

## Analisis Pemanfaatan Webqual 4.0 Dan Customer Satisfaction Index (CSI) Dalam Menilai Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Tokopedia

**Muhammad Fikri<sup>1</sup>, Sri Herawati<sup>2</sup>, Yudha Dwi Putra Negara<sup>3</sup>**

Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknik, Universitas Trunojoyo Madura

E-mail korespondensi: <sup>1</sup>[190441100015@student.trunojoyo.ac.id](mailto:190441100015@student.trunojoyo.ac.id), <sup>2</sup>[sriherawati@trunojoyo.ac.id](mailto:sriherawati@trunojoyo.ac.id),

<sup>3</sup>[yudha.putra@trunojoyo.ac.id](mailto:yudha.putra@trunojoyo.ac.id)

History Artikel

Diterima : 09 Juli 2024 Disetujui : 30 September 2024 Dipublikasikan : 26 Oktober 2024

---

### **Abstract**

*Tokopedia's website is declining because customers complain about Tokopedia's service quality. The improvement of website services aims to increase the ranking and user satisfaction of the Tokopedia website has not yet achieved optimal results. With this, research was conducted to analyse the use of Webqual 4.0 and Customer Satisfaction Index (CSI) in assessing the quality of the website on customer satisfaction on the Tokopedia application. From the results of the Validity Test of the level of importance and satisfaction, the  $r$  table which has a significance level of 0.05 with respondents as many as 100 people is 0.1966. The results of the calculated  $r$  value  $>$   $r$  table value as a result the entire attribute is valid and can be used in research and the results of the Reliability Test of interests and satisfaction are worth Cronbach's Alpha  $>$  0.6 (Reliable requirement value), as a result the questionnaire can be declared Reliable. From the results of the CSI calculation, a value of 80.4% was obtained. The CSI value obtained lies in the 66% - 80.99% index with the description "satisfied". With this it is concluded that overall customers are satisfied with the quality of the website on the tokopedia application.*

**Keywords:** *Website Quality, Customer Satisfaction, Customer Satisfaction Index (CSI), Webqual 4.0, Tokopedia.*

## ***Abstrak***

Website Tokopedia semakin menurun dikarenakan pelanggan mengeluh terhadap kualitas pelayanan Tokopedia. Peningkatan layanan website bertujuan untuk meningkatkan peringkat dan kepuasan pengguna website Tokopedia belum mencapai hasil yang optimal. Dengan ini maka dilakukan penelitian analisis pemanfaatan Webqual 4.0 dan Customer Satisfaction Index (CSI) dalam menilai kualitas website terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Tokopedia. Dari hasil Uji Validitas tingkat kepentingan dan kepuasan maka  $r$  tabel yang bertingkat signifikansi 0.05 dengan responden sebanyak 100 orang adalah 0.1966. Hasil nilai  $r$  hitung  $>$  nilai  $r$  tabel alhasil keseluruhan atribut valid dan bisa digunakan pada penelitian dan hasil Uji Reliabilitas kepentingan dan kepuasan bernilai Cronbach's Alpha  $>$  0,6 (Nilai syarat Reliabel), alhasil kuesioner tersebut dapat dinyatakan Reliabel. Dari hasil perhitungan CSI diperoleh nilai sebesar 80,4%. Pada nilai CSI yang diperoleh terletak pada indeks 66% - 80,99% dengan keterangan "puas". Dengan ini disimpulkan keseluruhan pelanggan merasa puas terhadap kualitas website pada aplikasi tokopedia tersebut.

**Kata Kunci:** *Kualitas Website, Kepuasan Pelanggan, Customer Satisfaction Index (CSI), Webqual 4.0, Tokopedia.*

**How to Cite:** Muhammad Fikri, Sri Herawati, Yudha Dwi Putra Negara (2024). Analisis Pemanfaatan Webqual 4.0 Dan Customer Satisfaction Index (CSI) Dalam Menilai Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi Tokopedia. *KOMPUTEK : Jurnal Teknik Universitas Muhammadiyah Ponorogo*, Vol 8 (2): Halaman 79-90

© 2024 Universitas Muhammadiyah Ponorogo. All rights reserved

---

ISSN 2614-0985 (Print)  
ISSN 2614-0977 (Online)

## PENDAHULUAN

Didasarkan latar belakang maka tujuan penelitian guna mengetahui dampak layanan website terhadap kepuasan pelanggan khususnya pengguna situs belanja Tokopedia menggunakan metode *Webqual* 4.0 dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Berdasarkan data *Internet World Stats* 2015, jumlah pengguna internet global mencapai 3,3 miliar [11], sementara di Indonesia terdapat sekitar 88,1 juta pengguna dengan tingkat penetrasi 34%. Peningkatan ini mencerminkan kesadaran masyarakat Indonesia terhadap teknologi dan menjadikan negara ini pasar potensial untuk sektor digital. Pada tahun 2013, nilai transaksi *e-commerce* Indonesia tercatat sebesar 130 triliun rupiah, dengan proyeksi terus meningkat seiring pertumbuhan pengguna internet. Pasar *e-commerce* Asia Tenggara diperkirakan akan berkembang pesat, dengan Indonesia sebagai salah satu pasar terbesar yang diprediksi mencapai nilai 320,8 triliun rupiah. Dalam era digital, banyak pelaku usaha, baik nasional maupun swasta, yang mengadopsi teknologi informasi dalam strategi operasional mereka [19].

Pada tahun 2014, penjualan online Indonesia mencapai 21 triliun rupiah, dan sekitar 20% dari 74,6 juta pengguna internet di Indonesia berbelanja online pada tahun 2013 [11]. Tokopedia, sebagai salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia, tercatat berada di peringkat kedua dengan rata-rata 117 juta kunjungan bulanan pada 2023. Hal ini menunjukkan pentingnya peningkatan kualitas layanan sebagai faktor utama dalam kepuasan pelanggan. Kualitas layanan dalam *e-commerce*, menurut *Parasuraman et al.*, mencakup kemampuan website dalam memfasilitasi transaksi secara efisien dan efektif [3]. Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen meliputi kualitas produk, harga, kualitas layanan, serta biaya, sementara metode untuk mengukur kepuasan mencakup survei pelanggan dan analisis keluhan [5].

Kualitas layanan website pada Tokopedia.com kadang kala belum memenuhi harapan konsumen, alhasil pihak Tokopedia.com perlu berupaya guna peningkatan

layanan tersebut. Kendala pada kualitas layanan website tokopedia seperti masalah teknis, ketersediaan produk dan informasi yang akurat, responsif terhadap pengguna, keamanan informasi pribadi, dan kurangnya pembaruan dan peningkatan kontinu pada aplikasi Tokopedia. Peningkatan layanan website berdasarkan standar *Webqual* 4.0 meliputi *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*, yang diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong penggunaan Tokopedia sebagai platform *e-commerce* yang berkelanjutan [5].

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan website Tokopedia terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan metode *Webqual* 4.0 dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). Kombinasi metode ini mengintegrasikan informasi kualitatif dari *Webqual* dengan analisis statistik melalui CSI, untuk memberikan gambaran lebih rinci tentang faktor-faktor yang memengaruhi pengalaman pengguna dan dampaknya terhadap hasil analisis. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami dan meningkatkan kualitas website Tokopedia dari perspektif pengguna dengan menggunakan analisis statistik untuk menguji dampak layanan terhadap kepuasan pelanggan.

## KAJIAN PUSTAKA

### A. Profil Tokopedia

Tokopedia diluncurkan pada tahun 2009. Platform *e-commerce* ini diciptakan William Tanuwijaya dengan Leontinus Alpha Edison di Indonesia, dan berkembang sebagai marketplace paling besar di negara tersebut. Setelah mendapatkan pendanaan awal dari berbagai investor, termasuk *East Ventures*, Tokopedia resmi diluncurkan pada 17 Agustus 2009. Awalnya, platform ini memungkinkan individu dan bisnis kecil untuk membuka toko online dan menjual produk mereka. Konsep ini diambil dari model marketplace terbuka, di mana penjual dan pembeli bisa berinteraksi tanpa batasan fisik. Pada tahun 2014, Tokopedia mendapatkan pendanaan besar

senilai \$100 juta dari *SoftBank Internet & Media Inc.* beserta *Sequoia Capital*, dimana memperkuat posisinya sebagai salah satu perusahaan teknologi paling menjanjikan di Indonesia. Pada tahun 2017, Tokopedia juga meluncurkan layanan digital products seperti pembayaran tagihan listrik, pulsa, dan layanan keuangan lainnya.

Tokopedia juga memperkenalkan layanan Tokopedia Play dan berinvestasi dalam teknologi mencakup *artificial intelligence* dan *machine learning* guna meningkatkan pengalaman pengguna. Pada tahun 2018, Tokopedia berhasil mencapai status *unicorn* (perusahaan dengan valuasi lebih dari \$1 miliar). Tokopedia semakin memperkuat posisinya sebagai e-commerce terbesar Indonesia bersama Shopee dan Bukalapak. Mereka terus mendapatkan suntikan dana dari investor besar seperti Alibaba Group melalui anak perusahaannya, Ant Financial.

Tokopedia juga berkolaborasi dengan berbagai perusahaan teknologi lain di Asia Tenggara dan memperluas cakupan bisnisnya ke berbagai sektor, termasuk pembayaran, logistik, dan layanan *fintech*. Pada Mei 2021, Tokopedia secara resmi bergabung dengan *Gojek*, perusahaan teknologi Indonesia yang menyediakan layanan ride-hailing dan pembayaran digital, untuk membentuk perusahaan induk bernama *GoTo*. Penggabungan ini bertujuan untuk menciptakan ekosistem teknologi yang lebih luas yang mencakup layanan transportasi, *e-commerce*, dan keuangan digital, membuat *GoTo* sebagai perusahaan teknologi paling besar Asia Tenggara.

Tokopedia kini memiliki jutaan pengguna aktif dan berperan besar dalam digitalisasi bisnis kecil dan menengah di Indonesia, sekaligus menjadi salah satu pemain kunci dalam transformasi digital di Asia Tenggara. Tokopedia telah menjadi simbol inovasi dalam e-commerce dan membantu jutaan UMKM guna beradaptasi dengan ekonomi digital.

## B. Model Bisnis Tokopedia

Model bisnis Tokopedia berfokus pada konsep marketplace yang memungkinkan penjual dan pembeli untuk berinteraksi di platform digital. Namun, seiring waktu, Tokopedia telah memperluas layanan dan bisnisnya dengan model-model yang lebih kompleks. Model bisnis yang digunakan oleh Tokopedia adalah model Consumer-to-Consumer (C2C), di mana siapa saja bisa mendaftar dan membuka toko online. Platform ini memfasilitasi transaksi antara penjual individual dan pembeli. Seiring waktu, Tokopedia juga mengadopsi model Business-to-Consumer (B2C), yang memungkinkan bisnis besar untuk menjual produk mereka langsung kepada konsumen.

Dalam kedua model ini, Tokopedia berperan sebagai perantara yang menyediakan platform dan infrastruktur untuk melakukan transaksi. Pembayaran yang disediakan Tokopedia sangat beragam, seperti listrik, air, telepon, internet, asuransi, hingga pajak kendaraan dan properti. Dengan layanan ini, Tokopedia mempermudah penggunanya untuk mengelola dan membayar berbagai tagihan bulanan dari satu platform digital.

## C. Fitur-fitur Pada Aplikasi Tokopedia

Tokopedia menyediakan berbagai fitur yang memudahkan pengguna dalam berbelanja dan menjual produk secara daring. Berikut adalah beberapa fitur penting dari aplikasi online shop Tokopedia:

1. Pencarian Produk: Pengguna dapat mencari berbagai produk sesuai dengan kategori, merek, atau kata kunci tertentu.
2. Filter dan Sortir: Memungkinkan pengguna untuk menyaring hasil pencarian berdasarkan berbagai kriteria seperti harga, penjual terpercaya, dan lainnya.
3. Belanja dari Toko Resmi: Tokopedia memiliki sejumlah toko resmi yang menjual produk asli dan berkualitas.
4. Rekomendasi Produk: Berdasarkan riwayat belanja dan preferensi pengguna, Tokopedia memberikan rekomendasi produk yang relevan.
5. Ulasan dan Rating: Pengguna dapat membaca ulasan dan melihat rating produk sebelum membeli, membantu dalam pengambilan keputusan.

6. Keranjang Belanja: Fitur ini memungkinkan pengguna untuk menambahkan produk ke keranjang mereka sebelum melakukan pembelian.
7. Pembayaran Digital: Tokopedia mendukung berbagai metode pembayaran digital seperti OVO, GoPay, transfer bank, dan kartu kredit.
8. Promosi dan Diskon: Platform ini sering menawarkan berbagai promosi, diskon, dan penawaran khusus bagi pengguna.
9. Toko Virtual: Pengguna dapat membuka toko mereka sendiri di platform Tokopedia dan mulai menjual produk mereka.
10. Logistik dan Pengiriman: Tokopedia memiliki layanan logistik yang mencakup pengiriman ke berbagai lokasi di Indonesia.
11. Poin Tokopedia: Pengguna dapat mengumpulkan poin saat berbelanja dan menggunakan poin ini untuk mendapatkan diskon tambahan atau hadiah lainnya.
12. Pemantauan Pesanan: Setelah melakukan pembelian, pengguna dapat melacak status pesanan mereka dalam waktu nyata.
13. Layanan Pelanggan: Tokopedia menyediakan layanan pelanggan guna membantu penggunaannya guna penyelesaian masalah ataupun pertanyaan.
14. Fitur Keamanan: Tokopedia memiliki sistem keamanan yang kuat untuk melindungi pengguna dari penipuan dan aktivitas ilegal lainnya.
15. Program Perlindungan Konsumen: Tokopedia memiliki program perlindungan konsumen yang memberikan jaminan kualitas produk dan penyelesaian sengketa.
16. Program Perlindungan Konsumen: Tokopedia memiliki program perlindungan konsumen yang memberikan jaminan kualitas produk dan penyelesaian sengketa.

#### D. Webqual 4.0

*Webqual* ialah metode ukur guna penilaian kualitas pengalaman penggunaannya pada aplikasi atau website. Metode ini membantu sebuah website atau aplikasi untuk memahami bagaimana pengguna berinteraksi dengan website atau aplikasi mereka dan di mana perbaikan dapat dilakukan untuk meningkatkan kepuasan dan efektivitas.

Dimensi *Webqual* 4.0 didasarkan pada 22 instrumen dalam tiga dimensi. Masing-masing dimensi dapat membantu memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna website [6].

*Webqual* 4.0 memiliki 4 variabel, mencakup kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), interaksi (*interaction quality*), *overall impression*, seperti bagan Gambar 1 [14].

Gambar 1. Dimensi Webqual.

Quality	Description
<b>Usability</b>	
1	I find the site easy to learn to operate
2	My interaction with the site is clear and understandable
3	I find the site easy to navigate
4	I find the site easy to use
5	The site has an attractive appearance
6	The design is appropriate to the type of site
7	The site conveys a sense of competency
8	The site creates a positive experience for me
<b>Information Quality</b>	
9	Provides accurate information
10	Provides believable information
11	Provides timely information
12	Provides relevant information
13	Provides easy to understand information
14	Provides information at the right level of detail
15	Presents the information in an appropriate format
<b>Interaction Quality</b>	
16	Has a good reputation
17	It feels safe to complete transactions
18	My personal information feels secure
19	Creates a sense of personalization
20	Conveys a sense of community
21	Makes it easy to communicate with the organization
22	I feel confident that goods/services will be delivered as promised
<b>Overall Impression</b>	
23	My overall view of this Web-site

WebQual 4.0 dirancang didasarkan 4 dimensi yakni :

1. Kualitas kegunaan (*Usability*)  
Dimensi ini berkaitan dengan kemudahan penggunaan dan navigasi website. Kegunaan mencakup aspek bagaimana website dirancang sehingga pengguna merasa nyaman dan mudah dalam mengakses berbagai fitur. Indikator-indikator yang termasuk dalam dimensi ini meliputi kemudahan, efisiensi penggunaan, kenyamanan navigasi, desain website.
2. Kualitas informasi (*information quality*)  
Dimensi sebagai tolok ukur kualitas informasi website. Ini berfokus pada sejauh mana informasi relevan, akurat, dan bermanfaat untuk penggunaannya. Indikator utama dalam dimensi ini seperti informasi yang akurat, relevan, lengkap, tepat waktu.
3. Kualitas interaksi (*service interaction quality*)  
Kualitas interaksi layanan pengguna saat mengeksplorasi situs web. Kualitas ini antara lain mampu memberi rasa aman transaksi, mudah berkomunikasi, reputasi baik, tercipta emosional yang

personal, dan adanya rasa percaya diri menyimpan informasi pribadi penggunaannya.

4. Kualitas keseluruhan (*Overall impression*) kualitas dari seluruh ketiga kualitasnya diatas.

### E. Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) adalah indeks ukur kepuasan pelanggan secara keseluruhan didasarkan pentingnya tiap atribut layanan, dengan tujuan membangun loyalitas pelanggan [13]. Guna diketahui CSI, berikut langkahnya [9]:

1. Tentukan *Mean Importance Score* (MIS) beserta *Mean Satisfaction Score* (MSS), MIS digunakan penentuan rerata tingkat kepentingan atributnya, rumus seperti dibawah ini:

$$MIS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

n : total responden.

Y<sub>i</sub> : skor kepentingan atribut Y ke i.

2. MSS menentukan rerata atribut tingkat kepuasan, rumus seperti dibawah ini:

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n Y_i}{n}$$

Keterangan:

n : total responden.

Y<sub>i</sub> : nilai kepuasan atribut Y ke i.

3. *Weight Factor* didapat dengan cara membuat nilai tingkat kepentingan rata-rata atau mengubahnya menjadi persentase total nilai tingkat kepentingan semua atribut., rumus seperti dibawah ini:

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=1}^p MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan :

MIS<sub>i</sub> : rerata kepentingan ke i.

$\sum_{i=1}^p MIS_i$  : total rerata kepentingan i ke p.

Perhitungan dilakukan dengan membagi rerata tingkat kepentingan (MIS<sub>i</sub>) tiap atribut berbentuk persen dengan Total Mean Importance Score (MIS<sub>i</sub>) dari seluruh atribut yang diukur, alhasil persamaannya dituliskan :

$$WF_i = \frac{MIS_i}{Total MIS_i} \times 100\%$$

Keterangan :

MIS<sub>i</sub> : nilai kepentingan rata-rata i.

4. Penghitungan WS hasil kali WF dengan rerata tingkat kepuasan atau MSS. Perhitungan melalui persamaan:

$$WS = WFi \times MSS$$

keterangan :

WFi : Faktor tertimbang ke-i.

MSS : Rerata tingkat kepuasan.

5. Penetapan persentase nilai keseluruhan CSI melalui persamaan:

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^p WS_k}{HS} \times 100\%$$

Keterangan :

WS<sub>k</sub> : total seluruh rerata kepentingan.

Highest Scale (HS) : skala maksimum.

p : jumlah atribut kepentingan.

6. Penarikan Menarik kesimpulan tentang nilai kepuasan. Sesudah perhitungan maka nantinya mendapatkan nilai kepuasan yang diklasifikasikan ke dalam tabel Skala CSI.

Secara umum, jika CSI > 50% maka layanan tersebut adalah pengguna. Pengguna jasa dengan CSI < 50% belum puas. Skor CSI pada penelitian ini terbagi 5 kriteria, seperti tabel berikut.

Tabel 1. Kepuasan Pelanggan.

Nilai Index	Keterangan
81% - 100%	Sangat Puas
66% - 80,99%	Puas
51% - 65,99%	Cukup Puas
35% - 50,99%	Kurang Puas
0% - 34,99%	Tidak Puas

### F. Skala Pengukuran

Skala penelitian ini skala *likert* menerapkan pengukuran ordinal. "Skala *likert* guna pengukuran pendapat, sikap, dan persepsi seseorang atau sekelompok terhadap fenomena" [17].

Tabel 2. Skala Likert.

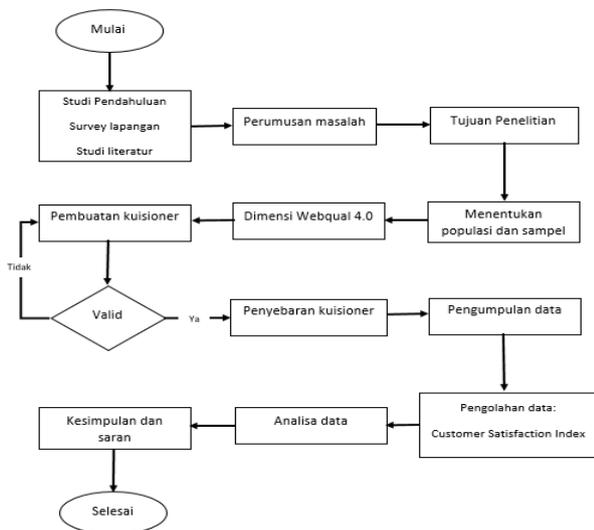
Nilai	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Ragu-ragu
4	Setuju
5	Sangat Setuju

## METODE PENELITIAN

### A. Metode Penelitian

Penelitian dilakukan di *e-commerce* tokopedia. Penelitian termasuk penelitian berkonsep deskriptif kuantitatif yakni mendeskripsikan data yang terkumpul tanpa menyimpulkan.

Untuk melakukan penelitian memakai metode kuesioner dengan pelanggan sebagai responden, terkait dengan pertanyaan penelitian. Beberapa langkah penelitian dirancang guna diketahuinya tingkat kepuasan pelanggan website Tokopedia, maka berikut tahapan penelitiannya:



Gambar 2. Metode Penelitian.

#### 1. Studi Pendahuluan, Survey Lapangan, dan Studi Literatur

Peneliti observasi langsung untuk mendapatkan informasi pelanggan yang pernah bertransaksi di platform Tokopedia.

#### Studi Literatur

Pada tahap ini, setelah dilakukan penelitian pendahuluan dan penyelidikan langsung, dilakukan penelitian kepustakaan. Penelitian kepustakaan diawali dengan pengumpulan laporan yang relevan dan dijadikan sebagai rujukan.

#### 2. Perumusan Masalah

Setelah melakukan survei, kami menyusun lembar latar belakang yang mencantumkan isu-isu utama terkait kepuasan pelanggan Tokopedia. Rumusan masalah mencakup pertanyaan tujuan

penelitian. Penting untuk mengidentifikasi tujuan guna jawaban dari pertanyaan.

#### 3. Tujuan Penelitian

Menetapkan tujuan sangatlah krusial, sebab berfungsi menjawab masalahnya

#### 4. Populasi dan Sampel

Sebelum penyebaran kuesioner, perlu menetapkan populasi dan sampel.

#### 5. Dimensi Webqual 4.0

*Webqual* ialah metode guna penilaian kualitas sebuah situs. *Webqual* berkembang dari masa ke masa dan versi terakhirnya *Webqual* 4.0 mencakup dimensi *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*.

#### 6. Pembuatan Kuisisioner

Kuesioner dirancang sebagai data primer, kemudian diisi oleh customer yang pernah melakukan transaksi. Dalam penyusunan kuisisioner memakai *Webqual* 4.0 dengan variabel *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality* yang akan dilaksanakan analisis tingkat kepentingan beserta kepuasan memakai skala likert 5 kategori.

#### 7. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur validasi pada kuisisioner. Jika pertanyaan atau pernyataan tersebut dapat dikatakan efektif, maka pertanyaan atau pernyataan tersebut akan digunakan untuk penelitian.

#### 8. Penyebaran Kuisisioner

Tahapan ini guna memperoleh data. Pernyataan ini telah dibagikan pada pelanggan Tokopedia..

#### 9. Pengumpulan Data

Selama tahapannya, beberapa informasi diperlukan Artinya, Data Primer ialah data dimana perolehannya langsung, kemudian dilakukan olah data:

##### 1) Data primer diperoleh dari survei kuisisioner

Didistribusikan ke pelanggan Tokopedia.

##### 2) Data sekunder dari berbagai sumber referensi relevan

berdasarkan judul penelitiannya, seperti buku, jurnal atau dokumen terkait.

#### 10. Pengolahan Data

Peneliti memakai *Customer Satisfaction Index (CSI)*, berikut langkahnya :

- 1) Penentuan *Mean Importance Score (MIS)* dan *Mean Satisfaction Score (MSS)*.
  - 2) Pembuatan *Weight Factors (WF)*.
  - 3) Pembuatan *Weight Score (WS)*.
  - 4) Terakhir, menentukan CSI.
11. Analisis Data

Langkah selanjutnya adalah menganalisis hasil pengolahan data tersebut. Analisis Melalui metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

## 12. Kesimpulan dan Saran

Bab ini penarikan kesimpulan beserta pemberian . Kesimpulan memuat poin-poin penting dari analisis penelitian yang dilakukan. Saran yang ditulis setelah kesimpulan dapat disampaikan pada peneliti di masa mendatang.

kebugarannya, perhitungan dilakukan dengan

### B. Pembuatan Kuisisioner

Model pengukuran memakai *WebQual 4.0* dimodifikasi melalui penambahan dimensi kualitas antarmuka pengguna terkait daya tarik visual interaksi awal (tampilan website). Instrumen penelitian terdiri dari tiga dimensi dan 22 butir pertanyaan [4]. untuk bentuk dari kuisisioner kurang lebih mencakup :

Tabel 3. Kuisisioner.

Dimensi	Pernyataan
<b>Usability</b>	Situs ini mudah dipelajari serta digunakan [15].
	Interaksi dengan website jelas dan mudah dimengerti [15].
	Mudah menemukan menu dalam website [15].
	Website mudah digunakan [2].
	Website Tokopedia memiliki tampilan menarik [7].
	Tampilan website Tokopedia sesuai jenis situs [7].
	Menurut saya, Tokopedia dapat bersaing dengan website e-commerce khususnya marketplace lainnya (misalnya: tokopedia, lazada, elevenia dll) [7].

	Menurut saya, website Tokopedia memberikan pengalaman positif [7].
<b>Information Quality</b>	Website memberikan informasi akurat [1].
	Website memberikan informasi dapat dipercaya [1].
	Menyediakan informasi up to date [10].
	Menyediakan informasi relevan [10].
	Website menyediakan informasi mudah dimengerti [16].
	Website menyediakan informasi detail yang tepat [16].
	Website menyediakan informasi dalam format tepat [16].
<b>Service Interaction Quality</b>	Website memiliki reputasi baik [1].
	Website memberikan rasa aman untuk menyelesaikan transaksi [2].
	Memiliki rasa aman dengan data pribadi pengguna [16].
	Memiliki rasa personal atau terjamin privasi [16].
	Mudah berkomunikasi dengan perusahaan jika terdapat keluhan [16].
	Menyampaikan rasa bermasyarakat ataupun bersosial [15].
	Memberikan produk atau layanan sesuai platform dengan kenyataan [12].

### C. Populasi dan Sampel Data

Kuesioner memakai skala Likert guna pengukuran pendapat pelanggan, berentang nilai dari 1 sampai 5. Penentuan total responden berdasarkan populasi pengguna Tokopedia yang besar, sehingga dihitung sesuai populasi pengunjungnya dalam data. Penentuan jumlah responden didapatkan pada data di similarweb dengan jumlah pengunjung website tokopedia sebanyak 74.98 juta selama bulan Agustus 2024. Pada penelitian memakai teknik *Accidental Sampling* yakni sampel dari populasi yang paling mudah diakses oleh peneliti. Dalam metode ini, peneliti memilih responden atau subjek yang kebetulan berada di tempat atau waktu yang tepat untuk diambil sebagai sampel. Guna penentuan sampel menerapkan rumus *slovin* berikut :

$$n = \frac{N}{1+N(d)^2} [18]$$

Keterangan:

n : Total minimum responden

N : Total populasi

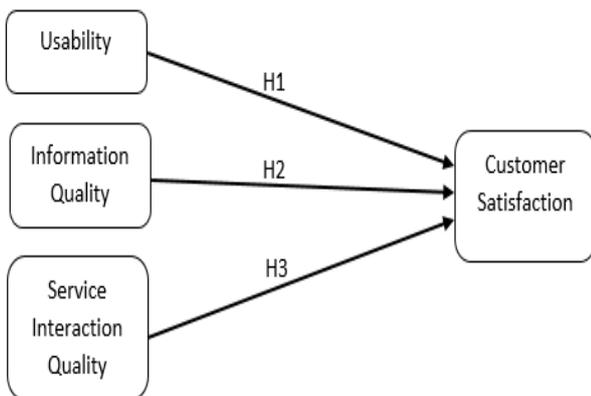
d : Tingkat ketepatan (presisi) 10% (0,1)

dengan ini maka bisa mengetahui jumlah responden dengan cara seperti dibawah ini :

$$n = \frac{74.980.000}{1+74.980.000(0,1)^2} = 99,99$$

Hasilnya dibulatkan 100 responden, lalu data dihitung memakai *software Microsoft Excel* metode CSI.

#### D. Hipotesis Penelitian



Gambar 3. Hipotesis Penelitian.

Hipotesis penelitian :

H1 : *Usability* (kegunaan) berpengaruh langsung terhadap *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan).

H2 : *Information Quality* (kualitas informasi) berpengaruh langsung terhadap *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan).

H3 : *Service Interaction Quality* (kualitas layanan) berpengaruh langsung terhadap *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Pengumpulan Data Kuisioner

Pada pengumpulan responden sebanyak 100 dari semua kalangan dan lintas gender yang pernah berbelanja atau melakukan transaksi apapun menggunakan aplikasi Tokopedia. Dalam kuisioner terdapat 2 aspek penilaian yaitu dari segi kepentingan dan kepuasan pelanggan, sebelum masuk dalam perhitungan terlebih dahulu akan diuji validitas beserta reliabilitasnya.

### B. Uji Validitas

Guna pengukuran valid atau tidaknya kuisioner [8]. Berikut hasil Uji Validitas tingkat kepentingan dan kepuasan.

Tabel 4. Uji Validitas Kepentingan.

Variabel	r hitung	r tabel	Validasi
UK1	0,7728	0,1966	Valid
UK2	0,7125	0,1966	Valid
UK3	0,7732	0,1966	Valid
UK4	0,7857	0,1966	Valid
UK5	0,7439	0,1966	Valid
UK6	0,7943	0,1966	Valid
UK7	0,7206	0,1966	Valid
UK8	0,5731	0,1966	Valid
IQK1	0,7692	0,1966	Valid
IQK2	0,8337	0,1966	Valid
IQK3	0,8188	0,1966	Valid
IQK4	0,7882	0,1966	Valid
IQK5	0,7799	0,1966	Valid
IQK6	0,7668	0,1966	Valid
IQK7	0,7236	0,1966	Valid
SQK1	0,7960	0,1966	Valid
SQK2	0,8426	0,1966	Valid
SQK3	0,7524	0,1966	Valid
SQK4	0,7092	0,1966	Valid
SQK5	0,7991	0,1966	Valid
SQK6	0,7365	0,1966	Valid
SQK7	0,7744	0,1966	Valid

Hasil uji validitas untuk tingkat kepentingan menunjukkan bahwa r tabel bertingkat signifikansi 0,05 dengan 100 responden adalah 0,1966. Karena bernilai r hitung > r tabel, atribut penelitian dinyatakan valid.

Tabel 5. Uji Validitas Kepuasan.

Variabel	r hitung	r tabel	Validasi
UK1	0,7127	0,1966	Valid
UK2	0,6933	0,1966	Valid
UK3	0,6985	0,1966	Valid
UK4	0,7212	0,1966	Valid
UK5	0,6848	0,1966	Valid
UK6	0,6662	0,1966	Valid
UK7	0,6895	0,1966	Valid
UK8	0,7716	0,1966	Valid

IQK1	0,7789	0,1966	Valid
IQK2	0,7667	0,1966	Valid
IQK3	0,7550	0,1966	Valid
IQK4	0,6502	0,1966	Valid
IQK5	0,6342	0,1966	Valid
IQK6	0,7287	0,1966	Valid
IQK7	0,5575	0,1966	Valid
SQK1	0,7211	0,1966	Valid
SQK2	0,5296	0,1966	Valid
SQK3	0,5016	0,1966	Valid
SQK4	0,7545	0,1966	Valid
SQK5	0,7834	0,1966	Valid
SQK6	0,7266	0,1966	Valid
SQK7	0,6495	0,1966	Valid

SQK2	0,997	0,60	Reliabel
SQK3	0,996	0,60	Reliabel
SQK4	0,996	0,60	Reliabel
SQK5	0,996	0,60	Reliabel
SQK6	0,995	0,60	Reliabel
SQK7	0,997	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil uji validitas tingkat kepuasan yang tercantum, diperoleh nilai r tabel sebesar 0,1966 pada tingkat sig. 0,05 dengan jumlah responden 100 orang. Nilai r hitung yang diperoleh > dibandingkan nilai r, menunjukkan bahwa seluruh atribut pada aspek kepentingan valid dan bisa dipakai penelitian ini.

### C. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas ialah pengukuran seberapa relatif konsisten kuisioner [8]. Berikut hasil Uji Reliabilitas tingkat kepentingan dan kepuasan penelitian.

Tabel 6. Uji Reliabilitas Kepentingan.

Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
UK1	0,996	0,60	Reliabel
UK2	0,996	0,60	Reliabel
UK3	0,997	0,60	Reliabel
UK4	0,997	0,60	Reliabel
UK5	0,996	0,60	Reliabel
UK6	0,996	0,60	Reliabel
UK7	0,997	0,60	Reliabel
UK8	0,995	0,60	Reliabel
IQK1	0,996	0,60	Reliabel
IQK2	0,996	0,60	Reliabel
IQK3	0,996	0,60	Reliabel
IQK4	0,996	0,60	Reliabel
IQK5	0,997	0,60	Reliabel
IQK6	0,997	0,60	Reliabel
IQK7	0,997	0,60	Reliabel
SQK1	0,996	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel diperoleh data dengan Cronbach's Alpha > 0,6 (nilai minimum yang disyaratkan dianggap reliabel). Maka kuisioner reliabel.

Tabel 7. Uji Reliabilitas Kepuasan.

Variabel	Cronbach's Alpha	Syarat	Keterangan
UK1	0,996	0,60	Reliabel
UK2	0,996	0,60	Reliabel
UK3	0,997	0,60	Reliabel
UK4	0,997	0,60	Reliabel
UK5	0,997	0,60	Reliabel
UK6	0,997	0,60	Reliabel
UK7	0,998	0,60	Reliabel
UK8	0,994	0,60	Reliabel
IQK1	0,994	0,60	Reliabel
IQK2	0,992	0,60	Reliabel
IQK3	0,991	0,60	Reliabel
IQK4	0,995	0,60	Reliabel
IQK5	0,997	0,60	Reliabel
IQK6	0,997	0,60	Reliabel
IQK7	0,998	0,60	Reliabel
SQK1	0,997	0,60	Reliabel
SQK2	0,997	0,60	Reliabel
SQK3	0,996	0,60	Reliabel
SQK4	0,995	0,60	Reliabel
SQK5	0,992	0,60	Reliabel
SQK6	0,995	0,60	Reliabel
SQK7	0,996	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel nilai Cronbach's Alpha > 0,6 (nilai minimum yang disyaratkan dianggap reliabel). Maka kuisioner reliabel.

### D. Hasil Analisis Data CSI

Dari hasil kuisioner melalui google form terdapat 100 responden kemudian di uji validitas serta uji reliabilitas, sesudah di uji dari semua pertanyaan yang ada hasilnya valid dan reliabel semua selanjutnya akan dianalisis

menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Berikut hasil perhitungannya.

Tabel 8. Skor Analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)*.

No	MIS	MSS	Weight Factor	Weight Score
1	4,37	4,14	4,622	19,135
2	4,32	4,18	4,569	19,098
3	4,32	4,13	4,569	18,870
4	4,35	4,24	4,601	19,507
5	4,35	4,22	4,601	19,415
6	4,44	4,15	4,696	19,488
7	4,44	4,21	4,696	19,770
8	3,77	3,75	3,987	14,952
9	4,47	3,82	4,728	18,060
10	4,46	3,8	4,717	17,925
11	4,37	3,44	4,622	15,899
12	4,17	3,91	4,410	17,245
13	4,2	4,07	4,442	18,079
14	4,19	4,07	4,432	18,036
15	4,07	4,05	4,305	17,434
16	4,5	4,16	4,759	19,799
17	4,57	4,26	4,833	20,590
18	4,49	4,33	4,749	20,562
19	4,04	3,86	4,273	16,493
20	4,45	3,7	4,707	17,414
21	3,9	3,76	4,125	15,509
22	4,31	4,16	4,558	18,963
<b>Total</b>	<b>94,55</b>	<b>88,41</b>	<b>95,378</b>	<b>402,245</b>
<b>CSI (%)</b>				<b>80,4%</b>

Berdasarkan tabel diatas index kepuasan pelanggan, nilai yang di dapatkan dari pengolahan CSI yakni 80,4% kisaran 66% - 80% maka berarti, indeks kepuasan pelanggan tokopedia pada kriteria “Puas”.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Temuan kualitas website terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi tokopedia menggunakan metode *Webqual* sebagai acuan kuisisioner berfokus 3 aspek yakni *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* guna memperkirakan kepuasan memakai metode *Customer Satisfaction Index (CSI)*. Untuk kuisisioner disebarakan menggunakan google form dengan 22 butir

pertanyaan dan 100 responden kemudian data tersebut di uji validasi dan di uji reliabilitas menggunakan aplikasi *microsoft excel*. Dari hasil uji validasi dan uji reliabilitas dengan 22 butir pertanyaan dan 100 responden memperoleh nilai  $r$  hitung diatas nilai  $r$  tabelnya yaitu 0,1966 maka hasilnya valid dan memperoleh nilai *cronbach alpha* > 0,60 maka reliabel. Dari semua pertanyaan pada kuisisioner tersebut sesudah diuji dan hasilnya valid serta reliabel selanjutnya akan dianalisis memakai metode CSI. Didasarkan metode dari 100 responden tersebut memperoleh nilai sebesar 0,804 atau 80,4% dibulatkan menjadi 80% yaitu, terdapat pada range 66% - 80,99% dalam tabel skala CSI. Disimpulkan, pelanggan yang telah mengisi kuisisioner merasa puas terhadap kualitas pelayanan pada aplikasi tokopedia tersebut.

### B. Saran

Saran penelitian tugas akhir ini mencakup :

1. Didasarkan hasil analisis CSI, secara umum pelanggan Tokopedia berada pada kategori puas, untuk itu perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi dari segi layanan dan kualitas website agar mendapatkan nilai kepuasan pelanggan yang lebih baik lagi.
2. Menyarankan kepada tokopedia untuk meningkatkan kualitas aspek *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* agar semakin baik lagi.
3. Menyarankan kepada aplikasi tokopedia untuk meningkatkan sistem operasi, sehingga tidak mudah terjadi gangguan.
4. Saya berharap penelitian ini memberikan referensi bagi peneliti selanjutnya. Melaksanakan penelitian guna menilai kepuasan kualitas website lebih baik lagi bagi pelanggan aplikasi Tokopedia. Selain itu, semoga hal ini dapat meningkatkan penelitian keilmuan khususnya dalam analisis kualitas website kepuasan pelanggan menggunakan aplikasi Tokopedia dengan metode yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Andayani, S. (2018). Pengaruh layanan website tokopedia terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode *webqual 4.0*. *JuSiTik: Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 2(1), 32-38.

- [2] Andry, J. F., Juliawan, G., Hosea, J. W., & Wijaya, J. (2019). Pengukuran Kualitas Website Elevenia Menggunakan Webqual 4.0 Dan Importance Performance Annalysis. *CESS (Journal of Computer Engineering System and Science)* Vol, 4.
- [3] Anggraeni, N. M. S., & Yasa, N. N. K. (2012). E-service quality terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan dalam penggunaan internet banking. *Jurnal keuangan dan perbankan*, 16(2).
- [4] Astuti, A. P., & Sari, P. K. (2016). Analisis kualitas website Lazada Indonesia berdasarkan metode webqual 4.0 dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna. *eProceedings of Management*, 3(2).
- [5] Darwin, R. (2023). ANALISIS KUALITAS LAYANAN WEBSITE TOKOPEDIA. COM MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS TEKNOLOGI DIGITAL INDONESIA).
- [6] Elangovan, N. (2013). Evaluating perceived quality of b-school websites. *IOSR Journal of Business and Management*, 12(1), 92-102.
- [7] Endra, R. Y., & Hermawan, D. (2017). Analisis dan Uji Kualitas Pengguna Website Tokopedia. Com Menggunakan Metode Webqual (case: Pengguna Tokopedia. Com di Universitas Bandar Lampung). *Explore: Jurnal Sistem Informasi dan Telematika*, 8(2), 331243.
- [8] Firdaus, M. B., Puspitasari, N., Budiman, E., Widians, J. A., & Bayti, N. (2019, September). Analysis of the effect of quality mulawarman university language center websites on user satisfaction using the webqual 4.0 method. In 2019 2nd international conference on applied information technology and innovation (ICAITI) (pp. 126-132). IEEE.
- [9] Gata, W. (2017). ANALYSIS OF INFORMATION SYSTEM QUALITY OF SERVICE ON BSI ACADEMY'S ENVIRONMENT USING WEBQUAL METHODS, IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS AND FISHBONE. *Journal of Theoretical & Applied Information Technology*, 95(2).
- [10] Hekhmatyar, O. G., & Supriyadi, D. (2017). Measurement Satisfaction Information System Quality Service On BSI Using Webqual And CSI. *IJCIT (Indonesian Journal on Computer and Information Technology)*, 2(2).
- [11] Internet World Stats. (2016). Jumlah Pengguna Internet di Dunia . Diambil kembali dari Internet World Stats: <http://www.internetworldstats.com>.
- [12] Kusumaningayu, A. P., Pratama, A., & Wulansari, A. (2024). PENGUKURAN KUALITAS WEBSITE E-COMMERCE TOKOPEDIA. COM MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 DAN IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 12(3).
- [13] Liu, B. (2011, August). Customer satisfaction index model building and empirical research of sports fitness and entertainment industry. In 2011 International Conference on Management and Service Science (pp. 1-6). IEEE.
- [14] Nada, N. Q., & Wibowo, S. (2015). Pengukuran kualitas layanan sistem informasi akademik menggunakan metode webqual 4.0. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 1(2 Desember).
- [15] Nugroho, A. K., & Sari, P. K. (2016). Analisis pengaruh kualitas website tokopedia terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode webqual 4.0. *eProceedings of Management*, 3(3).
- [16] Shofi, R. D., & Indriyanti, A. D. (2022). Evaluasi Kualitas Website Tokopedia Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA). *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 3(3), 52-60.
- [17] Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- [18] Syahputri, K., Rizkya, I., Siregar, I., & Syardhi, O. C. (2021, March). Analysis of website service quality with webqual 4.0 integration method. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* (Vol. 1122, No. 1, p. 012035). IOP Publishing.
- [19] Technasia. (2015). Prediksi Pertumbuhan E-commerce di Asia Tenggara. Diambil kembali dari Technasia: <https://id.technasia.com/potensi-ecommerce-di-indonesia-asia-tenggara>.