

## Pengukuran Kualitas E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0

Ar Rachman Abdu'a<sup>1</sup>, Sri Wasiyanti<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, STMIK Nusa Mandiri  
e-mail: aarrch@gmail.com

<sup>2</sup>Sistem Informasi Akuntansi, Universitas Bina Sarana Informatika  
e-mail: sri.siw@bsi.ac.id

---

**Cara Sitasi:** Abdu'a, A., & Wasiyanti, S. (2019). Pengukuran Kualitas E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Paradigma - Jurnal Komputer dan Informatika*, 21(2), 143-148. doi:10.31294/p.v21i2.6357

---

**Abstract** - *Shopee is one of The e-commerce in Indonesia That has a big role in The Business of online buys and sells. The rise of e-commerce, The rapid Development of Technology, less adaptive in The implementation of Technology website Services, makes Shopee ranked has decrease. The increasement of The Service is expected to rise The rank and satisfaction of Shopee users. This Research Measures Shopee website quality through webqual 4.0 (usability, information quality, interaction quality) and user satisfaction variables. Data collection method using primary data in The form of questionnaires distributed to respondents who amounted to 113 through Social media or media chat and secondary data taken from books and reference journals related to Research problem. The Resault of this Research is, from 3 dimension of webqual 4.0 only Information Quality dimension assessed have an effect on to user satisfaction of Shopee e-commerce website, whereas Usability and Interaction Quality dimension is not influence to user satisfaction of Shopee e-commerce website. this could be due to some respondents considered Shopee e-commerce website difficult to use in interacting with users and still difficult to run menus available on Shopee e-commerce website and also in The respondents There are 50 mens where they are people who are not used Shop online that seldom or never use The Shopee e-commerce website. Resault of test f and significant level is obtained, there is positive influence to user satisfaction of Shopee e-commerce website simultaneously.*

**Key Word:** *webqual 4.0, user satisfaction, e-commerce, website*

### PENDAHULUAN

Banyaknya forum jual-beli *Online* saat ini, merupakan pengaruh positif dari tingginya tingkat penggunaan internet yang mempengaruhi perkembangan *e-commerce* di Indonesia. Penghematan dalam segi waktu dan tenaga menjadikan alasan konsumen lebih tertarik untuk berbelanja secara *Online* demi mendapatkan barang yang diinginkan. Selain itu, kualitas barang dan harga yang cukup bersaing serta mudahnya dalam bertransaksi, turut menjadi salah satu alasan bagi konsumen untuk lebih memilih berbelanja secara online. Tentunya kualitas *website* tersebut juga harus menjadi penunjang agar dapat menarik minat para konsumen.

Berbagai hal dapat meningkatkan peluang pasar bagi pelaku pasar untuk menggunakan internet sebagai alat untuk memasarkan produknya. Pelaku pasar dapat menggunakan berbagai cara yang dianggap

cocok untuk memasarkan produknya dengan teknologi internet. Alat yang dapat dimanfaatkan dengan adanya internet adalah penggunaan sosial media, toko *online*, forum jual beli *online* serta dengan aplikasi pada *smartphone* (Darmawan & Yuliati, 2017)

Pada 2018 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 103 juta orang mengalahkan Jepang di posisi kelima seiring bertambahnya jumlah pengguna internet secara perlahan (Strategi Pemasaran Online, 2018).

Hal ini menunjukkan bahwa Indonesia semakin melek akan teknologi internet dan menjadikan negara Indonesia memiliki pasar konsumen dalam bidang internet tinggi. Hal ini tentunya akan terus meningkat seiring dengan bertumbuhnya jumlah penetrasi internet di Indonesia (Nugroho & Sari, 2016)

Menurut Nickomang dalam (Muhsin & Zuliestiana, 2017) untuk menunjang kehadiran *e-commerce, website* merupakan salah satu komponen penting karena para pengguna internet yang ingin berbelanja

secara online pasti mengunjungi *website* terdahulu dan setelah itu memilih barang yang ingin di beli. Kualitas dari *website e-commerce* dapat berpengaruh pada banyaknya pelanggan yang memutuskan untuk belanja *online* pada *e-commerce* tersebut, untuk mengetahui tinggi dan rendahnya kualitas sebuah *website* ditentukan, terdapat sebuah standar (Fauziah & Wulandari, 2018)

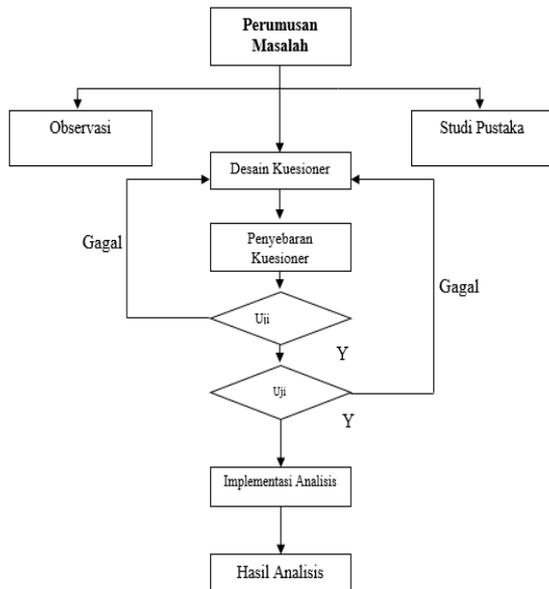
Dari hal tersebut, penelitian ini mencoba untuk mengukur kualitas *website* jual-beli <https://shopee.co.id> yang ditinjau dari sisi kepuasan pengguna (*user*) dengan metode *webqual 4.0*, apakah sesuai dengan harapan pengguna. referensi yang jelas (buku, jurnal, prosiding dan artikel ilmiah lainnya).

Hipotesa yang dikemukakan adalah sebagai berikut:

- H1: Terdapat pengaruh antara *usability* (kegunaan) *website* dengan tingkat kepuasan pengguna *website*.
- H2: Tidak terdapat pengaruh antara *usability* (kegunaan) *website* dengan tingkat kepuasan pengguna *website*.
- H3: Terdapat pengaruh antara tingkat kualitas informasi (*information quality*) *website* dengan tingkat kepuasan pengguna.

### METODOLOGI PENELITIAN

Tahapan penelitian yang dilakukan dapat digambarkan sesuai dengan gambar alur logika penelitian di bawah ini:



Sumber: (Abdu'a & Wasiyanti, 2018)

Gambar 1.  
 Diagram Alir Penelitian

Tahapan penelitian ini dimulai dengan merumuskan masalah mengenai kepuasan pengguna terhadap *website e-commerce* Shopee, lalu mengadakan

observasi dan mencari referensi sesuai dengan masalah yang dibahas. Setelah merumuskan masalah sampai mencari literatur, selanjutnya mendesain kuesioner dengan mengikuti aturan *webqual 4.0* lalu menguji validitas dan reliabilitas dari kuesioner tersebut. Jika kuesioner penelitian ini tidak valid dan reliabel, maka kuesioner di desain ulang. Jika kuesioner telah valid dan reliabel, maka baru dapat di implementasikan ke dalam metode pengujian dan akhirnya didapatkan hasil penelitian.

Tabel 1  
 Variabel Dalam Penelitian

Variabel	Keterangan
X1	Kemudahan Penggunaan ( <i>usability</i> )
X2	Kualitas Informasi ( <i>Information Quality</i> )
X3	Kualitas Interaksi ( <i>Interaction Quality</i> )
Y	Kepuasan Pengguna

Sumber: (Abdu'a & Wasiyanti, 2018)

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan alat penelitian berupa kuesioner online yang disebarakan melalui jejaring media sosial dan pesan *broadcasting* dan personal melalui media chatting seperti *whatsapp*, *LINE*, dan *instagram* sebanyak 113 responden untuk mengetahui tingkat kepuasan terhadap *e-commerce website* Shopee. Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah pengguna *e-commerce* Shopee.

Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada isi dari 3 dimensi *webqual 4.0* diantaranya :

Tabel 2.  
 Kuesioner Webqual 4.0

No	Nama Variabel	Daftar Pernyataan
	<i>Usability</i>	
1	X11	Saya Merasa <i>website e-commerce</i> Shopee mudah dioperasikan
2	X12	Interaksi pada <i>website e-commerce</i> Shopee jelas dan mudah dipahami
3	X13	<i>Website e-commerce</i> Shopee mudah untuk dinavigasikan
4	X14	Saya Merasa <i>website e-commerce</i> Shopee mudah digunakan

7	X17	Website e-commerce Shopee dapat bersaing
8	X18	Saya merasa website e-commerce Shopee memberikan dampak yang positif
<b>Information Quality</b>		
9	X21	Website e-commerce Shopee memiliki informasi yang akurat
10	X22	Website e-commerce Shopee memiliki informasi yang terpercaya
11	X23	Website e-commerce Shopee memberikan informasi yang up to date
12	X24	Website e-commerce Shopee memberikan informasi yang relevan
13	X25	Website e-commerce Shopee memberikan informasi yang mudah dipahami
14	X26	Website e-commerce Shopee memberikan informasi yang detail
15	X27	Website e-commerce Shopee menyajikan informasi dalam format yang sesuai
<b>Interaction Quality</b>		
16	X31	Website e-commerce Shopee mempunyai reputasi yang baik
17	X32	Website e-commerce Shopee memberikan keamanan untuk melengkapi transaksi
18	X33	Website e-commerce Shopee memberikan keamanan pada data pribadi
19	X34	Website e-commerce Shopee dapat menarik minat dan perhatian
20	X35	Adanya komunitas jual beli pada website e-commerce Shopee
21	X36	Adanya kemudahan untuk berkomunikasi untuk organisasi jual beli pada website e-commerce Shopee
22	X37	Website e-commerce Shopee memberikan kenyamanan dalam pelayanan jasa dan pengiriman barang sesuai dengan yang dijanjikan
<b>User Satisfaction</b>		
23	Y	Saya merasa puas terhadap keseluruhan yang ada pada website e-commerce Shopee

Sumber: (Abdu'a & Wasiyanti, 2018)

Tabel 3.  
Hasil pengolahan Kuesioner

Pernyataan	S	S	N	T	ST	Jumlah	Ratarata
X11	25	73	15	0	0	462	4,09
X12	23	76	14	0	0	461	4,08
X13	24	62	25	2	0	447	3,96
X14	29	62	22	0	0	459	4,06
X15	18	59	32	4	0	430	3,81
X16	15	68	30	0	0	437	3,87
X17	28	65	18	2	0	458	4,05
X18	21	59	32	1	0	439	3,88
X21	15	60	37	1	0	428	3,79
X22	21	57	33	2	0	436	3,86
X23	27	60	33	2	1	449	3,97
X24	17	65	30	1	0	437	3,87
X25	23	68	22	0	0	453	4,01
X26	19	60	31	3	0	434	3,84
X27	19	61	29	4	0	434	3,84
X31	18	62	32	1	0	436	3,86
X32	22	72	19	0	0	455	4,03
X33	19	71	23	0	0	448	3,96
X34	29	63	19	2	0	458	4,05
X35	19	62	30	1	0	435	3,85
X36	19	69	24	1	1	446	3,95
X37	17	71	24	1	0	443	3,92
Y	23	60	29	1	0	444	3,93

Sumber: (Abdu'a & Wasiyanti, 2018)

Cronbach's Alpha	N of Items
,944	23

Tabel 4.  
Hasil Pengujian validitas

No	r hitung	r tabel	Keterangan
1	.655	0,12847	Valid
2	.632	0,12847	Valid
3	.573	0,12847	Valid
4	.636	0,12847	Valid
5	.557	0,12847	Valid
6	.683	0,12847	Valid
7	.430	0,12847	Valid
8	.571	0,12847	Valid
9	.693	0,12847	Valid
10	.726	0,12847	Valid
11	.679	0,12847	Valid
12	.786	0,12847	Valid
13	.718	0,12847	Valid
14	.653	0,12847	Valid
15	.707	0,12847	Valid
16	.616	0,12847	Valid
17	.665	0,12847	Valid
18	.632	0,12847	Valid
19	.600	0,12847	Valid
20	.452	0,12847	Valid
21	.514	0,12847	Valid
22	.629	0,12847	Valid
23	.778	0,12847	Valid

Sumber: (Abdu'a & Wasiyanti, 2018)

Berdasarkan tabel 4. diatas, dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pernyataan memiliki nilai r hitung (nilai pada *Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari nilai r tabel (didapat dari tabel r). Tabel r menggunakan signifikansi 0,05 dengan uji 2 sisi dan N (jumlah responden) sebanyak 113.

Tabel 5.  
Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Sumber: (Abdu'a & Wasiyanti, 2018)

Berdasarkan hasil dari analisis reliabilitas dengan teknik *Cronbach Alpha*, dapat diketahui nilai *Cronbach Alpha* adalah 0,944. Menurut Priyatno (2014:66), "reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik". Karena nilai > 0,6 instrumen kuesioner dinyatakan reliabel.

Tabel 6.  
Hasil Uji t pertama

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,892	,519		1,717	,089
	X1	,035	,027	,182	1,288	,201
	X2	,086	,025	,477	3,418	,001
	X3	-,015	,027	-,069	-,559	,577

a. Dependent Variable: Y

Sumber: (Abdu'a & Wasiyanti, 2018)

Berdasarkan tabel *Coefficients* diatas, dapat dilihat bahwa dari ketiga variabel *Independent* hanya variabel X2 (*Information Quality*) yang signifikan pada  $\alpha = 5\%$ . Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansi variabel tersebut memiliki nilai dibawah 0,05. Dengan demikian, variabel X1 (*Usability*) dan variabel X3 (*Interaction Quality*) dikeluarkan dari model karena tidak signifikan atau tidak memberikan pengaruh kepada variabel Y (*User Satisfaction*). Begitu juga dengan nilai konstanta regresi. Oleh karena itu, dilakukan regresi ulang tanpa melibatkan konstanta, variabel X1 (*Usability*) dan variabel X3 (*Interaction Quality*). Hasil analisis regresi dapat dilihat pada tabel 7.

Tabel 7.  
Hasil Uji t kedua

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,133	,384		2,948	,004
	X2	,103	,014	,572	7,352	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: (Abdu'a & Wasiyanti, 2018)

Tabel 8.  
Hasil Uji f  
ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18,153	1	18,153	54,049	,000 <sup>b</sup>
	Residual	37,281	111	,336		
	Total	55,434	112			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2

Sumber: (Abdu'a & Wasiyanti, 2018)

Berdasarkan tabel ANOVA atau F test, diperoleh nilai F hitung sebesar 54,049 dengan nilai signifikan 0,000. Karena nilai signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model secara keseluruhan dapat dianggap baik dan variabel *independent X2* tersebut secara simultan (bersama – sama) berpengaruh terhadap variabel Y (*User Satisfaction*).

Untuk selanjutnya diuji hipotesis yang telah dikemukakan adalah sebagai berikut:

1. Dimensi Kemudahan Pengguna (*Usability*) terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction website*)  
 Hasil uji t yang diambil berdasarkan nilai koefisien B untuk X1 (*Usability*) sebesar 0,35 dengan tingkat signifikan sebesar 0,201 maka tidak signifikan pada  $\alpha = 5\%$  atau ( $p > 0,05$ ).  
 Maka H1 ditolak atau hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kemudahan pengguna (*usability*) terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction website*).
2. Dimensi Kualitas Informasi (*Information Quality*) terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction website*)  
 Hasil uji t yang diambil berdasarkan nilai koefisien B untuk X2 (*Information Quality*) sebesar 0,86 dengan tingkat signifikan sebesar 0,001 maka signifikan pada  $\alpha = 5\%$  atau ( $p < 0,05$ ).  
 Maka H2 diterima atau hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas informasi (*information quality*) terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction website*).
3. Dimensi Kualitas Interaksi (*Interaction Quality*) terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction website*)  
 Hasil uji t yang diambil berdasarkan nilai koefisien B untuk X3 (*Interaction Quality*) sebesar -0,015 dengan tingkat signifikan sebesar 0,577 maka signifikan pada  $\alpha = 5\%$  atau ( $p >$

0,05). Maka H3 ditolak atau hal ini menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas informasi (*interaction quality*) terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction website*).

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pengolahan data dalam penelitian ini, maka dapat diambil ditarik kesimpulan:

1. Dari 3 dimensi *webqual* 4.0 hanya dimensi *Information Quality* yang dinilai berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *website e-commerce* Shopee, sedangkan dimensi *Usability* dan *Interaction Quality* dinilai tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *website e-commerce* Shopee, karena nilai t hitung dan tingkat signifikan dari variabel *Usability* dan *Interaction Quality* yang tidak signifikan 5% atau bernilai lebih besar dari 0,05.
2. Tidak berpengaruhnya dimensi *Usability* dan *Interaction Quality* dapat diinterpretasikan sebagai rendahnya kemudahan dalam penggunaan dan interaksi *website e-commerce* Shopee. Hal ini bisa disebabkan karena sebagian responden menganggap *website e-commerce* Shopee sulit untuk digunakan dalam berinteraksi dengan pengguna serta masih sulitnya menjalankan menu-menu yang ada di *website e-commerce* Shopee dan sebagainya.
3. Berdasarkan hasil uji f dan tingkat signifikan variabel X2 yaitu *Information Quality* yang diperoleh, menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap kepuasan pengguna *website e-commerce* Shopee secara simultan (bersama-sama).
4. Dimensi *Usability* atau kemudahan pengguna dan dimensi *Interaction Quality* atau Kualitas Interaksi *website e-commerce* Shopee, dianggap tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna. Hal ini bisa saja dikarenakan responden dari pengguna Shopee terdapat 50 orang pria, dimana responden adalah orang yang tidak terbiasa dalam hal berbelanja *online* yang jarang atau tidak pernah menggunakan *website e-commerce* Shopee, dan juga terdapat faktor dimana tidak semua orang paham dalam mengoperasikan sebuah *website* dan paham dengan tampilan dari sebuah *website*.

## REFERENSI

- Abdu'a, A. R., & Wasiyanti, S. (2018). *Laporan Akhir Penelitian Mandiri*. Jakarta.
- Darmawan, T. P., & Yuliati, A. L. (2017). *ANALISIS KUALITAS WEBSITE FORUM JUAL BELI*

*ONLINE SHOPEE DI INDONESIA  
ANALYSIS. 4(2), 1883–1887.*

- Fauziah, D. N., & Wulandari, D. A. N. (2018). Pengukuran Kualitas Layanan Bukalapak.Com Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(2), 173–180. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.8.2.55-61>
- Muhsin, A., & Zuliestiana, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webqual) 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna Bukalapak Di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*, 4(3), 18–19.
- Nugroho, A. K., & Sari, P. K. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website Tokopedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4 . 0 the Effect Analysis of Tokopedia Website Quality Towards User Satisfaction Using Webqual 4 . 0 Method. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2930–2937.
- Priyatno, D. (2014). *SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis*. Yogyakarta: Andi.
- Strategi Pemasaran Online. (2018). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.

**PROFIL PENULIS**

Ar Rachman Abdu'a merupakan mahasiswa program studi Sistem Informasi pada STMIK Nusa Mandiri Jakarta lahir di Jakarta, 13 Agustus 1995.

Sri Wasiyanti. Lahir di Klaten, 16 Agustus 1980. Lulus S1 dari STMIK KUWERA tahun 2005, kemudian melanjutkan pendidikan program pasca sarjana dan lulus pada tahun 2010. Dari tahun 2002 staf pengajar di Bina Sarana Informatika. Jurnal yang pernah ditulis dan dipublikasikan antara lain Etika Teknologi Informasi Dalam perspektif Hukum Positif di Indonesia, Analisis Pengendalian Intern Pada Sistem Informasi Akuntansi Berbasis Komputer, Sistem Informasi Arus Kas Studi Kasus Pada PT Adhinata Karya Marmer , Pengukuran Kualitas Website pemerintah Depok terhadap Kepuasan pengguna dengan metode Webqual 4.0 dan lain-lain.