

Analisa Pengukuran Kualitas Layanan Blibli.Com dengan Tokopedia Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Webqual

Nandang Iriadi¹⁾, Elly Mufida²⁾, Felix Wuryo Handono^{3)*}, Aziz Setyawan Hidayat⁴⁾

¹⁾²⁾Teknologi Komputer, Fakultas Teknik & Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika

³⁾Sistem Informasi, Fakultas Teknik & Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika

⁴⁾Teknologi Komputer, Fakultas Teknik & Informatika, Universitas Bina Sarana Informatika

PSDKU Kota Tegal

^{*}Correspondence Author: felix@bsi.ac.id, Jakarta, Indonesia

DOI: <https://doi.org/10.37012/jtik.v9i2.1875>

Abstrak

Teknologi Informasi saat ini banyak membawa perubahan besar terhadap perkembangan bisnis saat ini. Salah satunya adalah bisnis jual beli atau biasa juga di sebut e-commerce. Sebuah website memegang peranan penting dalam e-commerce. Website menyediakan informasi mengenai produk atau layanan jasa. Salah satunya adalah website Blibli.com dan Tokopedia yang merupakan situs tempat terjadinya kegiatan jual beli barang dan jasa. Faktor pendukung e-commerce salah satunya adalah sebuah website. Metode WebQual merupakan salah satu teknik pengukuran untuk menentukan kualitas website. WebQual pada dasarnya mengukur mutu sebuah website berdasarkan persepsi dari pengguna atau pengunjung situs. Menggunakan metode webqual 4.0 yang terdiri dari 3 variabel yaitu kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi. Data yang diperoleh adalah dengan menyebar kuesioner berisi 28 pertanyaan kepada 64 responden menggunakan skala Likert. Teknik sampel yang digunakan adalah random sampling. Data yang diperoleh akan diolah menggunakan Microsoft Excel dan SPSS. Ada 28 atribut yang mempengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas layanan *website* karena semua atribut dinyatakan *valid* dan reliabel. Disimpulkan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_1 , H_2 dan H_3 diterima, dan terdapat hubungan yang positif antara H_1 :(X1) Kegunaan, H_2 :(X2) Kualitas Informasi dan H_3 :(X3) Kualitas Interaksi terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) *website* baik Blibli.com maupun Tokopedia. Tokopedia memiliki tingkat kualitas layanan sedikit lebih tinggi dibanding dengan Blibli.com dengan hasil perbandingan $117,63 > 116,68$.

Kata Kunci: Kualitas Website, Kepuasan Pelanggan, Webqual 4.0

Abstract

Information technology is currently bringing major changes to current business development. One of them is the buying and selling business or also commonly called e-commerce. A website plays an important role in e-commerce. Websites provide information about products or services. One of them is the Blibli.com and Tokopedia websites, which are sites where buying and selling goods and services takes place. One of the supporting factors for e-commerce is a website. The WebQual method is a measurement technique for determining website quality. WebQual basically measures the quality of a website based on the perceptions of users or site visitors. Using the webqual 4.0 method which consists of 3 variables, namely usability, quality of information and quality of interaction. The data obtained was by distributing a questionnaire containing 28 questions to 64 respondents using a Likert scale. The sampling technique used is random sampling. The data obtained will be processed using Microsoft Excel and SPSS. There are 28 attributes that influence their assessment of website service quality because all attributes are declared valid and reliable. It was concluded that H_0 was rejected while H_1 , H_2 and H_3 were accepted, and there was a positive relationship between H_1 :(X1) Usefulness, H_2 :(X2) Information Quality and H_3 :(X3) Interaction Quality on the level of Customer Satisfaction (Y) of Blibli.com and Tokopedia. Tokopedia has a slightly higher level of service quality than Blibli.com with a comparison result of $117.63 > 116.68$.

Keywords: Website Quality, Customer Satisfaction, Webqual 4.0

PENDAHULUAN

Teknologi Informasi banyak membawa perubahan besar terhadap perkembangan bisnis saat ini. Terlebih penggunaan website yang tidak di gunakan terbatas perseorangan saja akan tetapi banyak juga digunakan dalam pemasaran. Internet dan website merupakan kesatuan yang sulit dipisahkan, oleh karena itu banyak yang beranggapan keduanya adalah sama. Tetapi keduanya merupakan dua hal yang berbeda. (Abdullah, 2015). Munculnya istilah e-commerce yang saat ini sangat gencar terdengar dimana-mana merupakan hasil dari adanya digital marketing. (Nugroho, 2016). Perkembangan teknologi informasi yang saat ini sangat pesat pertumbuhannya, salah satu contohnya adalah perkembangan bisnis jual beli yang di lakukan secara online, di mana hal ini mempengaruhi alur dari pemasaran yaitu untuk melakukan penjualan melalui media internet atau sering di sebut e-commerce (Andry et al., 2019). Memperoleh laba yang maksimal, pada dasarnya merupakan tujuan yang diinginkan oleh hampir semua perusahaan. (Revanny & Disastra, 2018). Hal inilah yang ingin dimanfaatkan beberapa pebisnis untuk mengembangkan penjualannya melalui sebuah website e-commerce.

Kemudahan dan kepercayaan dalam penggunaan web e-commerce bagi konsumen sangat berpengaruh dalam keputusan pembelian (Oscar & Retnoningsih, 2018). Faktor pendukung e-commerce salah satunya adalah sebuah website. Metode WebQual merupakan salah satu teknik pengukuran untuk menentukan kualitas website. WebQual pada dasarnya mengukur mutu sebuah website berdasarkan persepsi dari pengguna atau pengunjung situs (Salamah et al., 2017). Metode WebQual 4.0 telah berhasil membantu untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna akhir (Rohman & Kurniawan, 2017). Salah satu website yang menyediakan penjualan online adalah Blibli.com dan Tokopedia.

Blibli.com adalah salah satu situs web perdagangan elektronik di Indonesia. Blibli adalah produk pertama PT Global Digital Niaga yang merupakan anak perusahaan Djarum di bidang digital yang didirikan pada tahun 2010. Blibli bekerja sama dengan penyedia jasa teknologi, mitra logistik, perbankan serta mitra dagang dengan standar tertentu untuk menciptakan sistem *back-end* yang bisa memenuhi kebutuhan pengguna Blibli.com. Blibli.com merupakan situs website yang memberikan pelayanan yang menarik seperti memberikan ongkos kirim gratis ke seluruh Indonesia, memberikan kupon belanja yang mudah di dapatkan dengan berbagai macam nominal, dan pelayanan *customer service*

Blibli.com yang cepat. Sebuah website juga dapat memiliki kekurangan tidak terlepas juga sebuah website jual beli online. Karena terkadang produk yang di tampilkan oleh pelaku e-commerce kurang sesuai dengan harapan para konsumen.

Minat merupakan kecenderungan seseorang untuk merasa tertarik kepada sesuatu, sehingga dapat mempengaruhi tindakannya dalam mengambil sebuah keputusan. (Gunawan Fahmi & Hastuti, 2018). Oleh karena itu maka tingkat kepercayaan konsumen untuk melakukan pembelian barang/jasa secara online masih mengalami kendala dan sulit untuk dikendalikan, salah satunya karena perilaku konsumen. Sebuah website akan dapat dikatakan berkualitas apabila memenuhi keinginan dari konsumennya sehingga secara langsung mempengaruhi banyaknya pelanggan. (Nur Fauziah et al., 2018)

Kaitan antara kesesuaian produk dengan kebutuhan pelanggan merupakan hal yang sangat penting perannya untuk pengembangan pasar baik pasar baru maupun pasar yang sudah ada. Perusahaan akan melakukan upaya untuk memperluas pangsa pasar saat sekarang ini. Pelayanan dan produk menjadi poin utama dalam mempertahankan pasar yang sudah diraih. (Widiyanto & Prasilowati, 2015). Loyalitas dari seorang konsumen berasal dari kepercayaannya terhadap suatu barang/jasa. Indikator dari loyalitas tersebut salah satunya adalah pembelian ulang dan mereka akan tetap mempertahankan kunjungannya pada satu website e-commerce.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kepercayaan konsumen terhadap kualitas *website* Blibli.com dan Tokopedia. Salah satu caranya adalah mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi faktor peminatan konsumen terhadap kualitas layanan *website*. Selain itu tingkat kepuasan konsumen bisa ditentukan dengan mengukur tingkat kualitas produk yang ditampilkan oleh Blibli.com dan Tokopedia.

METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan instrumen kuesioner yang dibuat dengan menggunakan *closed question*. Pada *closed question*, responden dapat dengan cepat dan mudah menjawab pertanyaan yang diajukan. Sehingga data dari kusioner dengan cepat dapat dianalisa secara statistik, serta pernyataan yang sama dapat diulang dengan mudah. Kuesioner dibuat menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* terdiri dari skala nilai positif antara 5 untuk sangat setuju (SS), 4 untuk setuju (S), 3 untuk netral (N), 2 untuk tidak setuju (TS), dan 1 untuk sangat tidak setuju (STS). Peneliti menggunakan *Microsoft excel* dan SPSS sebagai instrumen (*tools*) dalam penelitian ini. SPSS atau kependekan dari *Statistical Package for the Social Sciences* adalah sebuah paket software yang digunakan untuk analisis statistika dan manajemen data. Karena kegunaan utamanya adalah analisis data, maka sangat memudahkan dalam menyelesaikan permasalahan dalam bidang penelitian. (Pramesti, 2014). Berikut indikator dari variabel-variabel penelitian yang digunakan sebagai pertanyaan kuesioner.

Tabel 1. Variabel Dalam Penelitian Webqual 4.0

Variabel	Keterangan
X1	Kegunaan (<i>Usability</i>)
X2	Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)
X3	Kualitas Interaksi (<i>Interaction Quality</i>)
Y	Kepuasan Pelanggan

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Hasil berupa data, yang disimpan di dalam format *Microsoft excel* dan langsung digunakan sebagai data mentah untuk dianalisa menggunakan *software* SPSS. Dalam penyusunan pertanyaan kuesioner dibuat beberapa kriteria yang berasal dari teori yang ada dan di tunjang oleh penelitian yang pernah dilakukan. Penelitian ini terdapat 3 (Tiga) *variable* yang akan di teliti, yaitu kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi (Syaifullah & Oksa Soemantri, 2016) (Monalisa et al., 2016)

Uji validitas dilakukan untuk mengukur data yang didapat pada saat penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakannya untuk mengetahui kelayakan dari setiap pertanyaan yang digunakan pada kuisisioner untuk mendukung suatu kelompok variable yang dimaksud. (Sujarweni, 2014). Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan. Hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig 5%. Jika $r \text{ tabel} < r \text{ hitung}$ maka valid. (Sujarweni, 2014)

Uji Reabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi dan kestabilan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan yang disusun dalam bentuk kuisisioner. (Sujarweni, 2014). Uji reabilitas dapat dilakukan secara bersama sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel. (Sujarweni, 2014)

Metode yang di gunakan pada penelitian ini adalah Pengamatan (Observasi), Studi Pustaka, dan Menyebarkan Kuesioner (angket). Dan di dalam Penelitian ini menggunakan skala *Likert* untuk skala pengukuran jawaban kuesioner.

Populasi yang diambil untuk penelitian ini adalah pelanggan yang sudah pernah menggunakan fasilitas *website* Bilibli.com dan Tokopedia yang berada di wilayah sekitar Pontianak. Alumni UBSI dan juga pengguna fasilitas melalui *internet*, pelanggan tersebut dijadikan sebagai responden dalam penelitian ini. *Survey* yang telah dilakukan untuk mendapatkan data penelitian yaitu dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para responden. Jadi populasi diambil dalam penelitian ini sebanyak 64 responden maka di ketahui $N = 64$ orang, dan dengan menggunakan teknik pengambilan *sampel random*, e di tetapkan sebesar 10 % sehingga jumlah minimal sampel yang diambil untuk penelitian ini adalah sebanyak sesuai rumus yang penulis gunakan yaitu perhitungan Slovin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil perhitungan analisis Uji Validitas Bilibli.com dan Tokopedia menggunakan *Microsoft Excel* dan *software* SPSS. Setiap variabel pertanyaan dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Kegunaan Bilibli.com

Variabel pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0.618	0.271	Valid
X1.2	0.714	0.271	Valid
X1.3	0.635	0.271	Valid
X1.4	0.461	0.271	Valid
X1.5	0.779	0.271	Valid
X1.6	0.696	0.271	Valid
X1.7	0.756	0.271	Valid

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi Blibli.com

Variabel pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0.860	0.271	Valid
X2.2	0.878	0.271	Valid
X2.3	0.822	0.271	Valid
X2.4	0.685	0.271	Valid
X2.5	0.637	0.271	Valid
X2.6	0.655	0.271	Valid
X2.7	0.807	0.271	Valid

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Interaksi Blibli.com

Variabel pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0.748	0.271	Valid
X3.2	0.800	0.271	Valid
X3.3	0.835	0.271	Valid
X3.4	0.731	0.271	Valid
X3.5	0.661	0.271	Valid
X3.6	0.676	0.271	Valid
X3.7	0.755	0.271	Valid

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan Blibli.com

Variabel pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1.1	0.791	0.271	Valid
Y1.2	0.755	0.271	Valid
Y1.3	0.783	0.271	Valid
Y1.4	0.857	0.271	Valid
Y1.5	0.740	0.271	Valid
Y1.6	0.677	0.271	Valid
Y1.7	0.617	0.271	Valid

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kegunaan Pelanggan Tokopedia

Variabel pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0.849	0.271	Valid
X1.2	0.809	0.271	Valid
X1.3	0.789	0.271	Valid
X1.4	0.684	0.271	Valid
X1.5	0.868	0.271	Valid
X1.6	0.659	0.271	Valid
X1.7	0.783	0.271	Valid

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi Pelanggan Tokopedia

Variabel pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0.921	0.271	Valid
X2.2	0.921	0.271	Valid
X2.3	0.822	0.271	Valid
X2.4	0.754	0.271	Valid
X2.5	0.907	0.271	Valid
X2.6	0.850	0.271	Valid
X2.7	0.839	0.271	Valid

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Interaksi Pelanggan Tokopedia

Variabel pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0.775	0.271	Valid
X3.2	0.824	0.271	Valid
X3.3	0.877	0.271	Valid
X3.4	0.814	0.271	Valid
X3.5	0.863	0.271	Valid
X3.6	0.839	0.271	Valid
X3.7	0.751	0.271	Valid

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Kepuasan Pelanggan Tokopedia

Variabel pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1.1	0.793	0.271	Valid
Y1.2	0.821	0.271	Valid
Y1.3	0.763	0.271	Valid
Y1.4	0.857	0.271	Valid
Y1.5	0.720	0.271	Valid
Y1.6	0.653	0.271	Valid
Y1.7	0.625	0.271	Valid

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa setiap butir dari pertanyaan dari kuisisioner Blibli.com dan Tokopedia dinyatakan valid, karena r_{hitung} dari keduanya $> r_{tabel}$. Tabel $r(r_{tabel})$ menggunakan (α) taraf signifikan sebesar 5% (0.05) dan n (Jumlah minimum responden) = 39 responden. Dengan menghitung r_{tabel} dengan menggunakan tabel r pada derajat bebas nya atau *degree of freedom* (df). Dan menggunakan rumus korelasi pearson $df = n - 2$, jadi $df = 39 - 2 = 37$, sehingga r_{tabel} pada *table moment* = 0.271, dan ditunjukkan dari hasil perhitungan di atas bahwa setiap butir pertanyaan dari kedua *website*

baik itu Blibli.com dan Tokopedia adalah *valid*. Karena nilai r hitung dari keduanya lebih besar dari r tabel.

Dibawah ini akan di lakukan pegujian reabilitas dari kedua *website* Blibli.com dan Tokopedia dengan menggunakan metode Teknik *Alpha Cronbach*. Berikut ini adalah hasil uji reabilitas:

Tabel 10. Hasil Pegujian Reabilitas Blibli.com

Cronbach's Alpha	N	Nilai Kiteria	Keterangan
0.97	28	0.6	Realiabel

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Tabel 11. Hasil Pengujian Reabilitas Tokopedia

Cronbach's Alpha	N	Nilai Kiteria	Keterangan
0.979	28	0.6	Realiabel

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Dari tabel di atas diperoleh bahwa dalam penelitian ini angka koefisien reabilitas keduanya dengan menggunakan teknik metode *Alpha Cronbach* bernilai diatas angka 0.6, dengan nilai Blibli.com = 0.97, dan Tokopedia = 0.979. Hal tersebut menunjukkan bahwa dimensi kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi dan kepuasan pelanggan dalam kuesioner tersebut reliabel.

Dibawah ini akan dilakukan perhitungan *Pearson Corelation* dari variabel Kegunaan (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kualitas Interaksi (X3) dengan kualitas layanan (Y). Berikut perhitungannya:

Tabel 12. Hasil perhitungan Pearson Corelation Blibli.com

Variabel	Pearson Corelation	r tabel	keterangan
X1	0.896	0.271	Diterima
X2	0.935	0.271	Diterima
X3	0.931	0.271	Diterima

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Tabel 13. Hasil perhitungan Pearson Corelation Tokopedia

Variabel	Pearson Corelation	r tabel	Keterangan
X1	0.932	0.271	Diterima
X2	0.962	0.271	Diterima
X3	0.956	0.271	Diterima

Sumber: Arief Setiawan (2019)

Dari hasil yang didapat berdasarkan tabel di atas diketahui nilai Blibli.com (X1) Kegunaan = 0.896, (X2) Kualitas Informasi = 0.935, (X3) Kualitas Interaksi = 0.931, dan untuk nilai Tokopedia di dapatkan bahwa (X1) Kegunaan = 0.932, (X2) Kualitas Informasi = 0.962, (X3) Kualitas Interaksi = 0.956.

Hasil Pengujian Hipotesis Blibli.com

Dari nilai yang sudah didapat menunjukkan hasil nilai (X1) Kegunaan = p 0.896, (X2) Kualitas Informasi = p 0.935, dan (X3) Kualitas Interaksi = p 0.931 dengan nilai r-tabel 0.271 (0.05). Ini artinya H1, H2, dan H3: Diterima atau terdapat hubungan positif antara (X1) Kegunaan, (X2) Kualitas Informasi, dan (X3) Kualitas Interaksi terhadap (Y) Kepuasan Pelanggan karena nilai p dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari nilai r-tabel.

Hasil Pengujian Hipotesis Tokopedia

Dan untuk nilai Tokopedia sudah diketahui juga untuk nilai (X1) Kegunaan = p 0.932, (X2) Kualitas Informasi = p 0.962, dan (X3) Kualitas Interaksi = p 0.956 dengan nilai r-tabel 0.271 (0.05). Ini artinya untuk H1, H2, dan H3: Diterima atau terdapat hubungan positif antara (X1) Kegunaan, (X2) Kualitas Informasi, dan (X3) Kualitas Interaksi terhadap (Y) Kepuasan Pelanggan karena nilai p dari ketiga variabel tersebut lebih besar dari nilai r-tabel. Dengan nilai yang sudah dihitung di atas dapat di simpulkan bahwa H0 di tolak dan untuk H1, H2, dan H3 diterima, karena dari hasil perhitungan dari kedua *website* baik Blibli.com maupun Tokopedia untuk nilai $p > r$ tabel.

Hasil kesimpulan perhitungan

Di bawah ini akan membandingkan kualitas kedua *website* dengan menghitung nilai rata-rata dari nilai jawaban responden dengan menggunakan *Microsoft Excel dan SPSS*, untuk perhitungannya bisa dilihat di tabel 14 di bawah ini.

Dari tabel 14 didapatkan hasil sementara bahwa total nilai rata rata dari kualitas Tokopedia > Blibli.com, dengan nilai 117,63 > 116,68. Ini berarti kualitas layanan Tokopedia lebih unggul sedikit dibanding Blibli.com.

Tabel 14. Hasil perhitungan perbandingan kedua *website*

	Mean blibli.com	Mean Tokopedia
Skor Jawaban X1.1	4.02	4.20
Skor Jawaban X1.2	4.17	4.20
Skor Jawaban X1.3	4.12	4.28
Skor Jawaban X1.4	4.41	4.23
Skor Jawaban X1.5	4.23	4.20
Skor Jawaban X1.6	4.25	4.10
Skor Jawaban X1.7	4.35	4.15
Skor Jawaban X2.1	4.12	4.05
Skor Jawaban X2.2	4.02	4.10
Skor Jawaban X2.3	4.07	4.05
Skor Jawaban X2.4	4.25	4.28
Skor Jawaban X2.5	4.25	4.25
Skor Jawaban X2.6	4.25	4.20
Skor Jawaban X2.7	4.07	4.25
Skor Jawaban X3.1	4.20	4.33
Skor Jawaban X3.2	4.12	4.23
Skor Jawaban X3.3	4	4.10
Skor Jawaban X3.4	4.23	4.33
Skor Jawaban X3.5	4.17	4.25
Skor Jawaban X3.6	4.28	4.23
Skor Jawaban X3.7	4.25	4.35
Skor Jawaban Y1.1	4	4.12
Skor Jawaban Y1.2	4	4.25
Skor Jawaban Y1.3	4.07	4.17
Skor Jawaban Y1.4	3.92	4.10
Skor Jawaban Y1.5	4.20	4.28
Skor Jawaban Y1.6	4.25	4.05
Skor Jawaban Y1.7	4.41	4.30
Total	116.68	117.63

Sumber: Arief Setiawan (2019)

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil dari perhitunag analisis data penelitian maka diperoleh kesimpulan bahwa mengenai penilaian kualitas layanan pada *website* Blibli.com dan Tokopedia diketahui bahwa menurut para responden ada 28 atribut yang mempengaruhi penilaian mereka terhadap kualitas layanan *website*, karena dinyatakan *valid* dan reliabel. Dan juga bisa disimpulkan bahwa H_0 ditolak sedangkan H_1 , H_2 dan H_3 diterima, dan terdapat hubungan yang positif antara H_1 :(X1) Kegunaan, H_2 :(X2) Kualitas Informasi dan H_3 :(X3) Kualitas Interaksi pelayanan *website* terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan (Y) *website* baik *website* Blibli.com maupun Tokopedia. Dan dari hasil perhitungan menyatakan bahwa kualitas layanan *website* Tokopedia sedikit lebih unggul dibandingkan dengan kualitas layanan *website* Blibli.cm dengan hasil Tokopedia = 117.63 dan Blibli.com = 116.68.

REFERENSI

- Abdullah, R. (2015). *Web Programming is Easy*. PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Andry, F. J., Juliawan, G., Hosea, & Wijaya, J. (2019). Pengukuran Kualitas Website Elevenia Menggunakan Webqual 4.0 Dan Importance Performance Annalysis. In Universitas Bunda Mulia Jl. Lodan Raya (Vol. 4, Issue 1). <https://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/RMSI/article/download/21984/9119>
- Gunawan Fahmi, & Hastuti, H. B. P. (2018). *Senarai Penelitian Pendidikan, Hukum, dan Ekonomi di Sulawesi Tenggara*. Deepublish.
- Kevin, C, Deny, D, Charles, M, & Daniel, F (2020). Detikcom website Analysis with Webqual 4. 0 and Importance-Performance Analysis method. *International Journal of ...*, cyberleninka.ru, <https://cyberleninka.ru/article/n/detikcom-website-analysis-with-webqual-4-0-and-importance-performance-analysis-method>
- Monalisa, S., Sistem, J., Fakultas, I., Dan, S., Uin, T., Riau, S., Soebrantas, J. H., 155, N., & Baru, S. (2016). Analisis Kualitas Layanan Website Terhadap Kepuasan Mahasiswa dengan Penerapan Metode Webqual (Studi Kasus : UIN Suska Riau). *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 13(2), 181–189. <http://ejournal.uin-suska.ac.id/index.php/sitekin>
- Nugroho, A. S. (2016). *E-Commerce Teori Dan Implementasi*. Ekuilibra.
- Nur Fauziah, D., Ayu Nur Wulandari, D., Informasi, S., Akuntansi, K., Nusa Mandiri Jakarta, S., & BSI Karawang, A. (2018). Pengukuran Kualitas Layanan Bukalapak.Com Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(2), 174–180. <http://www.nusamandiri.ac.id1>, <http://www.bsi.ac.id2>
- Oscar, D., & Retnoningsih, E. (2018). Kemudahan dan Kepercayaan Menggunakan E-Commerce Berpengaruh Terhadap Keputusan Dalam Pembelian Online dengan Metode Technology Acceptance Model. *Ijse.Web.Id IJSE-Indonesian Journal on Software Engineering*, 4(1).
- Pramesti, G. (2014). *Kupas tuntas data penelitian dengan SPSS 22*. Elex Media Komputindo.

- Putra, RA, & Raharja, WK (2019). Evaluation of Online Shop Website Quality Using WebQual 4.0 Method and Its Effect on User Satisfaction. *Int. J. Informatics, Technol. Comput ...*, researchgate.net, https://www.researchgate.net/profile/Wahyu-Raharja/publication/357909265_Evaluation_of_Online_Shop_Website_Quality_Using_WebQual_40_Method_and_Its_Effect_on_User_Satisfaction/links/61e6bfea5779d35951b926eb/Evaluation-of-Online-Shop-Website-Quality-Using-WebQual-40-Method-and-Its-Effect-on-User-Satisfaction.pdf
- Revanny, I., & Disastra, G. M. (2018). Tinjauan Mengenai Kualitas Website Prudential Berdasarkan Webqual 4.0 Pada Tahun 2018. www.mediamaya.net
- Rohman, F., & Kurniawan, D. (2017). Pengukuran Kualitas Website Badan Nasional Penanggulangan Bencana Menggunakan Metode Webqual 4.0. 3(1), 31–38. <http://www.bsi.ac.id><http://www.nusamandiri.ac.id>
- Salamah, I., Lindawati, H. Analisis Kualitas Website E-Commerce UMKM Kain Tenun Songket Kota Palembang (Vol. 7, Issue 2).
- Sujarweni, W. (2014). SPSS untuk penelitian (V. Florent, Ed.). Pustaka baru Press.
- Syaifullah, & Oksa Soemantri, D. (2016). Pengukuran Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual 4.0 (Studi Kasus: CV. Zamrud Multimedia Network). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(1), 19–25. www.zamrudtv.com.
- Widiyanto, I., & Prasilowati, L. (2015). Perilaku Pembelian Melalui Internet. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 17(2), 109–122. <https://doi.org/10.9744/jmk.17.2.109-112>