

# PENERAPAN METODE WEBQUAL 4.0 UNTUK ANALISA KEPUASAN PENGGUNA TERHADAP KUALITAS WEBSITE NONA JUDES

Syamsul Bakhri<sup>1</sup>, Ali Haidir<sup>2</sup>, Dyah Nurhaliza<sup>3</sup>

Program Studi Informatika 1, Program Studi Sistem Informasi<sup>2</sup>,  
Program Studi Teknologi Informasi<sup>3</sup>  
Fakultas Teknik dan Informatika<sup>1,2,3</sup>  
Universitas Bina Sarana Informatika<sup>1,2,3</sup>

Email: [syamsul.slb@bsi.ac.id](mailto:syamsul.slb@bsi.ac.id)<sup>1</sup>, [ali.alh@bsi.ac.id](mailto:ali.alh@bsi.ac.id)<sup>2</sup>,  
[nurhalizadyh@gmail.com](mailto:nurhalizadyh@gmail.com)<sup>3</sup>

**Received:** 2025-02-15. **Revised:** 2025-03-24. **Accepted:** 2025-03-26. **Issue Period:** Vol.9 No.2 (2025), Pp. 592-602

**Abstrak:** Seiring dengan berkembangnya teknologi, penggunaan e-commerce dalam dunia bisnis semakin meluas, terutama pada UMKM yang memanfaatkan website sebagai media transaksi. Namun, kualitas website menjadi salah satu faktor penentu dalam kesuksesan e-commerce, karena dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dan kepuasan mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas website UMKM Nona Judes menggunakan metode Webqual 4.0, yang terdiri dari tiga dimensi utama, yaitu kegunaan (usability), kualitas informasi (information quality), dan kualitas interaksi layanan (service interaction quality). Metode ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam menggunakan website UMKM. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei terhadap 50 pelanggan aktif UMKM Nona Judes. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dianalisis menggunakan metode Webqual 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel yang diuji usability, information quality, dan service interaction quality memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan nilai R-square 0.589, yang berarti 58.9% variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Uji ANOVA menghasilkan nilai F sebesar 20.345 dengan signifikansi 0.000, menegaskan bahwa model regresi signifikan. Berdasarkan hasil ini, disarankan agar UMKM Nona Judes meningkatkan kualitas website, terutama pada dimensi usability dan information quality, untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong peningkatan penjualan.

**Kata Kunci :** Kualitas Web, Kepuasan Pengguna, Webqual, SPSS

**Abstract:** Along with the development of technology, the use of e-commerce in the business world is increasingly widespread, especially in MSMEs that use websites as a transaction medium. However, website quality is one of the determining factors in the success of e-commerce, because it can affect customer perception and their satisfaction. This study aims to measure the quality of the Nona Judes MSME website using the Webqual 4.0 method, which consists of three main dimensions, namely usability, information quality, and service interaction quality. This method is expected to provide a clearer picture of the factors that influence customer satisfaction in using the MSME website. This study uses a quantitative approach with



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1818

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

*a survey of 50 active customers of Nona Judes MSME. Data were collected through questionnaires analyzed using the Webqual 4.0 method. The results showed that the three variables tested usability, information quality, and service interaction quality have a significant influence on user satisfaction with an R-square value of 0.589, which means that 58.9% of the variation in user satisfaction can be explained by these three variables. The ANOVA test produced an F value of 20.345 with a significance of 0.000, confirming that the regression model is significant. Based on these results, it is recommended that UMKM Nona Judes improve the quality of the website, especially in the dimensions of usability and information quality, to increase customer satisfaction and encourage increased sales.*

**Keywords:** Web Quality, User Satisfaction, Webqual, SPSS

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang berpengaruh besar terhadap dunia bisnis adalah internet. Internet mempermudah komunikasi dan pertukaran informasi dalam kegiatan bisnis, sehingga perusahaan dapat melaksanakan operasional bisnisnya secara elektronik, khususnya dalam hubungan perusahaan dengan konsumen yang dikenal dengan e-commerce ([1]). Untuk memberikan kemudahan dan meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, pelaku bisnis perlu menerapkan berbagai strategi. Hal ini menyebabkan banyak bisnis bertransformasi dengan memanfaatkan teknologi internet untuk meningkatkan layanan mereka. Penggunaan internet dalam perdagangan memberikan kemudahan dan kualitas informasi yang lebih baik kepada konsumen. Secara umum, e-commerce adalah transaksi jual beli yang dilakukan secara elektronik melalui internet. Saat ini, masyarakat juga mulai nyaman berbelanja secara online karena kemudahan yang ditawarkan. Dengan berbelanja online, konsumen tidak lagi perlu pergi ke pusat perbelanjaan. Faktor yang mendorong konsumen untuk berbelanja melalui e-commerce adalah keberadaan website. Website memungkinkan perusahaan untuk menyajikan informasi dengan cepat dan terkini kepada pelanggan tanpa harus bergantung pada media cetak. Konsumen hanya perlu mengakses website dengan mengetikkan alamat web di address bar untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Website perusahaan berfungsi untuk merepresentasikan eksistensi perusahaan secara virtual, sehingga dapat membangun kepercayaan konsumen untuk melakukan transaksi online melalui website tersebut.

Persepsi terhadap media seperti website dipengaruhi oleh pengalaman pengguna. Oleh karena itu, mengukur kualitas website sangat penting karena berpengaruh besar terhadap tujuan perusahaan serta loyalitas konsumen. Kualitas website yang baik dapat mempengaruhi keberhasilan e-commerce secara signifikan. Keberhasilan usaha dalam memasarkan produk sangat ditentukan oleh strategi yang tepat. Dalam pemasaran, penting bagi pemasar untuk memilih strategi yang sesuai dengan karakteristik konsumen berdasarkan perilaku mereka, serta menerapkan strategi yang sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen. Dengan mengetahui alasan mengapa konsumen melakukan transaksi atau menggunakan produk kita, pemasar dapat menentukan strategi yang tepat. Pemasar harus dapat mengaktualisasikan harapan konsumen sehingga tercipta kepuasan yang maksimal [2].

Metode Webqual 4.0 adalah teknik untuk menilai kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini dikembangkan oleh Barnes & Vidgen pada tahun 2002 dan berlandaskan pada konsep Quality Function Development (QFD) [3]. Penelitian yang dilakukan oleh berbagai penulis ini berfokus pada analisis kualitas website menggunakan metode WebQual 4.0 dan teknik analisis lainnya, seperti IPA, CSI, dan SmartPLS. Penelitian pertama oleh Muhammad Luthfi Hamzah, Rahmi Fitria Rahmadhani, dan Astri Ayu Purwati melakukan integrasi WebQual 4.0, IPA, dan CSI untuk mengevaluasi e-Campus, dengan hasil menunjukkan nilai CSI 76,41% untuk mahasiswa dan 82,13% untuk dosen [4]. Penelitian lainnya, seperti yang dilakukan oleh M Afriansyah Valian dan rekan-rekannya, mengukur kualitas website Universitas Qamarul Huda Badaruddin menggunakan WebQual 4.0, yang menunjukkan pengaruh dimensi usability, information quality, dan service interaction terhadap kualitas website [5]. Penelitian lebih lanjut oleh Athallah M. A dan Kraugusteeliana K. mengungkapkan adanya kesenjangan antara persepsi aktual dan harapan responden terhadap kualitas website Telkomsel [6].



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1818

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Penelitian lainnya, seperti yang dilakukan oleh Putri M. P. Herawati dan H. Sari I. P., menunjukkan bahwa website GTASS memiliki nilai kepuasan tinggi di tiga variabel utama yaitu usability, information quality, dan service interaction quality [7]. Sementara itu, penelitian oleh Indah Purwandani dan Nurfa Oktaviani Syamsiah pada MyBest E-learning System UBSI mengungkapkan bahwa kualitas website berada pada kategori “puas” dengan nilai tinggi pada keempat variabel WebQual [8]. Penelitian lebih lanjut oleh Fitriani Muttakin dan Dhea Dwi Aprillia menunjukkan bahwa kualitas layanan website berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai R-Square mencapai 87% [9]. Beberapa penelitian lain juga menilai website pada kategori baik, seperti implementasi WebQual 4.0 pada Sistem Informasi Akademik UIN Sumatera Utara yang mendapatkan skor kepuasan sebesar 88,09% [10].

Penelitian ini dilakukan pada website e-commerce UMKM Nona Judes, yang memproduksi camilan khas Jogja berbahan dasar kimpul (talas) dan kentang. Dalam pelayanan kepada pelanggan, UMKM Nona Judes menggunakan website sebagai platform utama. Selain itu, informasi mengenai produk juga tersedia di website dan media sosial UMKM Nona Judes. Meskipun demikian, beberapa pelanggan memberikan ulasan negatif terkait kualitas website dan pelayanan staff, seperti masalah website yang tidak stabil, proses pembayaran yang terhambat, pengiriman produk yang lama, serta lambatnya respons customer service. Untuk mengukur kepuasan pelanggan, penelitian ini menggunakan metode Webqual 4.0 guna menilai kualitas website dan meningkatkan penjualan UMKM Nona Judes.

## II. METODE DAN MATERI

Penelitian ini bertujuan untuk menilai kualitas website UMKM Nona Judes serta menganalisis bagaimana faktor-faktor yang berkaitan dengan kualitas website dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap penjualan. Untuk mencapai tujuan tersebut, dibutuhkan pendekatan yang terorganisir dan terencana dengan baik.



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Berikut adalah langkah-langkah penelitian yang akan dilaksanakan guna memastikan bahwa proses penelitian berjalan dengan optimal dan menghasilkan output yang memberikan kontribusi penting bagi peningkatan kualitas website UMKM Nona Judes.

1. Identifikasi Masalah  
Menentukan masalah utama yang ingin diselesaikan, yaitu mengukur kualitas website UMKM Nona Judes dan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan dan penjualan.
2. Kajian Pustaka



Mempelajari teori-teori yang relevan, termasuk metode Webqual 4.0 yang digunakan untuk mengukur kualitas website. Mengkaji penelitian terdahulu terkait penilaian kualitas website dan dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

3. Desain Penelitian  
Menentukan jenis penelitian (kuantitatif) dan metode yang digunakan (survei menggunakan kuesioner). Menyusun instrumen penelitian, seperti kuesioner yang mencakup dimensi-dimensi dalam metode Webqual 4.0.
4. Penentuan Populasi dan Sampel  
Menetapkan kriteria populasi yang relevan, seperti pelanggan aktif yang menggunakan website untuk mencari informasi dan melakukan transaksi via WhatsApp. Menentukan jumlah sampel yang aktif berinteraksi dengan website UMKM Nona Judes dalam beberapa bulan terakhir.
5. Pengumpulan Data  
Menedarkan kuesioner kepada responden yang terpilih melalui platform online atau secara langsung. Mengumpulkan data yang berkaitan dengan kualitas website berdasarkan dimensi-dimensi seperti kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi, dan timeliness.
6. Pengolahan dan Analisis Data  
Memasukkan data yang terkumpul ke dalam perangkat lunak statistik untuk analisis. Menggunakan teknik analisis statistik untuk menguji hubungan antara kualitas website dan kepuasan pelanggan, serta untuk mengidentifikasi area yang perlu perbaikan.
7. Interpretasi Hasil  
Menyajikan hasil analisis dengan memberikan interpretasi mengenai temuan-temuan yang ada, seperti faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
8. Kesimpulan dan Saran  
Menyusun kesimpulan dari hasil penelitian, termasuk apakah kualitas website mempengaruhi kepuasan pelanggan dan penjualan. Memberikan saran yang berguna bagi UMKM Nona Judes untuk meningkatkan kualitas website mereka, baik dari segi usability, informasi, interaksi, maupun timeliness.

## 2.2 Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh hubungan antara usability (kebergunaan), information quality (kualitas informasi), dan service interaction quality (kualitas interaksi layanan) terhadap user satisfaction (kepuasan pengguna). Ada dua hipotesis yang akan diuji, yaitu:

- H0 : Usability (US), Information Quality (IQ), Service Interaction Quality (SQ) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap user satisfaction (K)  
H1 : Usability (US), Information Quality (IQ), Service Interaction Quality (SQ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap user satisfaction (K)

## 2.3 Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini, objek yang diteliti adalah pelanggan yang menggunakan website UMKM Nona Judes untuk membeli camilan khas Jogja. Populasi merujuk pada wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik dan kuantitas tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya [11]. Penelitian ini mengkaji pelanggan yang menggunakan website UMKM Nona Judes untuk membeli camilan khas Jogja. Populasi penelitian mencakup pelanggan yang mengunjungi website dan melakukan pemesanan lewat WhatsApp antara September hingga November 2024, dengan sekitar 120 pelanggan yang memenuhi kriteria. Fokus populasi adalah pengguna aktif website, pelanggan dari daerah Jabodetabek dan Yogyakarta, serta mereka yang telah melakukan pembelian.

Sampel dalam penelitian ini diambil menggunakan teknik purposive sampling, yakni memilih pelanggan yang memiliki pengalaman langsung menggunakan website. Kriteria sampel meliputi pengguna aktif, pelanggan dari Jabodetabek dan Yogyakarta, serta pelanggan yang melakukan pembelian dalam periode yang ditentukan. Sebanyak 100 orang dipilih untuk memperoleh data yang relevan tentang kepuasan pengguna dan pengalaman menggunakan website, sehingga hasil penelitian lebih representatif dan informatif.



### III. PEMBAHASA DAN HASIL

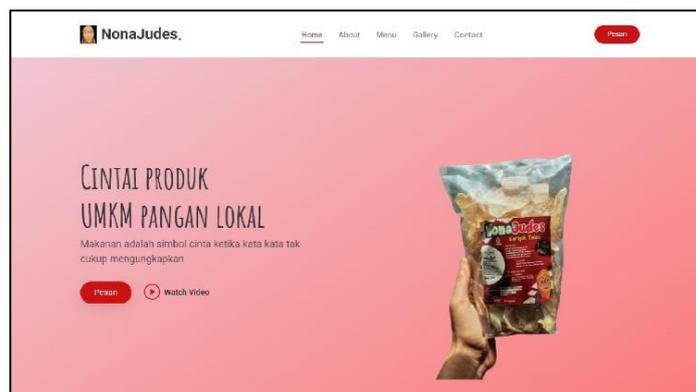
Pada bab 3, dijelaskan metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, yang mengadopsi pendekatan kuantitatif untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap website Nona Judes. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan 100 responden yang telah diverifikasi, dan hasilnya akan digunakan untuk analisis lebih lanjut.

#### 3.1. Analisis Data Primer

Teknik pengumpulan data menjadi salah satu tahapan yang sangat krusial dalam penelitian, mengingat tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

##### 3.1.1. Halaman Website

Website UMKM Nona Judes adalah platform yang menyediakan camilan khas Jogja, yang dirancang untuk mempermudah pelanggan dalam membeli produk secara online. Website ini memungkinkan pelanggan untuk melihat berbagai macam pilihan camilan, melakukan pemesanan, serta berinteraksi melalui fitur seperti WhatsApp untuk transaksi. Dalam penelitian ini, website Nona Judes akan dianalisis untuk mengevaluasi kualitas dan kepuasan pengguna, dengan fokus pada pengalaman pelanggan yang telah menggunakan website untuk melakukan pembelian. Gambar berikut halaman website UMKM Nona Judes:

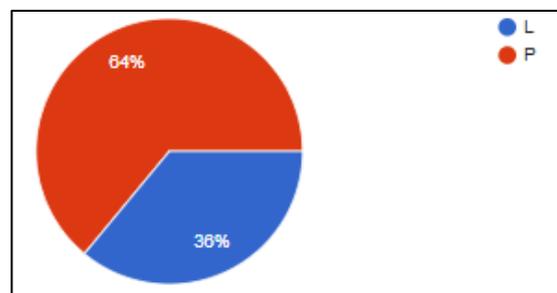


Gambar 2. Halaman Website ona Judes

##### 3.1.2. Karakteristi Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, pekerjaan, dan usia yang digunakan untuk menganalisis variasi tanggapan berdasarkan faktor-faktor tersebut.

###### 1. Jenis Kelamin

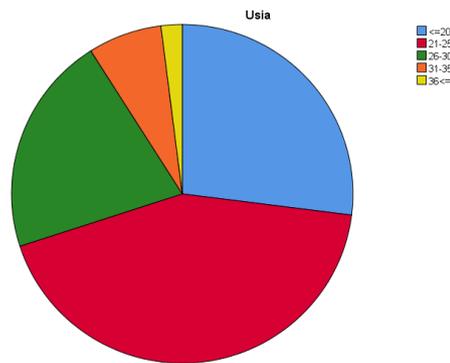


Gambar 3. Diagram Jenis Kelamin Responden



Berdasarkan data karakteristik responden, dapat dilihat bahwa dari total 100 responden, mayoritas berjenis kelamin perempuan (P), dengan jumlah 64 orang atau 64% dari keseluruhan responden. Sementara itu, sebanyak 36 orang atau 36% responden berjenis kelamin laki-laki (L). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa mayoritas peserta penelitian berasal dari kalangan perempuan, meskipun tetap ada kontribusi signifikan dari kalangan laki-laki dalam sampel ini.

2. Usia

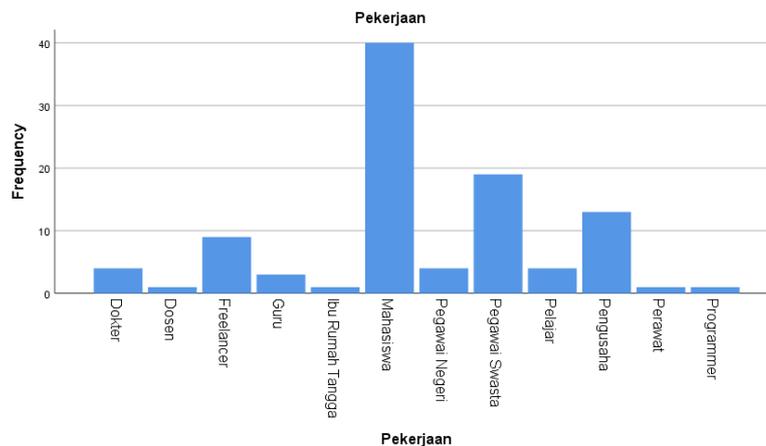


Gambar 4. Diagram Usia Responden

Berdasarkan data usia responden, mayoritas peserta penelitian berada dalam rentang usia 21-25 tahun, dengan jumlah 43 orang atau 43% dari total responden. Diikuti oleh kelompok usia <=20 tahun yang terdiri dari 27 orang atau 27%. Selanjutnya, kelompok usia 26-30 tahun mencakup 21 orang atau 21%, sementara kelompok usia 31-35 tahun hanya terdiri dari 7 orang atau 7%. Terakhir, hanya 2 orang atau 2% responden yang berusia 36 tahun ke atas. Secara keseluruhan, mayoritas responden berusia muda, dengan dominasi usia 21-25 tahun, yang menggambarkan bahwa penelitian ini didominasi oleh generasi muda.

3. Pekerjaan

Berdasarkan data yang responden pada gambar 5, distribusi pekerjaan responden menunjukkan variasi yang cukup luas. Sebagian besar responden adalah mahasiswa, dengan jumlah 40 orang atau 40% dari total responden, diikuti oleh pegawai swasta yang mencapai 19 orang (19%). Pengusaha menempati posisi ketiga dengan 13 orang (13%). Di sisi lain, profesi dokter, pegawai negeri, dan pelajar masing-masing memiliki 4 orang responden (4%), yang menunjukkan bahwa profesi ini cukup sedikit dalam sampel yang diteliti.



Gambar 5. Diagram Pekerjaan Responden



Pekerjaan lain seperti freelancer, guru, dan ibu rumah tangga masing-masing memiliki 3 hingga 9 responden, mencerminkan keberagaman dalam jenis pekerjaan. Selain itu, profesi dengan jumlah paling sedikit mencakup dosen, perawat, dan programmer, masing-masing hanya diwakili oleh satu orang (1%).

### 3.1.3. Uji Reliabilitas

Tabel 1 berikut menunjukkan hasil analisis reliabilitas pada dimensi kualitas Webqual 4.0:

**Tabel 1. Reliabilitas Keseluruhan Variable**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.813	23

Berdasarkan tabel yang disajikan, reliabilitas variabel-variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan Cronbach's Alpha untuk menilai konsistensi internal. Untuk variabel Usability (U), hasil Cronbach's Alpha sebesar 0.601 sudah berada di atas batas minimal yang disarankan (0.6), sehingga masih dianggap memadai meskipun sedikit lebih rendah dari standar ideal. Variabel Information Quality (Q) memiliki nilai 0.743, yang menunjukkan reliabilitas yang baik. Sementara itu, variabel Interaction Quality (I) menunjukkan nilai 0.635, yang juga masih memenuhi batas minimal dan dapat diterima. Secara keseluruhan, reliabilitas untuk seluruh variabel gabungan (total 23 item) memiliki Cronbach's Alpha sebesar 0.813, yang menunjukkan reliabilitas yang sangat baik dan dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

### 3.2. Analisis Uji Validasi

Setelah melakukan analisis terhadap data primer, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis uji validitas. Berdasarkan kriteria yang disebutkan dalam [12], berikut adalah tabel untuk menentukan validitas reliabilitas kuisioner berdasarkan nilai Cronbach's Alpha dan r-tabel yang diberikan (r-tabel = 0.195). Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Corrected Item-Total Correlation > 0.195, maka item tersebut dinyatakan valid.
2. Jika nilai Corrected Item-Total Correlation < 0.195, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Dengan ketentuan bahwa sebuah item dinyatakan valid jika Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari r-tabel (0.195), maka berdasarkan data yang disajikan, semua item dalam kuisioner ini dapat dianggap valid. Setiap item memiliki Corrected Item-Total Correlation yang lebih besar dari 0.195, seperti pada item US1 yang memiliki nilai 0.364, US2 dengan 0.342, hingga item terakhir K1 yang memiliki nilai 0.566. Hal ini menunjukkan bahwa semua item pada kuisioner ini memiliki korelasi yang cukup kuat dengan total skor skala, yang berarti masing-masing item valid untuk digunakan dalam pengukuran. Dengan jumlah sampel  $n = 100$ , dapat disimpulkan bahwa instrumen kuisioner ini memiliki validitas yang baik dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Berikut adalah hasil tabel validasinya:

**Tabel 2. Tabel Validitas**

Item	Cronbach's Alpha if Item Deleted	r <sub>tabel</sub>	Validitas/Reliabilitas
US1	0.806	0.195	Valid
US2	0.807	0.195	Valid
US3	0.805	0.195	Valid
US4	0.804	0.195	Valid



US5	0.812	0.195	Valid
US6	0.802	0.195	Valid
US7	0.813	0.195	Valid
US8	0.810	0.195	Valid
IQ1	0.809	0.195	Valid
IQ2	0.812	0.195	Valid
IQ3	0.804	0.195	Valid
IQ4	0.808	0.195	Valid
IQ5	0.803	0.195	Valid
IQ6	0.816	0.195	Valid
IQ7	0.802	0.195	Valid
SI1	0.807	0.195	Valid
S12	0.805	0.195	Valid
S13	0.812	0.195	Valid
S14	0.803	0.195	Valid
SI5	0.807	0.195	Valid
S16	0.801	0.195	Valid
SI7	0.799	0.195	Valid
K1	0.797	0.195	Valid

Dengan menggunakan r-tabel 0.195 sebagai batas, semua item dalam tabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0.195, yang menunjukkan bahwa semua item pada kuesioner ini dapat dianggap Valid.

### 3.3. Uji Hipotesis

#### 3.3.1. Hasil Analisis Regresi Sederhana

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi**

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted Square	RStd. Error of the Estimate
1	.723	.589	.511	1.552

a. Predictors: (Constant), SI, US, IQ

Model summary di atas menunjukkan hasil analisis regresi yang menggambarkan hubungan antara variabel independen, yaitu Usability (US), Information Quality (IQ), dan Service Interaction Quality (IS),



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1818

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

dengan variabel dependen. Nilai R sebesar 0.723 mengindikasikan bahwa ada hubungan positif yang moderat antara variabel-variabel independen tersebut dengan variabel dependen. R-squared sebesar 0.589 berarti sekitar 58.9% variasi pada variabel dependen dapat dijelaskan oleh tiga variabel independen (US, IQ, dan IS). Sementara itu, Adjusted R Square yang bernilai 0.511 memperhitungkan jumlah prediktor yang digunakan dalam model, menandakan bahwa model ini masih memiliki kekuatan prediktif yang baik meskipun ada beberapa variabel tambahan yang diikutsertakan. Terakhir, nilai Std. Error of the Estimate yang sebesar 1.552 menunjukkan tingkat ketelitian prediksi model, di mana semakin kecil nilai ini, semakin akurat prediksi yang dihasilkan oleh model.

**Tabel 4. Hasil Uji Anova**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.106	3	5.369	20.345	.000 <sup>b</sup>
	Residual	25.334	96	.264		
	Total	41.440	99			

a. Dependent Variable: K1

b. Predictors: (Constant), SI, US, IQ

Hasil uji ANOVA menunjukkan bahwa model regresi yang menguji pengaruh variabel Usability (US), Information Quality (IQ), dan Service Interaction Quality (SI) terhadap kepuasan pengguna (K1) secara keseluruhan signifikan. Nilai F sebesar 20.345 dengan signifikansi (Sig.) sebesar 0.000, yang lebih kecil dari 0.05, menunjukkan bahwa model regresi secara keseluruhan memiliki kekuatan prediktif yang baik dan dapat menjelaskan variasi dalam kepuasan pengguna. Dengan kata lain, setidaknya satu dari variabel independen (US, IQ, atau SI) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Nilai Sum of Squares untuk regresi adalah 16.106, sedangkan untuk residual adalah 25.334, yang menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam data dapat dijelaskan oleh model, namun masih ada variasi yang tidak dapat dijelaskan oleh model tersebut.

### 3.3.2. Analisis Korelasi

**Tabel 5. Hasil Korelasi Antar Variable**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t
		B	Std. Error	Beta	Sig.	
1	(Constant)		1.600	.757		2.115.037
	US		.138	.030	.553	4.659.006
	IQ		.087	.034	.309	2.550.012
	SI		.130	.050	.108	2.159.033

a. Dependent Variable: K1

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 5, dapat dilihat bahwa variabel *Usability* (US), *Information Quality* (IQ), dan *Service Interaction Quality* (SI) diuji pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Nilai signifikansi (Sig.) untuk *Usability* (US) adalah 0.006, yang lebih kecil dari 0.05, sehingga H0 ditolak dan menunjukkan bahwa *Usability* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Begitu pula dengan *Information Quality* (IQ) yang memiliki nilai signifikansi 0.012, lebih kecil dari 0.05, yang juga menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, *Service Interaction Quality* (SI) memiliki nilai signifikansi 0.033, yang juga lebih kecil dari 0.05, sehingga dapat disimpulkan bahwa IS juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian, semua variabel (US, IQ, dan SI)



terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dan hipotesis H1 diterima, sementara H0 ditolak. Jadi hasil dari uji hipotesis ini adalah *Usability (US)*, *Information Quality (IQ)*, *Service Interaction Quality (SQ)* mempunyai pengaruh signifikan terhadap *user satisfaction (K)*.

### 3.4. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis kuantitatif mengungkapkan dampak positif kepuasan pelanggan terhadap kualitas website Nonajudes, dengan melibatkan 100 responden dari berbagai latar belakang. Mayoritas responden adalah perempuan (64%), dengan usia dominan 21-25 tahun (43%), dan sebagian besar berstatus mahasiswa (40%). Penilaian kualitas website berdasarkan tiga dimensi utama—*Usability (US)*, *Information Quality (IQ)*, dan *Service Interaction Quality (SI)*—mendapatkan skor rata-rata antara 4,16 hingga 4,44, menunjukkan penilaian positif dari responden. Dimensi Interaksi Layanan (SI) memperoleh skor tertinggi (4,37), mencerminkan kualitas interaksi yang sangat baik. Uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang tinggi (0,813), sementara uji validitas memastikan bahwa seluruh item dalam kuesioner valid.

Analisis regresi menunjukkan hubungan positif moderat antara *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality* dengan kepuasan pengguna, dengan R-squared sebesar 0,589, yang berarti ketiga variabel ini menjelaskan 58,9% variasi kepuasan pengguna. Hasil uji ANOVA ( $F = 20,345$ ,  $p\text{-value} = 0,000$ ) mengonfirmasi bahwa model regresi signifikan. Semua variabel independen memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai signifikansi masing-masing di bawah 0,05, yang mendukung hipotesis bahwa ketiga dimensi kualitas website tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Hasil analisis menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap kualitas website, dengan sebagian besar item mendapatkan skor rata-rata di atas 4,0, yang mencerminkan tingkat kepuasan yang tinggi. Beberapa dimensi, seperti *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality*, menunjukkan penilaian sangat baik dengan skor lebih dari 4,25, sementara sebagian lainnya berada dalam kategori baik. Sebagian kecil responden yang memberikan penilaian negatif menunjukkan bahwa umumnya peserta merasa puas dan setuju dengan kualitas website yang diuji. Secara keseluruhan, data menunjukkan persepsi positif terhadap website, dengan mayoritas indikator berada dalam kategori baik atau sangat baik.

## IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa metode Webqual 4.0 efektif dalam mengukur kualitas pengalaman pengguna pada situs web Nonajudes, dengan mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap tiga dimensi utama, yaitu *Usability (US)*, *Information Quality (IQ)*, dan *Service Interaction Quality (SI)*. Nilai rata-rata untuk ketiga dimensi tersebut berkisar antara 4,16 hingga 4,44, dengan dimensi *Service Interaction Quality (SI)* memperoleh penilaian tertinggi (4,37). Analisis regresi menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara ketiga variabel tersebut (*US*, *IQ*, *SI*) dengan kepuasan pengguna, dengan R-squared sebesar 0,589, yang menunjukkan bahwa 58,9% variasi kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Uji reliabilitas dan validitas menunjukkan hasil yang memadai, dan hipotesis yang menyatakan bahwa ketiga variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna diterima, karena nilai signifikansi untuk ketiga variabel tersebut (*US*: 0,006, *IQ*: 0,012, *SI*: 0,033) lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan temuan tersebut, beberapa saran dapat diberikan untuk meningkatkan kualitas situs web Nonajudes. Meskipun dimensi *Usability (US)* sudah cukup baik, perlu adanya peningkatan dalam kemudahan penggunaan dan navigasi situs untuk memberikan pengalaman yang lebih intuitif. Informasi yang disajikan dalam dimensi *Information Quality (IQ)* juga perlu diperbaiki agar lebih lengkap, relevan, dan mudah dipahami oleh semua kalangan pengunjung. Selain itu, meskipun dimensi *Service Interaction Quality (SI)* mendapat penilaian tertinggi, kualitas dukungan pengguna harus terus dipertahankan dan ditingkatkan untuk memperkuat kepuasan pengguna.



## REFERENASI

- [1] J. U. Alhasanah, Kertahadi, and Riyadi, “Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online,” *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, vol. 15, no. 2, 2017.
- [2] R. Rohmayanti, B. Y. Rahmatian, R. A. Syahrian, D. A. Pitaloka, S. Yasmin, and P. Febriyani, “Pengembangan Digital Marketing dan Manajemen Keuangan bagi UMKM untuk Meningkatkan Perekonomian Masyarakat,” *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, vol. 8, no. 2, 2023, doi: 10.30653/jppm.v8i2.393.
- [3] F. Dhiannisa, R. Firliana, and A. S. Wardani, “Analisis Kualitas Website E-Perpus Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA),” *METHOMIKA: Jurnal Manajemen Informatika & Komputersisasi Akuntansi*, vol. 8, no. 2, pp. 129–137, 2024.
- [4] M. L. Hamzah, R. F. Rahmadhani, and A. A. Purwati, “An Integration of Webqual 4.0, Importance Performance Analysis and Customer Satisfaction Index on E-Campus,” *Journal of System and Management Sciences*, vol. 12, no. 3, 2022, doi: 10.33168/JSMS.2022.0302.
- [5] M. Afriansyah, V. Y. P. Ardhana, and J. Saputra, “Pengukuran Kualitas Website Universitas Qamarul Huda Badaruddin Menggunakan Metode Webqual 4.0,” *SainsTech Innovation*, vol. 5, no. 1, pp. 175–182, 2022.
- [6] M. A. Athallah and K. Kraugusteeliana, “Analisis Kualitas Website Telkomsel Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis,” *CogITo Smart Journal*, vol. 8, no. 1, 2022, doi: 10.31154/cogito.v8i1.374.171-182.
- [7] M. P. Putri, H. Herawati, and I. P. Sari, “Analisis Kualitas Website Gtass Menggunakan Metode Webqual 4.0 Modifikasi,” *JOINTECS (Journal of Information Technology and Computer Science)*, vol. 6, no. 2, 2021, doi: 10.31328/jointecs.v6i2.2369.
- [8] I. Purwandani and N. O. Syamsiah, “Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual 4.0 Studi Kasus: MyBest E-learning System UBSI,” *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (Justin)*, vol. 9, no. 3, 2021, doi: 10.26418/justin.v9i3.47129.
- [9] F. Muttakin, D. Dwi Aprillia, and M. Kumalasari, “Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Website Terhadap Pengguna Akhir Menggunakan Webqual 4.0,” *Jurnal CoSciTech (Computer Science and Information Technology)*, vol. 3, no. 3, 2022, doi: 10.37859/coscitech.v3i3.4403.
- [10] Bela Damanik, R. A. Putri, and A. M. Harahap, “IMPLEMENTASI METODE WEBQUAL 4.0 DALAM MENGEVALUASI SISTEM INFORMASI AKADEMIK UIN SUMATERA UTARA,” *JTIK (Jurnal Teknik Informatika Kaputama)*, vol. 8, no. 1, 2024, doi: 10.59697/jtik.v8i1.489.
- [11] H. F. Reifco, R. R. Suryono, and D. A. Megawaty, “ANALISIS KINERJA WEBSITE PELAYANAN PUBLIK MENGGUNAKAN WEBQUAL 4.0 (Studi Kasus : Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Lampung),” *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, vol. 4, no. 3, 2023.
- [12] G. A. Putri and G. Widiyanto, “Pengaruh Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Gunung Mandiri Internusa,” *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, vol. 1, no. 1, 2022.



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1818

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).