

PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA *WEBSITE* PT. KAI (PERSERO) DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0

Mahir Pradana^{1*)}, Yusuf Riyanto²⁾

^{1,2} Dosen Fakultas Komunikasi & Bisnis Universitas Telkom Bandung

*) email: mahirpradana@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

Accompanied Technology developments The development of Information Technology-based systems. The development of the information system will be successful if it is supported by some of the supporting factors That can be provide success Alone Against Information Systems The reflected through User Satisfaction Information Systems. USE and Information Systems Technology Advancement NOT Just take effect ON A Management Company but also bring a significant influence hearts Against The different ASPECT Business. One of the interesting phenomena of the development of Information and Communication Technology is the internet as a new medium that can not be separated from the life of today's modern society. New media like the Internet is a medium that can shift traditional media such as television, radio, because new media is interactive so the demand by many people. Internet as a medium of communication that people show interest because of several advantages such as easy, quick and precise. Based on hypothesis testing simultaneously be concluded Ha accepted because the F count larger than F table (28 183 > 3:09), which means Usability Quality, Information Quality and Service Interaction Quality simultaneously influence customer satisfaction. As for testing the hypothesis Partial be concluded. Ha accepted, due to the variable Quality Usability own value t is greater than t table (2,724 > 2,722), which means Usability Quality proven effect on user satisfaction, and the Information Quality variable t is not greater than t table (-821 < 2.722) which means that the Information Quality is not too much influence on user satisfaction, then on Interaction Service Quality variable t is greater than t table (4.926 > 2.722), which means the Service Interaction Quality proven effect on user satisfaction

Keywords: *E-Commerce, User Satisfaction, Consumer Behavior*

1. Pendahuluan

Salah satu fenomena yang menarik dari perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi adalah internet sebagai media baru yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan masyarakat modern saat ini. Media baru seperti internet merupakan sebuah media yang dapat menggeser media tradisional seperti televisi dan radio, karena media baru bersifat interaktif sehingga diminati oleh banyak orang (Natyari, 2017). Internet sebagai media komunikasi yang diminati orang karena beberapa kelebihan seperti mudah, cepat dan tepat, kelebihan dalam hal kapasitasnya, kerahasiaan, efisien dan

efektif serta membuka mata dunia akan dunia baru (Pradana & Amir, 2016).

Kehadiran internet memberikan dampak yang begitu signifikan terhadap masyarakat, bahkan internet menjadi media yang tak terpisahkan dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi dan media komunikasi yang tak lagi mengenal batasan waktu dan letak geografis (Wardhana, 2016). Kondisi pertumbuhan Internet dunia yang kian meningkat tak terkecuali dialami oleh Indonesia, sesuai dengan tuntutan Indonesia sebagai negara berkembang dengan kondisi ekonomi yang sudah masuk 20 besar dunia (Fakhri et al., 2014).

PT. Kereta Api Indonesia (Persero) merupakan perusahaan perseroan pada tahun 1998 yang bergerak pada perusahaan jasa transportasi perkeretaapian. Sistem informasi yang digunakan PT. Kereta Api Indonesia berbasis web yang dinamakan portal. Sistem informasi berbasis web memberikan dampak terhadap perusahaan berupa penunjang terhadap kegiatan pelayanan (Pradana & Wijaksana, 2017). Perkembangan perusahaan yang memanfaatkan sistem informasi pasti mampu bersaing dengan perusahaan lain karena adanya efisiensi dan efektifitas terhadap waktu, biaya dan operasionalnya (Fakhri et al., 2014). Maka dalam mencapai tujuan perusahaan, dapat bergantung kepada dua elemen yang utama yaitu elemen kemanusiaan dan elemen bukan kemanusiaan. Elemen kemanusiaan dirujuk kepada tingkah laku individu dalam organisasi seperti akuntabilitas dan komitmen terhadap perusahaan. Sedangkan elemen bukan kemanusiaan dirujuk kepada proses, struktur dan teknologi (Arifin, 2015 dan Arsyawati, 2017).

Menurut Madiawati (2016), kedua elemen tersebut bertindak mempengaruhi tingkah laku dalam perusahaan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan berdasarkan dari sebuah informasi-informasi yang didapatkan lalu diolah secara akurat akan memberikan dampak terhadap perusahaan. Istilah informasi sering digunakan secara bergantian, ada yang menyebut informasi adalah data dan sebaliknya. Hal tersebut dikatakan oleh Pradana & Wijaksana (2017), yaitu informasi adalah data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata dan terasa bagi keputusan saat itu atau keputusan mendatang. Informasi-informasi tersebut diolah melalui sistem (*input-process output*) agar dapat menjadi sebuah informasi yang akurat dan hal ini dikatakan sebagai sistem informasi (Natyari, 2017). Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu perusahaan yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian yang mendukung fungsi operasi perusahaan yang bersifat manajerial dengan kegiatan strategi dari suatu organisasi untuk dapat menyediakan kepada pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.

Perkembangan sistem informasi memberikan beberapa fitur yang dapat menunjang kebutuhan perusahaan. PT. Kereta Api Indonesia (Persero) memberikan fasilitas aplikasi WEB yang beralamat <https://www.kereta-api.co.id> Fasilitas ini memiliki fitur news, link, product, FAQ (*Forum Ask Question*), *helpdesk*, *KA301*, dan *greetings*. Selain itu aplikasi sistem informasi ini memungkinkan para stakeholders untuk memesan tiket atau

sekedar melihat jenis pelayanan yang ditawarkan serta jadwal perjalanan Kereta Api.

Berdasarkan fenomena di atas, Sehingga pada penelitian ini berdasarkan latar belakang diatas perlu dilakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “Pengaruh Kualitas *Website* Terhadap Kepuasan Pengguna *Website* PT.Kereta Api Indonesia (persero) dengan Menggunakan Metode WebQual 4.0”.

Penelitian ini bertujuan untuk: 1) Mengetahui kualitas website PT.Kereta Api Indonesia menurut, 2) Pendapat pengguna dari sudut pandang WebQual, 3) Mengetahui pengaruh WebQual PT.Kereta Api Indonesia secara parsial terhadap kepuasan pengguna, 4) Mengetahui pengaruh WebQual PT.Kereta Api Indonesia secara simultan terhadap kepuasan pengguna.

2. Landasan Teoritis

WebQual

WebQual dikembangkan oleh Barnes dan Vidgen (2014) berdasarkan persepsi pengguna akhir (end-user). Menurut Slabey (1990) dalam Barnes & Vidgen (2003), WebQual adalah “*structured and disciplined process that provide a means to identify and carry the voice of the customer through each stage of product and or service development and implementation*” yang artinya WebQual adalah proses terstruktur dan disiplin yang menyediakan sarana untuk mengidentifikasi dan membawa suara pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk dan atau jasa dan pelaksanaannya.

WebQual sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya dengan metodologi *Quality Function Deployment* (QFD) yang merupakan sarana untuk mengidentifikasi dan membawa suara pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk dan juga jasa. (Pradana & Wijaksana, 2017).

WebQual 4.0 merupakan hasil analisis pada WebQual 3.0 yang membawa pada identifikasi tiga dimensi dari kualitas website e-commerce, yaitu: kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*) (Barnes & Vidgen, 2014).

Dalam WebQual 4.0 ini, kegunaan berkaitan dengan desain website misalnya penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan juga tampilan yang disampaikan dalam website tersebut. Kegunaan berfokus pada pandangan bagaimana

pengguna melihat dan berinteraksi dengan website (Indiantono & Sutopo, 2013). Juga tentang apakah desain sesuai dengan jenis website (Arsyawati, 2017).

Terakhir, kualitas informasi merupakan kualitas dari isi website, yaitu kesesuaian informasi untuk penggunaannya seperti format, tingkat akurasi dan juga relevansi (Wardhana & Pradana, 2016). Ada juga kualitas layanan interaksi yang merupakan hal yang dialami oleh pengguna website, diwujudkan dalam bentuk kepercayaan dan empati misalnya mengenai transaksi dan keamanan informasi, pengiriman produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik atau pengelola website (Barnes & Vidgen, 2014).

Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan metode *WebQual 4.0* karena penelitian ini berfokus pada *WebQual 4.0*

Kepuasan Pengguna

Kepuasan adalah persepsi pelanggan bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui (Madiawati, 2016). Menurut Kotler dan Keller (2014), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Sedangkan menurut Ives (1983) dalam Natyari (2017), kepuasan pengguna merupakan informasi pengguna mengenai sejauh mana pengguna percaya bahwa sistem informasi yang tersedia mampu untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Natyari (2017) juga mengungkapkan bahwa kepuasan pengguna yang sangat penting bagi perusahaan, karena kepuasan pengguna merupakan kunci sukses untuk mengukur implementasi dari sebuah sistem informasi.

Hipotesis Simultan dalam penelitian ini adalah:

Ho : Tidak Terdapat pengaruh *WebQual* PT.Kereta Api Indonesia secara simultan terhadap kepuasan pengguna.

Ha : Terdapat pengaruh *WebQual* PT.Kereta Api Indonesia secara simultan terhadap kepuasan pengguna.

hipotesis Parsial sebagai berikut:

Ho₁: Tidak terdapat pengaruh dimensi *Usability website* PT.Kereta Api Indonesia terhadap kepuasan pengguna

Ha₁: Terdapat pengaruh dimensi *Usability website* PT.Kereta Api Indonesia terhadap kepuasan pengguna.

Ho₂: Tidak Terdapat pengaruh dimensi *Information Quality website* PT.Kereta Api Indonesia terhadap kepuasan pengguna.

Ha₂: Terdapat pengaruh dimensi *Information Quality website* PT.Kereta Api Indonesia terhadap kepuasan pengguna.

Ho₃: Tidak Terdapat pengaruh dimensi *Interaction Quality website* PT.Kereta Api Indonesia terhadap kepuasan pengguna.

Ha₃: Terdapat pengaruh dimensi *Interaction Quality website* PT.Kereta Api Indonesia terhadap kepuasan pengguna.

3. Metodologi Penelitian

Berdasarkan karakteristik masalah, penelitian ini termasuk dalam penelitian kausal komparatif (*causal-comparative research*). Jenis penelitian ini menggunakan karakteristik masalah berupa hubungan sebab- akibat antara dua variabel atau lebih. Peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel-variabel yang mempengaruhi (variabel independen).

Berdasarkan jenis data, penelitian ini termasuk dalam penelitian opini, yaitu penelitian terhadap fakta berupa opini atau pendapat orang (responden), dapat berupa individu ataupun kelompok. Hal ini bertujuan untuk menyelidiki pandangan, persepsi, atau penilaian responden terhadap masalah tertentu berupa tanggapan responden terhadap diri responden atau kondisi lingkungan dan perubahannya. Sesuai dengan jenis data yang diuji, penelitian ini menggunakan metode survei.

Penelitian ini juga menggunakan paradigma kuantitatif (*quantitative paradigm*) atau penelitian kuantitatif. Penelitian ini menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Penelitian dengan pendekatan deduktif yang bertujuan untuk menguji hipotesis merupakan tipe penelitian yang menggunakan paradigma kuantitatif (Indiantono dan Sutono, 2013). Hal ini serupa dengan jenis penelitian verifikatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang pada dasarnya untuk menguji teori dengan pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan perhitungan statistik yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel X₁, X₂ dan X₃ terhadap Y. Verifikatif berarti menguji teori dengan pengujian suatu hipotesis apakah diterima atau ditolak (Sugiyono, 2010:21).

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Sekaran (2011:299), menerangkan bahwa analisis regresi berganda

dilakukan untuk menguji pengaruh simultan dari beberapa variabel bebas terhadap suatu variabel terikat yang berskala internal. Analisis regresi linier berganda dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2. Persamaan analisis regresi linier berganda adalah:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Y = keputusan pembelian
 α = konstanta
 X_1 = Platform Assistance
 X_2 = Concern for Other Consumers
 X_3 = Extraversion/Self-Enhancement
 X_4 = Helping the Company
 β_1, \dots, β_5 = koefisien regresi
 e = error term

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa dari 100 responden pada penelitian ini terdapat 35% berjenis kelamin perempuan dan 65% berjenis kelamin laki-laki. Responden terbanyak berada pada usia >35 tahun, dengan mayoritas pekerjaan 35% sebagai Karyawan atau pegawai, Berdasarkan analisis deskriptif tanggapan responden mengenai WebQual 4.0 dengan indikatornya yaitu: Usability Quality (X₁), Information Quality (X₂), Service interaction Quality (X₃), dan Kepuasan pengguna (Y) berada dalam kategori baik.

Pada pengujian Hipotesis secara simultan didapat nilai F tabel sebesar 3,09 pada df1 sebesar 3 dan df2 sebesar 96. Dan dari hasil tabel 1, anova dibawah, di dapat nilai F hitung sebesar 28,183. Karena F hitung lebih besar daripada F Tabel (28.183>3,09), maka Ho ditolak dan H1 diterima yang artinya kualitas website (WebQual) yang meliputi dimensi Usability Quality, Information Quality, Service Interaction Quality berpengaruh kepada kepuasan pelanggan.

Tabel 1. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	29.856	3	9.952	28.183	.000 ^a
Residual	33.900	96	.353		
Total	63.756	99			

a. Dependent Variable: user satisfaction
 b. Predictors: (Constant), service interaction quality, usability quality, information quality

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.683 ^a	.466	.450	.59682	2.234

a. Predictors: (Constant), service interaction, usability, information
 b. Dependent Variable: User Satisfaction

Berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) variabel Usability Quality (X₁) memiliki nilai t hitung sebesar 2,724 lebih besar dari t tabel sebesar 2,722 maka variabel Usability berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pengguna. Information Quality (X₂) memiliki nilai t hitung sebesar (-821) lebih kecil dari t tabel sebesar 2,722 maka variabel Information Quality tidak terlalu berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan pengguna. Service Interaction Quality (X₃) memiliki nilai t hitung sebesar 4,926 lebih besar dari t tabel sebesar 2,722 maka variabel Service Interaction Quality berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pengguna.

Tabel 2. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Model	Coeffici		t	Sig.
	Unstandardized Coefficients			
	B	Std. Error		
(Constant)	.840	.303	2.776	.007
usability quality	.277	.102	2.724	.008
information quality	-.107	.131	-.821	.414
service interaction quality	.606	.123	4.926	.000

a. Dependent Variable: user satisfaction

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = 0,840 + 0,277X_1 + (-0,107X_2) + 0,606X_3$$

Nilai R square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,466 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh Usability Quality (X₁), Information Quality (X₂), Service Interaction Quality (X₃), terhadap kepuasan pengguna PT.Kereta Api Indonesia adalah 46,6%.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Website Pada PT.Kereta Api Indonesia (Persero) dengan menggunakan metode WebQual 4.0, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan analisis deskriptif pada masing-masing variabel dan dimensi guna mengetahui posisi setiap variabel dalam penelitian ini. Pada variabel Usability Quality menunjukkan hasil analisis deskriptif sebesar 76,1 % yang artinya

masih dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa *website* PT.Kereta Api Indonesia (Persero) sebagai *website* yang baru efektif di kembangkan mulai tahun 2012 yang mampu membuat konsumen sadar akan sebuah kualitas layanan IT yang diberikan, namun perusahaan harus tetap meningkatkan standar pelayanan IT sebagai perusahaan (*Good Governace*) untuk menciptakan suatu kepuasan pelanggan yang lebih baik lagi.

- 2) Berdasarkan analisis deskriptif pada variabel *Information Quality*, menunjukkan presentase sebesar 75,5% yang artinya masih dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa *website* PT. Kereta Api Indonesia (Persero) telah memberikan kemudahan memberikan informasi yang jelas dan relevan kepada konsumen.
- 3) Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *Usability Quality*, *Information Quality* dan *Service Interaction Quality* mempengaruhi kepuasan pengguna secara parsial (Individu) maupun simultan (Sama-Sama) pada Kualitas *Website* PT.Kereta Api Indonesia (Persero), namun, *Usability Quality* dan *service Interaction Quality* memiliki pengaruh yang begitu besar terhadap kepuasan pengguna daripada *Information Quality* yang dimiliki oleh *Website* PT.Kereta Api Indonesia (Persero). Maka dari itu PT.Kereta api Indonesia (Persero) harus tetap berupaya untuk meningkatkan *Usability Quality* dan *service Interaction Quality* serta mengevaluasi *Information Quality* agar menjadi situs atau aplikasi penjualan tiket kereta api yang terbaik di benak konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, R. (2015). Analisis Kualitas Layanan e-Commerce Pemesanan Tiket Online Pesawat Terbang Menggunakan Metode WebQual dan E-S-Qual Terhadap Dimensi Usability, Information Quality, dan System Availability Berdasarkan Persepsi Pengguna Jasa Maskapai Penerbangan Garuda Ind. *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie*.
- Arsyawati, S. T., & Pradana, M. Service Quality Factors That Determine Consumer Satisfaction Uber According To Users Perception In Jakarta.
- Barnes, S. (2000). *WebQual: An Exploration of Web-site Quality*. Research Gate
- Barnes, Stuart J., and Richard T. Vidgen (2014), "Technology socialness and Web site satisfaction." *Technological Forecasting and Social Change* 89: 12-25.
- Fakhri, M., Aditya, M., & Pradana, M. (2014). Factor analysis of work motivation using Maslow's hierarchy of needs: Case study on civil servants at Banten Province's Office of Agriculture and Livestock. *In International Conference on Emerging Trends in Academic Research (ETAR-2014)* (Vol. 1, pp. 258-274).
- Indiantono, M. A., & Sutopo. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Onlne Reservation Ticket Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang). (*Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Kotler, F., and K. L. Keller. *Marketing Management* (pp. 764). SPb. Piter (2014).
- Madiawati, P. N., & Pradana, M. (2016). Celebrity and Halal Certificates Factors Influence on Customers' buying Interest. *Aktual'ni Problemy Ekonomiky= Actual Problems In Economics*, (177), 109.
- Natyari, S. G., & Pradana, M. Determinants Forming Uber Consumers' Preferences in Bandung City, Indonesia. *safety*, 10(6), 7.
- Pradana, M., & Amir, N. (2016). Measuring E-Learning Effectiveness at Indonesian Private University. *International Journal of Environmental and Science Education*, 11(18), 11541-11556.
- Pradana, M., & Wijaksana, T. I. (2017). Managing Work Productivity Through Management of Information System (Study on Telkom Indonesia Online Portal). *Advanced Science Letters*, 23(1), 64-66.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wardhana, Aditya, and Mahir Pradana. "Viral Marketing Determinants of Top Online Shop Brands in Indonesia." *MIMBAR, Jurnal Sosial dan Pembangunan* 32.1 (2016): 25-30.