubungan yang signifikan dan positif, yang mendukung hipotesis berikut:
H3: Kepuasan pelanggan dan kualitas interaksi layanan memiliki hubungan yang signifikan dan menguntungkan.



Gambar 2. Variabel Penelitian

Satu-satunya cara yang dapat diandalkan untuk mengukur kegunaan adalah dengan melihat tindakan pengguna akhir yang sebenarnya; ini melibatkan pengukuran efisiensi, kebahagiaan, dan antusiasme umum mereka dengan produk atau layanan yang bersangkutan. Nilai informasi yang disajikan di situs web diukur dengan standar isinya. Kepuasan pengguna dengan layanan situs diukur dengan kualitas interaksi mereka dengan layanan situs setelah mereka mempelajarinya. Kategori dan survei Webqual 4.0 ditampilkan pada tabel 1 Kategoru dan Survey Webqual 4.0 [20].

Tabel 1. Kategori dan Survey Webqual 4.0

Category	*Webqual 4.0 question*
Usability	1. Saya menemukan situs webnya 2. Mudah dinavigasi. 3. Bagaimana saya menggunakan situs web 4. Transparan dan stabil 5. Saya menemukan situs web ini ramah pengguna. 6. Saya senang menggunakan situs web. 7. Situs web ini memiliki fitur yang indah 8. tampilan fisik a. Tata letak cocok untuk jenis situs. b. Situs web memberikan kesan kompetensi. c. Saya senang menggunakannya.
Information Quality	9. Menawarkan informasi yang benar. 10. Menawarkan yang meyakinkan Informasi. 11. Menyampaikan informasi yang akurat. 12. Informasi tepat waktu disediakan. 13. Menawarkan informasi permanen. 14. Menawarkan informasi dengan jelas dan dapat dengan mudah dipahami 15. Memberikan informasi dengan tingkat detail yang sesuai.
Service Interaction	16. Mempunyai reputasi yang terhormat. 17. Rasa aman untuk menyelesaikannya. 18. Transaksi. 19. Data pribadi saya terasa aman. 20. Menumbuhkan perasaan kustomisasi. 21. Memancarkan perasaan komunitas. Memfasilitasi komunikasi dengan perusahaan Saya yakin bahwa barang atau jasa yang dijanjikan akan diberikan.
Overall	22. Tampilan situs web secara keseluruhan.

2.3. Uji T

Uji T pada bagian ini dipakai untuk mencari apakah terjadi antara variabel X dan Y. Uji T juga digunakan untuk menguji penelitian antara satu atau lebih variabel independen [4]. Terdapat dua cara untuk mengambil keputusan dengan tingkat sig (α) = 0,05 yaitu:

a. Jika hasil nilai signifikansi T bernilai lebih dari (>) 0.05, H0 akan diterima
b. Jika hasil nilai signifikansi T bernilai kurang dari (<) 0.05, H0 akan ditolak

Jika dalam hasil yang diteliti ternyata terdapat penolakan H0, maka memliki arti bahwa terdapat adanya hubungan yang signifikan antara variabel dependen dan independen (Satriadi, 2020).

2.4. Metode Kuantitatif Deskripsi

Penelitian ini menggabungkan teknik kuantitatif dan kualitatif untuk tujuan deskriptif. Data deskriptif kuantitatif digunakan untuk memberikan konteks untuk masalah yang dihadapi dan menjawab pertanyaan tentang keadaan fokus penelitian. Data kuantitatif tentang masalah yang diselidiki didukung dan dilengkapi dengan informasi kualitatif [21]. Penyelidikan ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif, termasuk observasi dan wawancara informal dan tidak terstruktur, diikuti dengan diskusi tentang temuan [21]. Suatu pendekatan terhadap penelitian yang berdasarkan yang diambil dari sebuah subjek penelitian yang keadaan dan situasinya tidak dapat dipalsukan [22].

2.5. Uji Validitas dan Reliabilitas

Tujuan utama dari uji validitas adalah memastikan bahwa bahan-bahan yang pakai untuk mengumpulkan data terorganisir dengan benar untuk menangkap variabel yang relevan. Jika pembacaan instrumen di maka tidak valid, dan sebaliknya. Aman untuk mengatakan bahwa uji validitas adalah prosedur yang digunakan untuk menentukan kebenaran serangkaian pernyataan atau pertanyaan. Data dari *spreadsheet* Excel diimpor ke SPSS melalui teknik *Corrected* Item Total *Correlation* untuk menentukan kebenaran setiap pernyataan dan pertanyaan. Pertanyaan atau pernyataan yang valid diuji reliabilitasnya untuk memastikan validitasnya berkelanjutan. Uji reliabilitas difokuskan pada seberapa baik alat pengukur bekerja. *Alpha Cronbach* digunakan untuk menentukan ketergantungan; suatu nilai dianggap kredibel jika koefisien alfa (α) -nya 0,6 atau lebih tinggi. Tidak ada penelitian yang dianggap kredibel dengan koefisien alfa (α) kurang dari 0,6 [23].

2.6. Uji F (Anova)

Pengujian F atau yang bisa di sebut dengan uji Anova ini dapat dipergunakan jika akan melakukan analisis terkait keterhubungan antara *variable independent* (mandiri) dengan variabel dependen (tergantung). Uji F dijalankan untuk menentukan dampak gabungan dari semua faktor independen terhadap variabel dependen. Teknik Anova (uji F) dipakai untuk mengetes apakah terdapat pengaruh distribusi dan variansi yang terjadi secara bersamaan di dalam variabel [24].

Untuk melakukan uji F, dapat dilakukan dengan acara, yaitu [25]:

1. Membandingkan Fhitung dan Ftabel
a. Semisal F hitung lebih dari (>) F tabel maka H0 diterima dan Ha ditolak, sehingga tidak terdapat hubungan antara persepsi, motivasi, dan sikap konsumen terhadap keputusan dalam pembelian.
b. Semisal F hitung kurang dari (<) F Tabel maka H0 ditolak dan Ha diterima, dan terdapat hubungan antara persepsi, sikap konsumen dan juga motivasi terhadap keputusan dalam pembelian yang dilakukan.
2. Melihat angka probabilitas (sig)
a. Probabilitas (sig) lebih dari (>) 0.05, maka H0 diterima dan Ha ditolak (tidak signifikan)
b. Probabilitas (sig) kurang dari (<) 0.05, maka H0 ditolak dan Ha diterima (signifikan)

3. Hasil dan Pembahasan

Pada poin ini akan menjabarkan dan menjelaskan hasil dari analisis yang dilakukan berdasarkan data yang telah didapatkan menggunakan kuisioner yang diisi oleh sampel popilasi yang disertai dengan pembahasan hasil analisis.

3.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai persuasif kesimpulan dan keakuratan kesimpulan yang ditarik dari hasil pengujian. Sebuah alat ukur akan dianggap berhubungan jika r-tabel kurang dari (<) r hitung. dicapai dengan menggunakan pendekatan korelasi, yang melibatkan pengujian nilai korelasi rhitung dan membandingkannya dengan nilai r-tabel. Nilai-nilai tersebut akan dibandingkan dengan menggunakan Korelasi Pearson *Correlation* dan r-tabel sebagai bagian dari uji validitas. Butir soal dianggap sah jika nilai PC>RT. menggunakan uji derajat 5% dua kali dalam mendapatkan r-tabel.

Pada pengujian tes validitas, digunakan *Pearson Correlation Product Moment two tailed* (dua arah) dimana peneliti mendapatkan data kuesioner dari 39 responden yang merupakan pengguna Shopee, maka didapatkan data dari 39 responden, dimana dari data ini, maka ditunjukkan bahwa sebanyak 10% (4 orang) berusia antara 17-19 tahun, 76% (30 orang) berusia antara 20-22 tahun dan 14% (5 orang) berusia antara 22-25 tahun. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia antara 20-22 tahun. Berdasarkan data yang didapatkan akan dilakukan pengujian pertama yakni validitas yang dimana akan membandingkan antara variabel r tabel dan variabel r hitung dimana variabel tersebut didapatkan dari tabel product moment r two tailed atau yang bisa dikatakan 'dua arah' menggunakan tingkat signifikansi 5% dengan n = 39. N r tabel untuk df = 37 (df = n -2) adalah 0,316. Untuk mendapatkan pernyataan yang dianggap sah (valid), maka r tabel harus kurang dari (<) r hitung, dan jika r tabel lebih dari (>) r hitung maka pernyataan dianggap tidak sah (tidak valid). Oleh karena itu, maka setiap item pernyataan harus memiliki nilai di atas 0,316. Berikut di bawah ini merupakan tabel yang menunjukkan bahwa semua pernyataan yang diberikan kepada responden bersifat valid.
Hasil uji terkait validasi tersebut dapat dilihat pada tabel 2. Uji Validitas. Bisa dilihat pada tabel 2 Uji Validita tersebut bahwa semua indikator baik itu UQ1, UQ2, UQ3, UQ4, UQ5, UQ6, UQ7, UQ8, IQ9, IQ10, IQ11, IQ12, IQ13, IQ14, IQ15, SI16, SI17, SI18, SI19, SI20, SI21, SI22 dan SI23 menunjukkan hasil sebagai berikut yaitu di kisaran angka 0.521 sampai dari 0,828 dan ternyata hasil dari angka tersebut lebih tinggi dari nilai r tabel sebesar 0,361.

Tabel 2. Uji Validasi

No	Indikator	R-Hitung	Nilai r-Tabel	Ket
1	UQ1	.682	0.316	Valid
2	UQ2	.685	0.316	Valid
3	UQ3	.777	0.316	Valid
4	UQ4	.701	0.316	Valid
5	UQ5	.621	0.316	Valid
6	UQ6	.795	0.316	Valid
7	UQ7	.534	0.316	Valid
8	UQ8	.624	0.316	Valid
9	IQ9	.834	0.316	Valid
10	IQ10	.736	0.316	Valid

P-ISSN : 2089-3353
E-ISSN : 2808-9162

11	IQ11	.800	0.316	Valid
12	IQ12	.702	0.316	Valid
13	IQ13	.811	0.316	Valid
14	IQ14	.824	0.316	Valid
15	IQ15	.828	0.316	Valid
16	SI16	.642	0.316	Valid
17	SI17	.521	0.316	Valid
18	SI18	.781	0.316	Valid
19	SI19	.738	0.316	Valid
20	SI20	.725	0.316	Valid
21	SI21	.804	0.316	Valid
22	SI22	.710	0.316	Valid
23	SI23	.822	0.316	Valid

3.2 Uji Reliabilitas

Dalam dilakukan pengujian terkait reliabilitas ini, penulis menggunakan nilai dari *Cronbach Alpha* (α) untuk mengukur konsistensi dari kuesioner. Dalam Uji Reliabilitas dengan ketentuan nilai yang diperoleh dari *Cronbach Alpha* (α) bernilai lebih besar sama dengan (≥) 0.6 maka dapat disimpulkan bahwa nilai dari hasil *Cronbach Alpha* bersifat reliabel. Tabel Uji Reliabilitas dapat dilihat pada tabel 3 Uji Reliabilitas, dari tabel tersebut bisa dilihat bahwa indicator variabel kegunaan, variabel kualitas Informasi dan variabel kualitas interaksi menunjukan hasil Cronbach alfa sebesar 0,898 sampai dari 0,927 dan nilainya lebih besar dari pada r tabel yaitu 0,316 yang atinya semua variabel tersebut adalah reliabel.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

No	Indikator	*Cronbach's Alpha*	Nilai r tabel	ket
1	Variabel Kegunaan	.891	.316	Reliabel
2	Variabel Informasi	.927	.316	Reliabel
3	Variabel Interaksi	.898	.316	Reliabel

3.3. Uji T

Berdasarkan hasil uji T yang ada di tabel 4 Uji T *Usability* yang telah dilakukan didapatkan hasil dari t hitung untuk H1 adalah 6.574, H2 yaitu 6.236, dan H3 yaitu 6.842. Untuk mencari t tabel maka kita akan menghitung menggunakan rumus t = (α/2 ; n-k-1). Untuk nilai dari α yaitu 0.05, nilai dari n yaitu 39 karena diperoleh dari jumlah responden dan nilai k didapat dari jumlah variabel h. Maka nilai dari t tabel adalah t = (0.025; 39-3-1) dan disingkat menjadi t = (0.025; 36) dan hasil dari t tabel yaitu 2.03011.

Tabel 4. Uji T *Usability*

Model	*Unstandardized*	*Coefficients*	*Standardizer Coefficient*	t	Sig
constant	.801	.541		1.480	.147
Usability	.101	.015	.734	6.574	.000

Penjelasan tabel 4 Uji T *Usability* yaitu Pengujian hipotesis H1 dimana diketahui dari hasil yang dianalisi didapatkan bahwa nilai signifikansi pengaruh *usability* (h1) terhadap kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) (Y) adalah 0.000 < 0.05 dan t hitung 6.574 > 2.030. Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara H1 terhadap Y.

Tabel 5. Uji T *Information Quality*

Model	*Unstandarized*	*Coefficients*	*Standarizer Coefficient*	t	Sig
constant	1.749	.420		4.170	.000
Usability	.088	.014	.716	6.236	.000

Penjelasan tabel 5 Uji T *Information Quality* yaitu Pengujian hipotesis H2 dimana diketahui dari hasil yang dianalisi didapatkan bahwa nilai signifikansi pada pengaruh *information quality* (h2) kepada kepuasan pelanggan (Y) adalah 0.000 < 0.05 dan t hitung 6.236 > 2.030. Dari hasil yang didapatkan tersebut, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa H2 diterima yang artinya mendapati efek antara H2 terhadap Y.

Tabel 6. Uji T *Service Interaction*

Model	*Unstandarized*	*Coefficients*	*Standarizer Coefficient*	t	Sig
constant	1.425	.430		3.317	.002
Usability	.097	.014	.747	6.842	.000

Penjelasan tabel 6 Uji T *Service Interaction* yaitu Pengujian hipotesis H3 dimana diketahui dari hasil yang dianalisi didapatkan bahwa nilai signifikansi pengaruh *service interaction* (h3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah 0.000 < 0.05 dan t hitung 6.842 > 2.030. Sehingga didapatkan kesimpulan bahwa H3 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara H3 terhadap Y.

Berdasarkan tabel 7 Uji F, diketahui nilai signifikansi untuk H1, H2, dan H3 terhadap Y adalah 0.000 < 0.05 dan F hitung 22.632 > F tabel 3.25. Maka dapat diartikan bahwa H1, H2, dan H3 diterima dan terdapat pengaruh antara H1, H2, dan H3 terhadap Y. F tabel didapat menggunakan rumus F (k; n-k) = F (2; 39-2). Bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh H1, H2, dan H3 terhadap Y secara signifikan.

Tabel 7. Uji F

Model		*Sum Of Squares*	df	*Mean Square*	F	Sig
1	Regression	8.358	3	2.736	22.632	.000[b]
	Residual	4.309	35	.123		
	Total	12.667	38			

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis kami mengenai analisis kualitas website Shopee dengan memakai *framework* Webqual 4.0, pada penelitian ini akan berfokus kepada tiga (3) penilaian utama dalam kepuasan pengguna menurut Webqual 4.0 yaitu kepuasan pengguna pada poin *usability*, *information quality*, dan *service interaction*, dari hasil dan pembahasan yang didapati:

1. Peneliti menarik sebuah kesimpulan bahwa pada website Shopee tata letak *website* dibuat sudah dikatakan nyaman oleh pengguna *website* Shopee tersebut dan *website* tersebut tentunya memiliki penilaian yang baik. Penilaian ini dilihat mulai dari segi *design website*, *content website* dan layanan yang diberikan *website* kepada penggunanya, maka didapatkan data dari 39 responden, dimana dari data ini, maka ditunjukkan bahwa sebanyak 10% (4 orang) berusia antara 17-19 tahun, 76% (30 orang) berusia antara 20-22 tahun dan 14% (5 orang) berusia antara 22-25 tahun. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia antara 20-22 tahun.
2. Hasil penilaian dari pengumpulan data oleh pengguna dapat dijadikan masukan untuk evaluasi serta pengembangan *website* Shopee, sehingga *website* tersebut dapat menjadi lebih akomodatif dengan keinginan dan harapan oleh penggunanya. Penulis juga menganalisis data yang diberikan oleh pengguna dan melakukan berbagai pengujian seperti uji validitas, reliabilitas, uji T dan juga uji F.
3. Terdapat 3 variabel bebas (X) yang diuji dengan 1 variabel terikat (Y) untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara variabel X dan Y. Semua pengujian berhasil lolos dan mendapatkan nilai valid dan reliabel. Uji T yang dilakukan mendapatkan hasil dari t hitung untuk H1 adalah 6.574 > 2.030 yang berarti bahwa H1 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara H1 terhadap Y., H2 yaitu 6.236 > 2.030 yang berarti bahwa H2 diterima yang artinya mendapati efek antara H2 terhadap, dan H3 yaitu 6.842 > 2.030 yang berarti bahwa H3 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara H3 terhadap Y. Uji lalu Uji F juga mendapatkan hasil bahwa H0 diterima yang artinya terdapat pengaruh antara X1, X2, dan X3 terhadap Y dengan hasil yang didapatkan adalah H1, H2, dan H3 terhadap Y adalah 0.000 < 0.05 dan F hitung 22.632 > F tabel 3.25.
4. Berdasarkan yang dapat ditarik kesimpulan bahwa pengguna dari *website* Shopee sudah cukup merasa puas dengan kualitas *website* yang disajikan oleh Shopee kepada penggunanya

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Bunda Mulia yang telah menjadi sumber pendanaan dari pelaksanaan penelitian ini, serta teman-teman dan keluarga yang telah mendukung dilaksanakannya penelitian ini.

Daftar Rujukan

[1] M. F. Widiyantoro, T. Ridwan, N. Heryana, A. Voutama, and Siska, "Perancangan UI / UX Pada Aplikasi V&F Menggunakan Metode Design Thinking," *MDP Student Conf. 2022*, vol. 1, no. 1, pp. 361–368, 2022.

[2] N. Zuraya, "APJII: Pengguna Internet di Indonesia Naik dari 175 Juta Menjadi 220 Juta," *Republika*, 2022. https://tekno.republika.co.id/ (accessed Sep. 05, 2023).

[3] I. Riswara, Y. Rahardja, and H. P. Chernovita, "Perencanaan Strategis Sistem Informasi Dan Teknologi Informasi Pada Perusahaan PT. Gahamedia Informasi," *J. Inf. Syst. Informatics*, vol. 3, no. 1, pp. 363–275, 2021, doi: 10.51519/journalisi.v3i3.157.

[4] A. R. Abdu'a and S. Wasiyanti, "Pengukuran Kualitas E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0," *Paradig. - J. Komput. dan Inform.*, vol. 21, no. 2, pp. 143–148, 2019, doi: 10.31294/p.v21i2.6357.

[5] D. Nur Fauziah, D. Ayu Nur Wulandari, S. Informasi, K. Akuntansi, S. Nusa Mandiri Jakarta, and A. BSI Karawang, "Pengukuran Kualitas Layanan Bukalapak.Com Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Webqual 4.0," *J. Ilmu Pengetah. Dan Teknol. Komput.* , vol. 3, no. 2, pp. 173–180, 2018.

[6] A. Sudradjat, S. Selviana, and W. Widiati, "Metode Webqual 4.0 Untuk Mengukur Kualitas Website Quick Online Booking PT. Pos Indonesia," *Inf. Syst. Educ. Prof. J. Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, p. 21, 2020, doi: 10.51211/isbi.v5i1.1391.

[7] H. Tannady, I. Suryantara, A. Wijaya, and K. Andrian, "Measurement of The Maturity Level of The Presence Application Using The COBIT 4.1 Approach Case Study: PT Focus Distribution Nusantara," *J. Bus. Audit Inf. Syst.*, vol. 5, no. 1, pp. 1–9, 2022.

[8] S. Priyo and S. D. Sri, "Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee Dalam Membangun Positioning Di Tengah Pandemi Covid-19 Di Indonesia," *J. Ilmu Komun.*, vol. 3, no. 2, pp. 16–29, 2020, [Online]. Available: http://52.221.78.156/index.php/linimasa/article/view/2754

[9] S. G. Tulanggow, T. M. Tumbel, and O. Walangitan, "Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian Pt. Shopee International Indonesia Di Kota Sukabumi," *Transekonomika Akuntansi, Bisnis dan Keuang.*, vol. 2, no. 5, pp. 383–392, 2022, doi: 10.55047/transekonomika.v2i5.231.

[10] M. Rosmaya, G. . Nursanto, and D.D Bevani, "Analysis of Class I Non TPI Bekasi Immigration Office Website Using Webqual 4.0 And Ipa (Importance Performance Analysis) Methods," *Temat. | Technol. Manag. Informatics Res. Journals*, vol. 6, no. 2, pp. 45–59, 2022, doi: 10.52617/tematics.v4i2.385.

[11] A. D. Muchtar and A. Suryani, "Upaya Menangani Permasalahan dalam Perkembangan Remaja (Tinjauan aspek keberagamaan)," *Edumaspul J. Pendidik.*, vol. 4, no. 2, pp. 408–416, 2020, doi: 10.33487/edumaspul.v4i2.591.

[12] D. K. Gultom, M. Arif, and Muhammad Fahmi, "Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek," *MANEGGGIO J. Ilm. Magister Manaj.*, vol. 3, no. 2, pp. 273–282, 2020, [Online]. Available: http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO

[13] Rosita, P. S., Eva, R., and A. B. M. Wijaya, "Benchmarking Website E-commerce Menggunakan Pengukuran WebQual," vol. 2014, no. Sentika, 2014.

[14] E. Japarianto and S. Adelia, "Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee," *J. Manaj. Pemasar.*, vol. 14, no. 1, pp. 35–43, 2020, doi: 10.9744/pemasaran.14.1.35-43.

[15] E. Wahyudi, A. P. Sari, F. P. Aditiawan, and A. M. Rizki, "Analisis Kualitas Website Prima Semesta Alam terhadap Kepuasan Pengguna," *INTEGER J. Inf. Technol.*, vol. 8, no. 2, pp. 151–159, 2023, doi: https://doi.org/10.31284/j.integer.2023.v8i2.4935.

[16] J. Saputra, Satrianansyah, H. O. L. Wijaya, and T. Rahman,

P-ISSN : 2089-3353
E-ISSN : 2808-9162

"Analisis Kualitas Website Institut XYZ Menggunakan Metode Webqual dan IPA," *J. Sains Komput. Inform. (J-SAKTI*, vol. 5, no. 1, pp. 318–327, 2021.

[17] D. Riyani, I. Larashati, and D. Juhana, "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan," *Maj. Bisnis IPTEK*, vol. 14, no. 2, p. Maj. Bisnis IPTEK, 2021, doi: https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.233.

[18] D. A. Liani, M. Fikry, and M. J. Hutajulu, "Analisa Metode Webqual 4.0 dan Importance-Performance Analysis (IPA) Pada Kualitas Situs Detik.com," *J. Ilm. Merpati (Menara Penelit. Akad. Teknol. Informasi)*, vol. 8, no. 1, p. 34, 2020, doi: 10.24843/jim.2020.v08.i01.p04.

[19] C. Mashuri *et al.*, "Evaluasi Learning Management System (LMS) Dengan Usability Testing Dan WebQual 4.0," *Perkumpulan Rumah Cemerlang Indones.*, 2022.

[20] D. Diana and N. D. M. Veronika, "Analisis Kualitas Website Provinsi Bengkulu Menggunakan Metode Webqual 4.0," *Pseudocode*, vol. 5, no. 1, pp. 10–17, 2018, doi: 10.33369/pseudocode.5.1.10-17.

[21] I. Isnawati, N. Jalinus, and R. Risfendra, "Analisis Kemampuan Pedagogi Guru SMK yang sedang Mengambil Pendidikan Profesi Guru dengan Metode Deskriptif Kuantitatif dan Metode Kualitatif," *INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional dan Teknologi*, vol. 20, no. 1. pp. 37–44, 2020. doi: 10.24036/invotek.v20i1.652.

[22] A. N. Yuhana and F. A. Aminy, "Optimalisasi Peran Guru Pendidikan Agama Islam Sebagai Konselor dalam Mengatasi Masalah Belajar Siswa," *J. Penelit. Pendidik. Islam*, vol. 7, no. 1, p. 79, 2019, doi: 10.36667/jppi.v7i1.357.

[23] A. A. A. E. Yanti, N. K. Muliati, and N. P. Y. Yuliantari, "Pengaruh Tekanan Finansial, Budaya Organisasi, Dan Pengendalian Internal Terhadap Kecenderungan Kecurangan Anak," *Hita Akunt. dan Keuang.*, vol. 4, no. 2, pp. 248–260, 2023, doi: https://doi.org/10.32795/hak.v4i2.3524.

[24] I. Rahmawati and R. Illiyin, "Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian HP Oppo," *J. Ilm. Hosp.* , vol. 10, no. 1, pp. 103–112, 2021, [Online]. Available: http://stp-mataram.e-journal.id/JIH

[25] J. S. Lestari, U. Farida, and S. Chamidah, "Pengaruh Kepemimpinan, Kedisiplinan, Dan Lingkungan Kerjaterhadap Prestasi Kerja Guru," *ASSET J. Manaj. dan Bisnis*, vol. 2, no. 2, pp. 38–55, 2020, doi: 10.24269/asset.v2i2.2388.