

# ANALISIS PENILAIAN KUALITAS WEBSITE SHOPEE TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0

Ubaydillah <sup>\*1)</sup>, Marlinda Sanglise <sup>2)</sup>, Alex De Kweldju <sup>3)</sup>

1. Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Papua, Manokwari
2. Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Papua, Manokwari
3. Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Universitas Papua, Manokwari

## Article Info

**Kata Kunci:** *Analisis, E-commerce, Webqual 4.0, Website Shopee*

**Keywords:** *Analysis, E-commerce, Shopee Website, Webqual 4.0*

## Article history:

Received 10 June 2024

Revised 2 July 2024

Accepted 24 August 2024

Available online 1 September 2024

## DOI :

<https://doi.org/10.29100/jipi.v9i3.5735>

\* Corresponding author.

Corresponding Author

E-mail address:

[www.ubaydillah000@gmail.com](mailto:www.ubaydillah000@gmail.com)

## ABSTRAK

Dengan berkembangnya teknologi seperti saat ini menghadirkan inovasi baru dalam melakukan transaksi pembelian yaitu hadirnya e-commerce. Shopee adalah salah satu e-commerce saat ini yang memiliki banyak pengguna. Tercatat 2,3 Miliar pengunjung pada tahun 2023. Faktor apa sehingga menjadikan shopee menjadi e-commerce dengan pengunjung terbanyak pada tahun 2023. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis situs web Shopee dari sudut pandang pengguna dan melihat nilai kepuasan pengguna. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode webqual 4.0. dengan teknik pengumpulan data menggunakan Kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data, penyampaian data, dan penarikan kesimpulan untuk melakukan analisis data. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pada website shopee dalam penelitian ini variabel Usability yang mempunyai nilai tertinggi yaitu mencapai 43%, Service Quality 27%, dan Information Quality 8%. Dari data ini dapat ditarik kesimpulan bahwa Usability atau Kegunaan lah yang menjadi faktor yang paling menonjol dari website shopee ini, sedangkan untuk Information Quality atau kualitas informasi yang diberikan masih kurang dan harus dilakukan peningkatan pelayanan, karena pada penelitian ini hanya memperoleh nilai sebesar 8% jauh dari Usability dan Service Quality. Untuk keseluruhan dari kualitas website shopee memperoleh nilai 78%.

## ABSTRACT

With the current development of technology, new innovations have been introduced in carrying out purchasing transactions, namely the presence of e-commerce. Shopee is one of the current e-commerce sites that has many users. It will record 2.3 billion visitors in 2023. What factors make Shopee the e-commerce site with the most visitors in 2023. This research aims to analyze the Shopee website from user point of view and see the value of user satisfaction. The method used in this research is the webqual 4.0 method. with data collection techniques using questionnaires. This research uses data collection methods, data delivery, and conclusion drawing to carry out data analysis. The conclusion of this research is that on the Shopee website in this research, the Usability variable has the highest value, reaching 43%, Service Quality 27%, and Information Quality 8%. From this data it can be concluded that Usability is the most prominent factor of this Shopee website, while Information Quality or the quality of the information provided is still lacking and service must be improved, because in this study it only got a score of 8%. from Usability and Service Quality. For the overall quality of the Shopee website, it received a score of 78%.

## I. PENDAHULUAN

DENGAN berkembangnya teknologi di segala sektor, terbuka peluang baru dalam perekonomian, seperti membeli dan menjual barang secara online. Dimana pada saat ini kegiatan jual beli barang secara online dapat dilakukan dengan mudah, cepat, dan praktis [1]. Pada era perkembangan teknologi seperti saat ini, aktivitas yang dilakukan sehari-hari tidak akan lepas dengan yang namanya penggunaan teknologi. Baik itu untuk keperluan

bekerja, sekolah, berkomunikasi dengan mudah, melakukan pembayaran pajak, bahkan berbelanja pun saat ini dapat dilakukan dari rumah secara langsung tanpa harus pergi ke pasar atau supermarket. Perkembangan dari teknologi ini sendiri ialah bertujuan untuk mempermudah pekerjaan manusia. Perkembangan teknologi ini dapat mempermudah pekerjaan manusia, memungkinkan untuk dapat berkomunikasi dengan orang lain, dan melakukan proses jual beli secara *online*. [2]. *E-commerce*, juga dikenal sebagai jual beli *online*, adalah proses pemasaran, penjualan, dan pembelian produk dan jasa yang dilakukan melalui jaringan internet. [3].

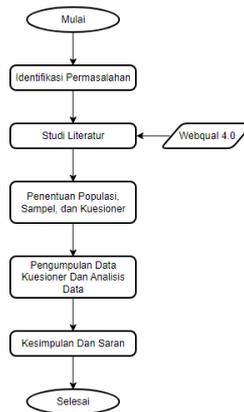
*Website* dapat disebut juga sebagai situs, situs web, ataupun sebuah portal. Ini adalah kumpulan dari beberapa halaman dari *website* dimana pada halaman pertama *website* adalah *home page*, serta halaman berikutnya disebut *web page*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa *website* merupakan kumpulan halaman yang berisi data digital. [4]. Salah satu *website* yang saat ini banyak digunakan dalam proses jual beli *online* ialah shopee. *Website* shopee ini melibatkan suatu proses transaksi jual beli barang, sehingga disebut sebagai *website* yang menerapkan konsep *e-commerce*.

Di Indonesia, belanja secara *online* menjadi salah satu pilihan banyak pihak dalam memenuhi kebutuhannya. Shopee merupakan aplikasi pemasaran *online* untuk proses jual beli yang mudah dan cepat. [5]. Salah satu *e-commerce* yang ada pada saat ini adalah shopee, dan termasuk ke salah satu *e-commerce* dengan pengguna paling banyak saat ini. Berdasarkan data dari *Similarweb* pada tahun 2023 Shopee menduduki posisi pertama *e-commerce* paling sering dikunjungi dengan nilai rata-rata kunjungan setiap bulannya mencapai 157.966.666,67 atau dalam kurun waktu 1 tahun yakni Januari-Desember 2023 mencapai 2,3 Milyar pengunjung. Angka yang menunjukkan bahwa Shopee seberapa familarnya di kalangan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dengan berbelanja secara *online*. Dalam kegiatan jual beli suatu produk kepuasan konsumen menjadi hal utama dalam menarik minat pelanggan. Menurut Indrasari (2019: 84) Kepuasan adalah suatu kondisi emosional, dan sikap pelanggan terhadap barang yang mereka beli dapat berupa ketidakpuasan, kemarahan, kegembiraan, atau kesenangan. [6]. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang penilaian kualitas *website* shopee. Penelitian ini dilakukan untuk melihat faktor apa yang menjadikan *website* shopee ini sehingga mempunyai pengunjung paling tinggi diantara *e-commerce* yang ada, apakah dari segi kegunaan, kualitas pelayanan, atau kualitas informasi yang diberikan. Maka perlu dilakukan penelitian untuk mengukur dan mengetahui tingkat kepuasan pengguna, sehingga pada *website* ini dapat dilakukan peningkatan kualitasnya. Pada penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan metode webqual 4.0. Salah satu metode untuk menilai kualitas *website* berdasarkan sudut pandang pengguna adalah WebQual. [7]. Dengan menggunakan metode webqual, dimana penilaian yang dilakukan berdasarkan persepsi pengguna yaitu dari segi kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas layanan maka dapat diketahui seberapa puas pengguna menggunakan *website* ini.

Dari latar belakang yang penulis berikan maka muncul rumusan masalah yaitu bagaimana cara mengetahui tingkat kepuasan pengguna shopee dengan metode Webqual 4.0. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisis terhadap kualitas *website* Shopee berdasarkan sudut pandang dari pengguna berdasarkan prinsip *Usability*, *Information Quality*, *Service Quality*, dan *Overall*, dan mendapatkan nilai kepuasan pengguna *e-commerce* Shopee berdasarkan dengan metode penelitian. Serta manfaat yang diperoleh dalam penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan dapat membantu untuk penelitian yang akan datang, bagi pengguna dapat menjadi acuan untuk memilih *e-commerce* yang baik dalam memenuhi kebutuhan berbelanja secara *online*, dan dapat menjadi masukan bagi pengelola *website* agar kedepannya bisa lebih baik lagi.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini terdiri dari beberapa tahapan yaitu melakukan identifikasi permasalahan, *studi literatur*, selanjutnya penentuan populasi, sampel, dan pembuatan kuesioner, melakukan pengumpulan dan analisis data, tahap akhir yaitu memberikan kesimpulan dan saran. Berikut ini tahapan dari penelitian ini yang akan diilustrasikan pada Gambar 1. di bawah ini.



Gambar 1. Tahap Penelitian

### A. Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan gambar 1. tahap pertama pada penelitian ini adalah identifikasi permasalahan yang dilakukan untuk melakukan penilaian terhadap kualitas *website* shopee. Salah satu cara untuk melakukan identifikasi ini adalah dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mendapatkan informasi atau pendapat dari seseorang atau responden [8].

### B. Studi Literatur

Pada tahap ke dua ini adalah *studi literatur* yaitu mengumpulkan berbagai informasi yang akan digunakan dalam penulisan ini. Pada penelitian ini, informasi dikumpulkan dari berbagai sumber, termasuk buku dan artikel yang relevan yang sesuai dengan penelitian ini. Studi pustaka yang digunakan pada penelitian ini adalah segala informasi yang ada pada buku maupun jurnal yang menjelaskan mengenai metode Webqual 4.0. Metode webqual 4.0 merupakan Salah satu metode yang digunakan peneliti dalam penelitian dikarenakan metode ini lebih cocok untuk memecahkan masalah pokok yang sedang dilakukan penelitian mengenai kualitas sebuah *website* [9]. Pada penelitian ini menggunakan metode webqual 4.0 karena penilaian yang dilakukan langsung dari persepsi pengguna *website* shopee, sehingga akan di peroleh nilai kepuasan dan dapat dilakukan evaluasi terhadap kualitas *website*.

### C. Penentuan Populasi, Sampel, dan Kuesioner

Pada tahap selanjutnya yaitu penentuan populasi, sampel, dan kuesioner. Populasi adalah keseluruhan dari objek atau subjek dari sebuah penelitian. Menurut Sabar populasi adalah kesatuan objek penelitian yang merupakan unsur terpenting dalam sebuah penelitian [10]. Dalam penelitian ini, populasi adalah pengguna (*User*) dengan acuan pengguna ini telah pernah atau sering menggunakan *marketplace* shopee dalam melakukan belanja *online*. Sedangkan Menurut Sugiyono (2013:215) Sampel penelitian adalah sebagian kecil dari populasi [11]. Pembuatan kuesioner pada penelitian ini mengacu pada pernyataan dimensi dari webqual 4.0.

Tabel 1.  
Instrumen Webquall 4.0

Dimensi	Indikator	Kode Pernyataan
<i>Usability</i>	1. Saya menemukan bahwa <i>website</i> Shopee Shopee mudah digunakan.	US1
	2. Cara saya berinteraksi dengan situs web Shopee ini jelas dan mudah dipahami.	US2
	3. Saya menemukan <i>website</i> shopee yang mudah dinavigasi.	US3
	4. Saya menemukan <i>website</i> shopee yang mudah digunakan.	US4
	5. Situs web Shopee ini menampilkan tampilan yang menarik..	US5
	6. Desain sesuai dengan tipe situs web Shopee.	US6
<i>Information Quality</i>	1. <i>Website</i> Shopee ini menawarkan informasi akurat.	IQ1
	2. <i>Website</i> shopee menyediakan informasi yang akurat dan dapat diandalkan.	IQ2
	3. <i>Website</i> shopee ini menyediakan informasi yang tepat waktu.	IQ3
	4. <i>Website</i> shopee ini menawarkan informasi yang relevan.	IQ4
	5. Informasi yang disajikan di situs web Shopee ini jelas dan mudah dipahami.	IQ5

	6. Website Shopee ini menawarkan informasi yang akurat	IQ6
<i>Service Quality</i>	1. Website shopee ini mempunyai reputasi yang baik.	SQ1
	2. Sangat aman untuk melakukan transaksi di website Shopee ini.	SQ2
	3. Website shopee ini memberi rasa aman untuk informasi pribadi saya.	SQ3
	4. Website shopee ini menciptakan rasa personalisasi.	SQ4
	5. Website shopee ini membuat mudah dalam berkomunikasi dengan orang lain atau organisasi.	SQ5
	6. Website shopee ini menyampaikan rasa komunitas.	SQ6
<i>Overall</i>	1. Secara keseluruhan tampilan website shopee ini baik.	OV

Pemilihan indikator pernyataan pada tabel 1. diatas telah sesuai dengan instrumen penilaian yang ada pada webqual 4.0. Dimana yang dinilai adalah dari segi kegunaan *website*, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan yang diberikan. Pada pernyataan akhir kuesioner, peneliti menambahkan *Overall* untuk mendapat jawaban dari responden apakah *website* ini secara keseluruhan kualitasnya sudah baik. Untuk setiap variabel penelitian akan menggunakan Skala Likert sebagai bahan penilaian. Untuk Skala Likert memilik 5 tingkatan penilaian yaitu nilai 1 untuk sangat tidak setuju, nilai 2 untuk tidak setuju, nilai 3 untuk netral, nilai 4 untuk setuju, dan nilai 5 untuk sangat setuju.

#### D. Pengumpulan Data Kuesioner dan Analisis Data

Pada tahap pengumpulan data, peneliti menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner ini menggunakan Skala Likert untuk mendapatkan jawaban dari responden berdasarkan persepsi. Setelah responden mengisi kuesioner yang disebar, maka tahap selanjutnya adalah mengumpulkan semua data, setelah semua data dikumpulkan maka pada tahap selanjutnya melakukan analisis data. Pada tahap pengolahan data ini, peneliti menggunakan Microsoft Excel dan Software Smart PLS (*Partial Least Square*), analisis yang dilakukan pada penelitian ini meliputi pengujian *outer model* dan *inner model*, melakukan uji Hipotesis berdasarkan perbandingan indikator *t value* dan *p value* yang diperoleh dari hasil perhitungan menggunakan software Smart PLS, dan melakukan penilaian kualitas *website* untuk melihat faktor apa yang paling baik kualitasnya apakah kegunaan, kualitas informasi, atau kualitas pelayanan.

#### E. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap terakhir ini penulis memberikan kesimpulan dan saran terhadap *website* yang dianalisis. Kesimpulan yang diberikan mencakup keseluruhan isi dari penelitian. Kesimpulan adalah suatu gagasan atau pendapat yang dicapai pada akhir suatu penelitian atau pembahasan [12].

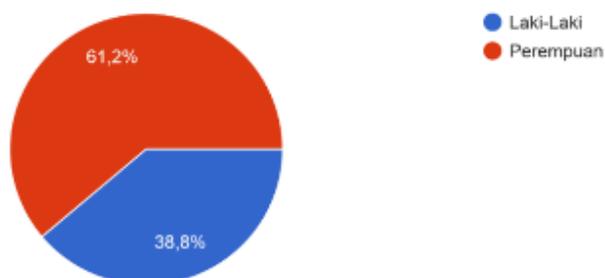
### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Responden

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan jawaban dari responden. Adapun target untuk kuesioner ini adalah masyarakat umum pengguna *marketplace* shopee, dengan jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 103 orang. Berdasarkan data responden, kaum perempuan, usia 21-25 tahun, dan seorang pelajar/mahasiswa yang mendominasi dalam menjawab kuesioner penelitian ini.

##### a) Menurut Jenis Kelamin

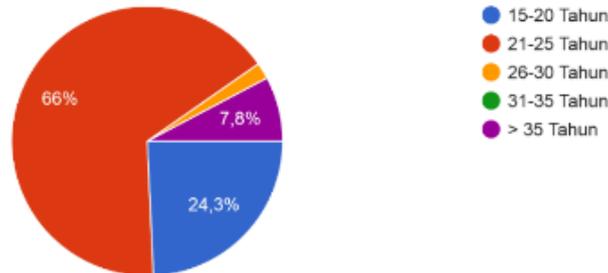
Pada kuesioner ini sebanyak 63 orang atau 61,2% yang menjawab kuesioner ada perempuan sedangkan untuk laki-laki hanya 40 orang atau 38,8%. Sehingga dapat diketahui bahwa pada kuesioner ini yang paling banyak menjawab adalah perempuan.



Gambar 2. Responden Menurut Jenis Kelamin

b) Menurut Usia

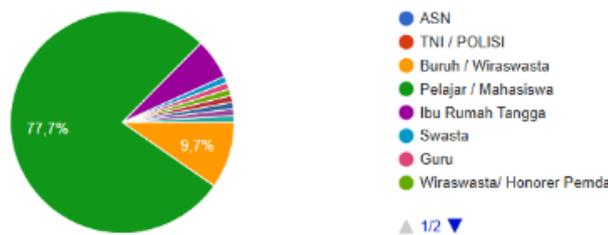
Pada kuesioner ini 25 orang atau 24,3% memilih umur 15-20 tahun, 68 orang atau 66% memilih umur 21-25 tahun, 2 orang atau 1,9% memilih umur 26-30 tahun, dan 8 orang atau 7,8% memilih umur di atas 35 tahun. Sehingga dapat dilihat bahwa pengguna *website* shopee di dominasi oleh umur 21-25 tahun.



Gambar 3. Responden Menurut Usia

c) Menurut Jenis Pekerjaan

Pada kuesioner ini 80 orang atau 77,7% seorang Pelajar/mahasiswa, 10 orang atau 9,7% seorang Buruh/Wirawasta, 6 orang 5,8% seorang ibu rumah tangga, dan masing-masing 7 orang atau 6,8% menjawab pekerjaan lainnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengunjung *website* shopee pada kuesioner ini di dominasi oleh Pelajar/Mahasiswa.



Gambar 4. Responden Menurut Jenis Pekerjaan

B. Software SmartPLS

Pada penelitian kali ini, peneliti memanfaatkan software SmartPLS untuk melakukan olah data. Dimana data yang akan diolah adalah data skala likert yang telah di isi oleh responden. Menurut (Sugiyono, 2012) Skala likert adalah penilaian yang digunakan untuk mengukur pendapat seseorang tentang sesuatu dengan mengajukan kuesioner [13]. Pada penelitian ini masing-masing variabel mempunyai beberapa penilaian seperti, variabel kegunaan (*Usability*), variabel kualitas informasi (*Information Quality*), variabel kualitas layanan (*Service Quality*) masing-masing mempunyai enam indikator penilaian, dan *Overall* mempunyai satu indikator penilaian.

C. Pengujian Outer Model

a) Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2006) Tahap uji validitas dilakukan untuk menguji ketepatan alat yang akan digunakan dalam penelitian [14]. Dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi dengan tingkat kriteria signifikan 5%. Jika korelasi antar item mempunyai nilai dibawah 0,05% maka dapat dikatakan valid.

1. Convergent Validity

*Convergent validity* dapat dilihat dari hasil *loading factor* yang dilakukan menggunakan Software SmartPLS. Menurut (Haryono, 2017) *covergent validity* merupakan salah satu teknik pengukuran untuk mengukur nilai korelasi antar variabel laten [15]. Jika nilai *loading factor* di atas 0,7 maka pengujian *covergen validity* dikatakan valid.

Tabel 2.

Uji Loading Factor

Dimensi	<i>Usability</i> (X1)	<i>Information Quality</i> (X2)	<i>Service Quality</i> (X3)	<i>Overall</i> (Y)
US1	0.810			
US2	0.888			
US3	0.842			

US4	0.884			
US5	0.812			
US6	0.849			
IQ1		0.876		
IQ2		0.890		
IQ3		0.853		
IQ4		0.871		
IQ5		0.856		
IQ6		0.903		
SQ1			0.777	
SQ2			0.858	
SQ3			0.877	
SQ4			0.871	
SQ5			0.847	
SQ6			0.800	
OV				1.000

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil uji *loading factor* untuk semua variabel menunjukkan nilai diatas 0,7, sehingga dapat diartikan untuk pengujian *loading faktor* ini untuk semua variabel dapat dikatakan valid.

## 2. *Average Variance Extracted (AVE)*

Dalam melakukan uji validitas, dapat juga melihat hasil dari pengukuran *average variance extracted (AVE)*. Jika masing-masing variabel mempunyai nilai diatas 0,5, maka *AVE* dikatakan valid.

Tabel 3.  
 Hasil Uji *Average Variance Extracted*

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
<i>Usability</i>	0.719
<i>Information Quality</i>	0.765
<i>Service Quality</i>	0.704

Pada tabel 2 diatas dapat dilihat untuk setiap variabel yang diuji memiliki nilai di atas 0,5, artinya untuk uji *AVE* ini dapat dikatakan valid untuk semua variabel.

Setelah dilakukan pengolahan data menggunakan software Smart PLS, untuk hasil *Convergent Validity* menunjukkan bahwa untuk setiap hasil pengujian pada seluruh dimensi menunjukkan nilai di atas 0,7 dan pada perhitungan *AVE* juga semua vairabel mempunyai nilai di atas 0,5 ini artinya pada tahap uji validitas semua instrumen penelitian dapat dikatakan valid.

## b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah teknik untuk mengevaluasi seberapa konsisten suatu instrumen yang digunakan dalam penelitian [16]. Pengujian dikatakan reliabel jika memenuhi syarat yaitu memperoleh nilai diatas 0,5.

### 1. *Composite Reliability*

Hasil dari uji reliabilitas diperoleh nilai koefiesn reliabilitas dari masing-masing variabel adalah *Usability* 0,939, *Information Quality* 0,951, dan *Service Quality* 0,934. Berdasarkan nilai dari masing-masing variabel tersebut dapat disimpulkan bahwa semua angket didalam penelitian ini telah Reliabel.

Tabel 4.  
 Hasil Uji *Composite Reliability*

Variabel	<i>Composite Reliability (rho_c)</i>
<i>Usability</i>	0.939
<i>Information Quality</i>	0.951
<i>Service Quality</i>	0.934

Pada tabel diatas menunjukkan hasil dari perhitungan *composite reliability* yang menunjukkan hasil diatas di atas 0,7. Dengan demikian pengukuran tersebut telah memenuhi kriteria *composite reliability*. Untuk lebih memperkuat pengujian reliabilitas diatas, maka selanjutnya akan dilakukan pengujian untuk melihat nilai *cronbach alpha* untuk setiap variabel yang ada. Untuk nilai *cronbach alpha* dikatakan reliabel jika diatas 0,7. Berikut ini peneliti akan menyajikan tabel hasil pengujian *cronbach alpha*.

Tabel 5.  
Hasil Pengujian *Cronbach Alpha*

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>
<i>Usability</i>	0.922
<i>Information Quality</i>	0.939
<i>Service Quality</i>	0.916

Pada tabel diatas, menunjukkan untuk nilai *cronbach alpha* pada masing-masing variabel sudah baik dikarenakan nilainya di atas 0,7. Dari hasil pengujian *composite reliability* dan *cronbach alpha* sehingga dapat disimpulkan bahwa penelitian ini telah memenuhi kriteria uji reliabilitas.

Dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas menunjukkan hasil yang valid dan reliabel yang artinya memiliki hasil sudah bagus, sehingga instrumen penelitian ini dapat digunakan untuk melakukan penilaian terhadap kualitas *webite* shopee.

#### D. Pengujian Inner Model

Terdapat tiga tahapan yang akan dilakukan pada pengujian *inner model* ini yaitu : *R-Square*, *F-Square*, dan *Path Coefisien*.

##### a) *R-Square*

Untuk kriteria pengujian *r-square* adalah sebagai berikut: jika nilai *r-square* 0,67 menandakan kualitas yang kuat, jika nilai *r-square* 0,33 menandakan kualitas sedang, dan jika nilai *r-square* 0,19 menandakan kualitas yang lemah. [17]. Pada penelitian ini terdapat 1 variabel Y yaitu *Overal*.

Tabel 6.  
Hasil Pengujian *R-Square*

Variabel Y	<i>R-square</i>
<i>Overal</i>	0.637

Pada tabel diatas menunjukka hasil perhitungan *r-square* terhadap variabel Y yaitu *overal* diperoleh nilai 0,637. Nilai dari perhitungan ini medekati kriteria nilai *r-square* sebesar 0,67, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengujian *r-square* terhadap variabel Y memiliki kualitas yang kuat.

##### b) *F-Square*

Untuk pengujian *f-square* ini mempunyai 3 pengaruh [17]. Ke 3 kategori tersebut yaitu:

1. Jika nilai *f-square* sebesar 0,02 menunjukkan bahwa kategorinya lemah terhadap *overal*
2. Jika nilai *f-square* sebesar 0,15 menunjukkan bahwa kategorinya cukup terhadap *overal*
3. Jika nilai *f-square* sebesar 0,35 menunjukkan bahwa kategorinya kuat terhadap *overal*

Tabel 7.  
Hasil Pengujian *F-Square*

Variabel X	Variabel Y ( <i>Overal</i> )
<i>Usability</i>	0.120
<i>Information Quality</i>	0.007
<i>Service Quality</i>	0.070

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai *f-square Usability* terhadap *Overal* mempunyai nilai 0,120 masuk ke dalam kategori cukup, nilai *f-square Information Quality* terhadap *Overal* mempunyai nilai 0,007 masuk ke dalam kategori lemah, sedangkan untuk *Service Quality* terhadap *Overal* mempunyai nilai 0,070 masuk ke dalam kategori lemah.

c) *Path Coefisien*.

Pengujian *Path Coefisien* ini dilakukan untuk mengetahui seberapa signifikannya setiap variabel. Nilai signifikan dari setiap koefisien dapat diukur menggunakan metode *bootstrapping*. Salah satu metode resampling yang memperluas sampel data dari sampel sebelumnya adalah *bootstrapping*. Menurut (Widyaningsih, 2018) *Path Coefisien* dikatakan signifikan jika nilai *p values* lebih kecil dari 0,05 [18].

Tabel 8.  
 Hasil *Path Coefisien*

Variabel	Cronbach Alpha	T Values	P values	Keterangan
<i>Usability -&gt; Overall</i>	0,05	3,372	0,001	Signifikan
<i>Information Quality -&gt; Overall</i>	0,05	0,810	0,418	Tidak Signifikan
<i>Service Quality -&gt; Overall</i>	0,05	2,169	0,030	Signifikan

Dari tabel diatas dapat dilihat untuk variabel *Usability* dan *Service Quality* memperoleh pengaruh positif atau signifikan terhadap *Overall*, sedangkan hanya 1 variabel yaitu *Information Quality* yang memperoleh pengaruh negatif atau Tidak Signifikan terhadap *Overall*.

Pada pengujian *inner model* yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas dari *website* ini sudah baik yang dibuktikan dengan nilai *Overall* 0,637 dan untuk kegunaan (*Usability*) terhadap keseluruhan kualitas *website* (*Overall*) memiliki hubungan yang kuat dengan nilai 0,120. Pada penelitian sebelumnya [19] juga terdapat pengaruh positif atau signifikan antara *Service Quality* terhadap kualitas *website*.

E. *Uji Hipotesis*

Hipotesis adalah asumsi sementara yang perlu diuji melalui penelitian ilmiah [20]. Ada tiga hipotesis dalam penelitian ini yaitu H1, H2, dan H3. Pengujian hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan indikator *t value* dan *p value*. Jika *t value* lebih besar dari *p value* maka hipotesis diterima. Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel 9. dapat dilihat bahwa dari tiga uji hipotesis yang telah dilakukan, semua hasil uji hipotesis diterima.

Tabel 9.  
 Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Hipotesis	T Values	P values	Keterangan
<i>Usability -&gt; Overall</i>	H1	3,372	0,001	Di Terima
<i>Information Quality -&gt; Overall</i>	H2	0,810	0,418	Di Terima
<i>Service Quality -&gt; Overall</i>	H3	2,169	0,030	Di Terima

Berdasarkan hasil dari uji Hipotesis di atas, Hipotesis H1 diterima artinya adanya hubungan yang mempengaruhi *Overall* terhadap *Usability* yaitu isi dari *website* jelas dan mudah dimengerti. Hipotesis H2 diterima artinya adanya hubungan yang mempengaruhi *Overall* terhadap *Information Quality* yaitu informasi yang ditampilkan pada *website* sudah baik dan jelas. Hipotesis H3 diterima artinya adanya hubungan yang mempengaruhi *Overall* terhadap *Service Quality* yaitu kualitas pelayanan sudah baik, pengguna merasa aman, dan nyaman dalam menggunakan *website* ini.

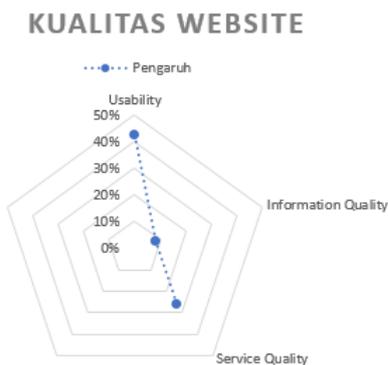
F. *Besarnya Pengaruh Masing-Masing Variabel*

Selanjutnya kita akan mengukur untuk mengetahui variabel apa yang mempunyai kualitas paling baik, dengan perhitungan menggunakan software smart PLS.

Tabel 10.  
 Besar Pengaruh Masing-Masing Variabel

Variabel	Koefisien Path	Laten Variable Correlation	Pengaruh
<i>Usability -&gt; Overall</i>	0,425	1,000	43%
<i>Information Quality -&gt; Overall</i>	0,097	0,830	8%
<i>Service Quality -&gt; Overall</i>	0,319	0,833	27%
Kualitas Website	Total Kualitas Website		78%

Jika melihat hasil perhitungan pada tabel di atas maka dapat dilihat variabel *Usability* yang mempunyai nilai paling tinggi yaitu 43%, hal ini menunjukkan bahwa variabel *Usability* yang mempunyai kualitas paling baik diantara *Information Quality* dan *Service Quality*. Untuk nilai keseluruhan kualitas *website* ini memperoleh nilai 78%.



Gambar 5. Grafik Besarnya Pengaruh Masing-Masing Variabel

Dari Gambar 5. diatas ataupun pada Tabel 10. memenuhi tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui faktor apa yang menjadikan *website* shopee memiliki pengunjung terbanyak. Pada penelitian kali ini pada variabel kegunaan (*Usability*) mempunyai nilai atau pengaruh paling besar yaitu 43%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa berdasarkan penelitian ini faktor kegunaan yang paling baik kualitasnya pada *website* ini. Hal ini megimplikasikan bahwa kualitas dari sebuah *website* dapat menentukan kepuasan dan daya tarik untuk *website* ini sendiri. Sehingga, untuk memastikan kualitas sebuah *website* tetap baik, diperlukan penelitian berikutnya sehingga kedepannya kualitas *website* akan terus mengalami peningkatan.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian ini adalah *Overall* dari kualitas *website* ini adalah mencapai 78%, dimana *Usability* yang memperoleh nilai paling tinggi yaitu sebesar 43% dan *Information Quality* memperoleh nilai paling rendah yaitu 8%. Hal ini menandakan bahwa pada *website* shopee *Usability* atau kegunaan yang paling baik pelayanannya dibandingkan dengan *Information Quality* dan *Service Quality*. Dari hasil Hipotesis yang telah dilakukan, untuk H1, H2, maupun H3, *Overall* mempunyai hubungan yang saling mempengaruhi terhadap *Usability*, *Information Quality*, serta *Service Quality*.

##### B. Saran

Saran yang peneliti berikan pada penelitian kali ini, *website* shopee harus terus meningkatkan pelayanannya agar aspek *Usability*, *Information Quality*, dan *Sevice Quality* dapat terus mengalami peningkatan. Terutama pada aspek *Information Quality* dimana pada penelitian ini mempunyai nilai terendah dari pada *Usability* dan *Service Quality*. Perbaiki informasi yang diberikan wajib dilakuakn oleh *website* shopee agar kedepannya baik aspek *Usability*, *Information Quality* dan *Service Quality* sehingga *website* shopee ini mempunyai penilaian yang lebih baik dari pengguna, sehingga kualitas keseluruhan *website* akan meningkat.

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] N. D. Dewi, "Pengaruh Kemudahan, Keamanan dan Pengalaman Pembelian terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Menggunakan Aplikasi Shopee," *J. EKOMAKS J. Ilmu Ekon. Manajemen, dan Akunt.*, vol. 8, no. 1, pp. 25–32, 2019, [Online]. Available: <https://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks/article/view/29>
- [2] M. A. Athallah and K. Kraugusteeliana, "Analisis Kualitas Website Telkomsel Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis," *Cogito Smart J.*, vol. 8, no. 1, pp. 171–182, 2022, doi: 10.31154/cogito.v8i1.374.171-182.
- [3] I. K. Reza Hermiati, Asnawati, "PEMBUATAN E-COMMERCE PADA RAJA KOMPUTER MENGGUNAKAN BAHASA PEMROGRAMAN PHP DAN DATABASE MYSQL jurnal pendukung," *J. Media Infotama*, vol. 17, no. 1, pp. 54–66, 2021, [Online]. Available: <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/jmi/article/view/1317>
- [4] M. D. Abdurrahman Sidik, S.Sn., *Teori, Strategi, dan Evaluasi Merancang Website dalam Perspektif Desain*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al-Banjari, 2019. [Online]. Available: [https://repository.uniska-bjm.ac.id/504/1/Abdurrahman Sidik - Teori, Strategi, dan Evaluasi Merancang Website dalam Perspektif Desain.pdf](https://repository.uniska-bjm.ac.id/504/1/Abdurrahman%20Sidik%20-%20Teori,%20Strategi,%20dan%20Evaluasi%20Merancang%20Website%20dalam%20Perspektif%20Desain.pdf)
- [5] A. A. H. A. Meriyati, "Pengaruh Promo Flash Sale 3.3.4.4 Pada Aplikasi Shopee Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa Aktif Prodi Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang," *J. Bisnis Manaj.*, vol. 1, no. 3, pp. 655–666, 2023, [Online]. Available: <https://ejournal.lapad.id/index.php/jurbisman/article/view/236>
- [6] K. A. D. Syafutra, "PENILAIAN KEPUASAN PELANGGAN DENGAN APLIKASI SURVEI PADA PDAM KOTA BENGKULU.pdf," *J. TEKNOSIA*, vol. 1, no. 1, pp. 16–21, 2021, [Online]. Available: <https://ejournal.unib.ac.id/teknosia/article/view/15542>
- [7] Y. Oslan and H. Kristanto, "Analisis Kualitas ssat.ukdw.ac.id dengan Metode Pendekatan Webqual 4.0," *Juisi*, vol. 07, no. 01, pp. 1–10, 2021, [Online]. Available: <https://journal.uc.ac.id/index.php/JUISI/article/view/2092>
- [8] Sendianto, "ANALISIS PENGARUH PROMOSI TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK BESERTA PERAMALAN PENJUALANNYA (STUDI KASUS PADA PT. ASKOTAMA INTI NUSANTARA)," *J. Manaj. Bisnis*, vol. 16, no. 2, pp. 85–94, 2021, [Online]. Available: <https://journal.stimaimmi.ac.id/index.php/aliansi/article/view/103>
- [9] D. A. M. F. 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.
- [10] N. F. Amin, S. Garancang, and K. Abunawas, "Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian," *J. Pilar*, vol. 14, no. 1, pp. 15–31, 2023, [Online]. Available: <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/view/10624>
- [11] N. Mu'afiah, "PENGARUH OPINI AUDIT DAN PERGANTIAN AUDITORTERHADAP AUDIT DELAYPADA PT. BUMIMAS NUSANTARAPERIODE 2015-2019," *J. Mitra Manaj. (JMM ONLINE)*, vol. 4, no. 11, pp. 1558–1572, 2020, [Online]. Available: <http://e-journalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/483>
- [12] F. A. H. S. I. A. S. Barkah, "Upaya Meningkatkan Kemampuan Menarik Kesimpulan Pembelajaran Bahasa Indonesia pada Materi Teks Tanggung Jawab Warga Negara melalui Metode Mind Mapping.pdf." Stikip Kusumua Negara, Jakarta, pp. 45–50, 2020. [Online]. Available: <http://jurnal.stkipkusumanegara.ac.id/index.php/semnara2020/article/view/514>
- [13] Sumartini, K. S. Harahap, and Sthevany, "Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Di Perusahaan Pembekuan Tuna X," *Aurelia J.*, vol. 2, no. 1, pp. 29–38, 2020, [Online]. Available: <http://ejournal-balitbang.kkp.go.id/index.php/aureliajournal/article/view/9392>
- [14] R. Al Hakim, I. Mustika, and W. Yuliani, "Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi," *FOKUS (Kajian Bimbing. Konseling dalam Pendidikan)*, vol. 4, no. 4, pp. 263–268, 2021, doi: 10.22460/fokus.v4i4.7249.
- [15] F. M. F. E. Ahman, "PENGARUH PELATIHAN SDM DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA KARYAWANDENGAN DISIPLIN KERJA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA ATTARAKHA PHOTOGRAPHY BANDUNG.pdf," *JEMSI (jurnal Ekon. Manaj. Sist. informasi)*, vol. 2, no. 1, pp. 35–46, 2020, [Online]. Available: <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/324>
- [16] M. Erida, "Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Motivasi Pengidap HIV/AIDS," *J. Ilm. Bina Edukasi*, vol. 1, no. 1, p. 18, 2021, [Online]. Available: [http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3196474&val=28136&title=UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS INSRUMEN MOTIVASI PENGIDAP HIVAIDS](http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=3196474&val=28136&title=UJI%20VALIDITAS%20DAN%20UJI%20RELIABILITAS%20INSRUMEN%20MOTIVASI%20PENGIDAP%20HIVAIDS)
- [17] Minarwati and I. Hidayah, "Penerapan Metode Webqual 4.0 Untuk Analisis Kualitas Website STMIK El Rahma Terhadap Kepuasan Pengguna," *J. Inform. Komputer, Bisnis dan Manaj.*, vol. 20, no. 2, pp. 87–99, 2023, doi: 10.61805/fahma.v20i2.36.
- [18] N. A. J. P. R. Setyadi, "Analisis Kepuasan Pengguna Website TVCCTube Menggunakan Metode Webqual 4.0.pdf," *J. Inf. Syst. Res.*, vol. 4, no. 2, pp. 714–722, 2023, [Online]. Available: <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/josh/article/view/2951>
- [19] O. C. S. P. Mediti, "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Shopee," *J. Ilmu Manaj.*, vol. 8, no. 4, p. 1290, 2020, doi: 10.26740/jim.v8n4.p1290-1300.
- [20] I. N. Muslimah, "PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PELAYANAN FISKUS TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK DENGAN VARIABEL INTERVENING KEPUASAN WAJIB PAJAK.pdf," *Prism. (Platform Ris. Mhs. Akutansi)*, vol. 1, no. 2, pp. 81–96, 2020, [Online]. Available: <http://www.ojs.stiesa.ac.id/index.php/prisma/article/view/370>