

PENGUKURAN KUALITAS WEBSITE PT KAN ISOTANK MANDIRI MENGUNAKAN WEBQUAL MODIFIKASI

Silvia Harlena

Universitas Gunadarma, silvia@staff.gunadarma.ac.id

ABSTRAK

Saat ini penggunaan internet sudah diterapkan pada berbagai bidang untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas. Penggunaan internet ini juga diterapkan oleh perusahaan untuk memasarkan produk atau kepada calon konsumen, hal tersebut dilakukan oleh salah satunya PT KAN Isotank Mandiri. Website tersebut juga menyediakan informasi mengenai perusahaan dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas website perusahaan dengan menggunakan metode webqual modifikasi yang terdiri dari tiga kategori pengukuran webqual yakni kualitas kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan serta penambahan satu kategori yaitu kualitas visual. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa kualitas kegunaan dan kualitas visual sudah menghasilkan nilai yang baik namun kualitas informasi dan kualitas layanan informasi masih cukup baik. Hal ini dapat menjadikan masukan kepada perusahaan untuk melakukan perbaikan terhadap kelengkapan konten atau informasi dan ketersediaan layanan kepada pengguna yang diberikan melalui website.

Kata kunci: kualitas, website, perusahaan, webqual modifikasi

PENDAHULUAN

Semakin pesat perkembangan teknologi dan internet membuat manusia semakin kreatif dalam mengembangkan ide-ide baru yang lebih inovatif. Menurut Susanto (2013) bahwa penggunaan internet sebagai sarana bisnis meningkatkan daya saing perusahaan untuk membantu program pemasaran perusahaan sehingga perusahaan akan semakin dikenal oleh konsumen perusahaan di seluruh dunia. Penggunaan internet juga akan meningkatkan daya saing perusahaan terutama dalam bidang pemasaran karena melalui internet, informasi dapat diakses dengan mudah dan cepat.

Perkembangan website yang demikian pesat dapat memberikan dampak terhadap layanan perusahaan dengan contoh menjual barang dan jasanya secara online. Website suatu perusahaan juga harus mencerminkan sebuah perusahaan secara virtual sehingga pelanggan dapat memberikan kepercayaan kepada perusahaan

(Jonathan, 2014). Website sebagai sebuah media informasi, komunikasi, dan publikasi dapat mempengaruhi persepsi pelanggan atau masyarakat secara umum yang mengunjungi website tersebut. Oleh karena itu perlu dilakukan pengukuran melalui sudut pandang pengguna/pengunjung yang akan membantu perusahaan untuk melakukan pemeliharaan dan perbaikan untuk meningkatkan pelayanan terhadap pengguna.

Penerapan sebuah website juga dilakukan oleh PT KAN Isotank Mandiri untuk memberikan informasi mengenai bidang usaha serta menjual produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen dan masyarakat luas dengan menggunakan internet melalui website. Website tersebut dapat diakses pada alamat URL <http://kim-isotank.com>. PT. Kan Isotank Mandiri memulai perjalanan bisnis pada tahun 2014 sebagai Divisi Isotank di PT Kharisma Astra Nusantara kemudian dipisahkan

menjadi badan hukum sendiri pada tahun 2017 sebagai PT KAN Isotank Mandiri (KIM). Isotank Depo dioperasikan pada bulan Oktober 2014 untuk meraih bisnis yang lebih tinggi dan untuk memenuhi pelanggan isotank seperti operator dan perusahaan *leasing*.

Pengukuran kualitas website dapat dianalisis dengan menggunakan metode webqual (Barnes dan Vidgen, 2000). Pengukuran kualitas website juga dapat membantu perusahaan (Alhasanah, 2014). Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya dinyatakan bahwa pengukuran kualitas website berdasarkan instrumen kualitas informasi maka informasi yang dihasilkan harus dapat dipercaya, akurat, aktual dan relevan (Santoso dan Anwar, 2015). Penelitian berikutnya menunjukkan bahwa kualitas kegunaan, kualitas informasi dan kualitas visual berpengaruh positif terhadap pengguna pada webqual berpengaruh positif pada kepuasan pengguna (Warjiyono dan Hellyana, 2018). Penelitian juga dilakukan Ridho dan Saifullah (2019) menggunakan metode webqual untuk mengevaluasi website program studi sistem informasi di Universitas PGRI Madiun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas website perusahaan dengan menggunakan metode webqual modifikasi. Website yang diukur yakni website eksternal perusahaan tanpa login. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk mengoptimalkan penerapan website perusahaan agar informasi mengenai perusahaan dan produk/jasa yang dijual oleh perusahaan semakin dikenal masyarakat luas.

METODE PENELITIAN

Metode Pengambilan Data

Metode pengambilan data yang dilakukan pada penelitian ini terdiri dari studi pustaka yang berperan untuk

pengambilan data sekunder yang berasal dari artikel ilmiah atau jurnal yang sesuai dengan penelitian dan sumber literatur dari internet serta publikasi lain yang masih berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu, metode pengambilan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner untuk mendapatkan data primer. Penentuan sampel menggunakan teknik pengambilan sampel secara acak. Sampel yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 30 responden sebagai pengunjung website.

Metode Analisis Data

Penelitian yang dilakukan ini akan mengukur kualitas website perusahaan PT KAN Isotank Mandiri dengan menggunakan metode webqual modifikasi. Webqual pada dasarnya mengukur mutu sebuah web berdasarkan persepsi dari pengguna atau pengunjung situs. Jadi pengukurannya menggunakan instrumen penelitian atau kuisisioner, yang oleh penemunya dibuat berdasarkan konsep house of quality dengan struktur instrumennya juga mengacu ke model SERVQUAL.

Webqual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir (Sanjaya, 2012). Variabel-variabel webqual modifikasi yang digunakan terdiri dari 4 (empat) variabel. Menurut Barnes dan Vidgen (2001), variabel kegunaan berperan untuk pengukuran kualitas yang berkaitan dengan desain website, misalnya penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan tampilan yang disampaikan kepada pengguna.

Variabel kedua yang diukur pada penelitian ini yakni kualitas informasi untuk mengukur kualitas yang berkaitan dengan jumlah, akurasi dan bentuk informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan pada sebuah

situs web maupun aplikasi. Pengukuran kualitas informasi yang dimaksud adalah kualitas aplikasi yang terdiri dari isi, kesesuaian dan bentuk informasi, jumlah, akurasi dan relevansi tentang produk atau jasa pada aplikasi yang ditunjukkan pada pengguna. Kualitas informasi dibagi menjadi beberapa pertanyaan yaitu mengenai informasi yang akurat, terpercaya, tepat waktu, relevansi, mudah dipahami, sesuai dengan kebutuhan dan sesuai dengan format (Barnes dan Vidgen, 2002).

Variabel selanjutnya yang diukur adalah interaksi layanan yang mengukur keterlibatan pengguna aplikasi ketika mempelajari aplikasi itu sendiri sehingga timbul rasa percaya dan empati. Kualitas interaksi layanan

telah dibaginya menjadi beberapa pertanyaan yaitu mengenai reputasi, keamanan dalam transaksi, keamanan kerahasiaan informasi pribadi, rasa personalisasi, adanya komunitas, komunikasi dengan perusahaan dan kesesuaian (Barnes dan Vidgen, 2002). Variabel modifikasi yang menjadi variabel tambahan pada penelitian ini adalah variabel visual yang mengukur tampilan menyeluruh dari sebuah website. Website dengan konten dan navigasi yang baik merupakan dua hal terpenting dari kategori visual diikuti dengan kemudahan penggunaan dan komunikasi, desain dan arsitektur/organisasi (Hasan, 2014).

Tabel 1.
Instrumen Penelitian

Kategori	Indikator
Kualitas Kegunaan (<i>Usability Quality</i>) Barnes dan Vidgen	1. Pengguna merasa mudah untuk belajar mengoperasikan website (U1)
	2. Interaksi pengguna dengan website jelas dan dimengerti (U2)
	3. Pengguna merasa mudah bernavigasi (U3)
	4. Pengguna merasa website mudah digunakan (U4)
	5. Website memiliki tampilan yang menarik (U5)
	6. Desain sesuai dengan jenis website (U6)
	7. Website menyampaikan kompetensi (U7)
	8. Website menciptakan pengalaman positif bagi pengguna (U8)
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>) Barnes dan Vidgen	9. Website memberikan informasi yang akurat (I1)
	10. Website memberikan informasi yang dapat dipercaya (I2)
	11. Website memberikan informasi yang tepat waktu (I3)
	12. Website memberikan informasi yang relevan (I4)
	13. Website memberikan kemudahan untuk memahami informasi (I5)
	14. Website memberikan informasi pada tingkat yang tepat detail (I6)
15. Website menyajikan informasi dalam format yang tepat (I7)	

Tabel 1 lanjutan

Kualitas Interaksi Layanan (<i>Service Interaction Quality</i>)	16. Website memiliki reputasi yang baik (S1) 17. Pengguna merasa aman untuk menyelesaikan transaksi (S2) 18. Pengguna merasa aman terkait informasi pribadi (S3) 19. Website menciptakan ruang untuk personalisasi (S4) 20. Website memberi ruang untuk komunitas (S5) 21. Website membuat mudah untuk berkomunikasi dengan organisasi (S6) 22. Saya merasa yakin bahwa jasa yang akan disampaikan seperti yang dijanjikan (S7)
Barnes dan Vidgen	
Kualitas Visual (<i>Visual Quality</i>) Hasan	23. Website menggunakan font/huruf yang sesuai (V1) 24. Website menggunakan warna dan gaya yang menarik (V2)

Berdasarkan tabel 1, penelitian ini menggunakan 4 (empat) kategori pengukuran yang terdiri dari 3 (tiga) kategori pengukuran webqual dan penambahan 1 (satu) kategori yaitu kualitas visual (*visual quality*) serta menggunakan 24 indikator yang akan dibuat didalam kuesioner untuk melakukan pengukuran kualitas website. Untuk melakukan pengukuran dengan tujuan menghasilkan data kuantitatif yang akurat, maka setiap instrumen harus mempunyai skala yaitu suatu kesepatakan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukuran sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2012).

Metode pengukuran kuesioner menggunakan skala likert dengan skor 1 sampai dengan 5. Penggunaan skala likert untuk memberikan skor dari jawaban responden untuk setiap pertanyaan atau pernyataan yang diajukan sesuai dengan instrument metode penelitian. Untuk melakukan analisis data, dilakukan penentuan nilai

rata-rata dari tiap kuesioner. Sebelum menentukan nilai rata-rata harus terlebih dahulu mengetahui interval kelas untuk menentukan karakteristik penilaian.

Hasil perhitungan skala interval yang didapat dari skor 1 sampai dengan 5 didapat skala 1,00-1,80 bernilai sangat buruk, skala 1,81-2,61 bernilai buruk, skala 2,62-3,42 bernilai cukup, skala 3,43-4,23 bernilai baik dan skala 4,24-5,04 bernilai sangat baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil jawaban terhadap 24 pernyataan kuesioner yang disebarkan kepada 30 responden pengunjung website akan terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui ketepatan dan ketelitian antara hasil pengukuran dari variabel yang diteliti dengan teori. Hasil penelitian dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya pada objek yang diteliti. Uji validitas pada penelitian ini menggunakan teknik analisis Koefisien Korelasi Produk Moment Pearson (Pearson Product – Moment Corelation Coeficient) dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Teknik ini

digunakan untuk menguji konsistensi setiap butir pertanyaan untuk mengukur

suatu faktor.

Tabel 2.
Hasil Uji Validitas

Indikator	Nilai r hitung	Keterangan
U1	0,530	Valid
U2	0,465	Valid
U3	0,483	Valid
U4	0,535	Valid
U5	0,412	Valid
U6	0,378	Valid
U7	0,365	Valid
U8	0,389	Valid
I1	0,452	Valid
I2	0,687	Valid
I3	0,874	Valid
I4	0,416	Valid
I5	0,887	Valid
I6	0,664	Valid
I7	0,809	Valid
S1	0,756	Valid
S2	0,646	Valid
S3	0,703	Valid
S4	0,668	Valid
S5	0,844	Valid
S6	0,740	Valid
S7	0,708	Valid
V1	0,371	Valid
V2	0,461	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas yang tertera pada tabel 4 terlihat bahwa semua indikator menghasilkan nilai r hitung > dari nilai r tabel. Nilai r tabel untuk 30 responden dengan signifikansi 0,05 adalah 0,361. Dengan nilai tersebut, semua indikator dinyatakan valid.

Setelah dilakukan uji validitas, hasil kuesioner akan dilakukan uji reliabilitas untuk menunjukkan akurasi, ketepatan dan konsistensi kuesioner

dalam mengukur variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan hanya pada indikator-indikator yang telah melalui pengujian validitas dan dinyatakan valid. Uji reliabilitas kuesioner pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan uji statistik Cronbach Alpha.

Tabel 3.
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.897	24

Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapatkan nilai 0,897 untuk semua item pernyataan atau indikator kuesioner yang valid. Nilai reliabilitas > 0.7 yang berarti semua indikator dapat dikatakan reliabel. Setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas, hasil kuesioner tersebut dapat diperhitungkan menggunakan rumus interval bagian dan dihitung nilai rata-rata berdasarkan instrument atau variabel dari webqual modifikasi.

Perhitungan perkategori

Dalam perhitungan ini terdapat 4 (empat) kategori yang disajikan

dalam kuesioner yakni kualitas kegunaan (*usability quality*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dan kualitas visual (*visual quality*) dan terdapat 24 (dua puluh empat) indikator pertanyaan.

Kategori Kualitas Kegunaan (*Usability Quality*)

Pada kategori ini terdapat 8 (delapan) indikator terkait dengan kualitas kegunaan. Hasil perhitungan disajikan pada tabel 4.

Tabel 4.
Hasil Perhitungan Kategori Kualitas Kegunaan

Kategori	Kualitas Kegunaan (<i>Usability Quality</i>)							
Skor	U1	U2	U3	U4	U5	U6	U7	U8
1	0	0	0	0	2	0	0	0
2	3	11	2	4	7	1	7	0
3	7	7	0	7	11	7	9	8
4	19	12	28	19	9	22	14	22
5	1	0	0	0	1	0	0	0
Jumlah	30	30	30	30	30	30	30	30
1	0	0	0	0	2	0	0	0
2	6	22	4	8	14	2	14	0
3	21	21	0	21	33	21	27	24
4	76	48	112	76	36	88	56	88
5	5	0	0	0	5	0	0	0
Total	108	91	116	105	90	111	97	112

Pada tabel 4 didapatkan hasil perhitungan untuk setiap indikator untuk kategori kualitas kegunaan. Nilai terbesar terdapat pada indikator U3 yakni 116 dengan rincian 28 responden menjawab dengan skor 4. Nilai tersebut menunjukkan bahwa pengguna setuju navigasi pada website mudah digunakan. Nilai terkecil terdapat pada indikator U5 yakni 90 dengan rincian

11 responden menjawab ragu-ragu bahwa tampilan website menarik.

Kategori Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Pada kategori ini terdapat 7 (tujuh) indikator terkait dengan kualitas informasi. Hasil perhitungan disajikan pada tabel 5.

Tabel 5.
Hasil Perhitungan Kategori Kualitas Informasi

Kategori	Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)						
Skor	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7
1	0	0	0	0	0	1	0
2	2	2	9	3	11	13	6
3	11	15	9	8	9	10	16
4	17	13	12	19	10	6	8
5	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah	30	30	30	30	30	30	30
1	0	0	0	0	0	1	0
2	4	4	18	6	22	26	12
3	33	45	27	24	27	30	48
4	68	52	48	76	40	24	32
5	0	0	0	0	0	0	0
Total	105	101	93	106	89	81	92

Pada tabel 5 didapatkan hasil perhitungan untuk setiap indikator untuk kategori kualitas informasi. Nilai terbesar terdapat pada indikator I4 yakni 106 dengan rincian terbanyak 19 responden yang menyatakan setuju bahwa informasi yang ditampilkan relevan. Nilai terkecil terdapat pada indikator I6 yakni 81 dengan rincian terbanyak 13 responden yang menyatakan tidak setuju bahwa

informasi yang ditampilkan pada website tepat detail.

Kategori Kualitas Interaksi Layanan (*Service Interaction Quality*)

Pada kategori ini terdapat 7 (tujuh) indikator terkait dengan kualitas interaksi layanan. Hasil perhitungan disajikan pada tabel 6.

Tabel 6.
Hasil Perhitungan Kategori Kualitas Interaksi Layanan

Kategori	Kualitas Interaksi Layanan (<i>Service Interaction Quality</i>)						
Skor	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7
1	0	0	0	0	0	0	0
2	8	11	5	16	12	10	8
3	18	12	21	9	9	15	12
4	4	7	4	5	9	5	10
5	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah	30	30	30	30	30	30	30
1	0	0	0	0	0	0	0
2	16	22	10	32	24	30	16
3	54	36	63	27	27	45	36
4	16	28	16	20	36	20	40
5	0	0	0	0	0	0	0
Total	86	86	89	79	87	95	92

Pada tabel 6 didapatkan hasil perhitungan untuk setiap indikator untuk kategori kualitas layanan. Nilai

terbesar terdapat pada indikator S6 yakni 95 dengan rincian terbanyak 15 responden yang menyatakan ragu-ragu

bahwa website dapat memudahkan komunikasi dengan perusahaan. Nilai terkecil terdapat pada indikator S1 dan S2 dengan total 86 yang menyatakan bahwa pengguna merasa ragu terhadap reputasi website dan keamanan bertransaksi melalui website.

Kategori Kualitas Visual (*Visual Quality*)

Pada kategori ini terdapat 2 (dua) indikator terkait dengan kualitas interaksi layanan. Hasil perhitungan disajikan pada tabel 7.

Tabel 7.

Hasil Perhitungan Kategori Kualitas Visual

Kategori	Kualitas Visual (<i>Visual Quality</i>)	
Skor	V1	V2
1	0	0
2	3	4
3	10	12
4	17	14
5	0	0
Jumlah	30	30
1	0	0
2	10	8
3	30	36
4	68	56
5	0	0
Total	108	100

Pada tabel 7 didapatkan hasil perhitungan untuk setiap indikator untuk kategori kualitas visual. Indikator V1 memperoleh nilai total lebih besar dibandingkan dengan indikator V2. Nilai total yang didapat untuk indikator V1 yakni 108 dengan rincian terbanyak 17 responden menyatakan bahwa website memiliki tampilan huruf yang sesuai. Nilai total 100 didapat untuk indikator V2 dengan rincian terbanyak 14 responden menyatakan setuju bahwa website memiliki warna dan tema yang menarik.

Perhitungan Nilai Rata-rata dan Total Kategori

Setelah dilakukan perhitungan total skor perkategori selanjutnya dilakukan perhitungan untuk mencari rata-rata setiap indikator pertanyaan dan total rata-rata variabel. Hasil perhitungan nilai rata-rata dan total variabel dapat dilihat pada tabel 8 dibawah ini.

Tabel 8.

Total Nilai Rata-rata dan Total Variabel

Indikator	F	Total Skor	Nilai Rata-rata	Total Variabel
<i>Kualitas Kegunaan (<i>Usability Quality</i>)</i>				
U1	30	108	3,60	3,46
U2	30	91	3,03	
U3	30	116	3,87	
U4	30	105	3,50	

Tabel 8 lanjutan

U5	30	90	3,00	
U6	30	111	3,70	
U7	30	97	3,23	
U8	30	112	3,73	
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)				
I1	30	105	3,50	3,18
I2	30	101	3,37	
I3	30	93	3,10	
I4	30	106	3,53	
I5	30	89	2,97	
I6	30	81	2,70	
I7	30	92	3,07	
Kualitas Interaksi Layanan (<i>Service Interaction Quality</i>)				
S1	30	86	2,87	2,93
S2	30	86	2,87	
S3	30	89	2,97	
S4	30	79	2,63	
S5	30	87	2,90	
S6	30	95	3,17	
S7	30	92	3,07	
Kualitas Visual (<i>Visual Quality</i>)				
V1	30	108	3,60	3,47
V2	30	100	3,33	

Berdasarkan hasil perhitungan pada setiap kriteria didapatkan nilai total rata-rata untuk variabel kualitas kegunaan (*usability quality*) sebesar 27,66 kemudian dibagi jumlah pertanyaan sebanyak 8 pertanyaan untuk variabel tersebut dan didapat hasil total variabel sebesar 3,46 dan berada pada kategori baik. Untuk variabel kualitas informasi (*information quality*) didapatkan nilai total rata-rata sebesar 22,24 yang dibagi dengan jumlah 7 pertanyaan untuk variabel kualitas informasi dengan nilai total variabel sebesar 3,18 dan berada pada kategori cukup. Untuk hasil perhitungan variabel kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) didapatkan total nilai rata-rata sebesar 20,48 yang dibagi dengan jumlah pertanyaan sebanyak 7 pertanyaan untuk variabel tersebut dan menghasilkan total nilai variabel sebesar 2,93 yang berarti masuk kategori cukup. Untuk variabel kualitas

visual (*visual quality*) menghasilkan nilai total rata-rata sebesar 6,93 yang dibagi dengan jumlah pertanyaan sebanyak 2 pertanyaan untuk variabel kualitas visual dan menghasilkan nilai total variabel sebesar 3,47 yang berada pada kategori baik.

Dari hasil perhitungan terhadap kuesioner yang diberikan kepada responden pengunjung website, untuk variabel kualitas kegunaan (*usability quality*) dan variabel kualitas visual (*visual quality*) berada pada kategori baik yang artinya website mudah digunakan dan dioperasikan oleh pengunjung serta menyajikan font yang sesuai, warna dan gaya yang menarik bagi pengunjung website.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pengukuran kualitas website perusahaan KAN isotank sudah selesai dilakukan dengan menggunakan metode webqual modifikasi. Menurut

tingkat penerimaan dari pengunjung website secara keseluruhan variabel, hasil pengukuran yang didapatkan sebesar 13,04 kemudian dibagi dengan jumlah seluruh variabel penelitian menjadi 3,26 dengan kategori cukup. Hasil pengukuran pada tiap variabel yang digunakan pada penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas kegunaan (*usability quality*) dan kualitas visual (*visual quality*) bernilai baik sedangkan variabel kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas layanan interaksi (*service interaction quality*) bernilai cukup. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa website mudah digunakan oleh pengunjung dan mempunyai tampilan visual seperti font, warna dan gaya yang menarik.

Saran

Berdasarkan hasil pengukuran yang didapat, variabel kualitas kegunaan dan kualitas visual sudah bernilai baik tetapi masih ada variabel yang bernilai cukup yakni kualitas informasi dan kualitas layanan interaksi sehingga kedepannya diharapkan kedua variabel tersebut dapat bernilai baik dengan melakukan perbaikan terhadap kelengkapan konten atau informasi dan ketersediaan layanan kepada pengguna yang diberikan melalui website perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Agustina, N. (2018). Evaluasi Penggunaan Sistem Informasi ERP Dengan Menggunakan Metode PIECES Framework. *Jurnal Informatika*, 2, 278-286.

Alhasanah, J., U., Kertahadi & Riyadi. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web E-Commerce terhadap keputusan Pembelian Online (Survei pada Konsumen www.getscoop.com). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15, 1-10.

Barnes, S., & Vidgen, R. (2000). WebQual: An Exploration of Website Quality". *European Conference on Information Systems 2000 Proceedings*, 74.

Barnes, S., Kenny, L., & Vidgen, R. (2001, June). Evaluating WAP News Sites: The Webqual/M Approach. *The 9th European Conference on Information Systems Bled, Slovenia*.

Barnes, S., & Vidgen, R. (2002). An Integrative Approach to The Assessment of E-Commerce Quality. *Journal of Electronic Commerce Research*, 3.

Hasan, L. (2014). Evaluating the Usability of Educational Websites Based on Student's Preference of Design Characteristics. *International Arab Journal of e-Technology*. 179-193.

Jonathan, S., & Prihantono, K., A., H. (2014). *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Ridho, P., & Saifullah. (2019). Evaluasi Kualitas Website Program Studi Sistem Informasi Universitas PGRI Madiun Menggunakan Webqual 4.0. *Jurnal Ilmiah Penelitian dan Penerapan Teknologi Sistem Informasi*.

Sanjaya, I. (2012). Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian Kominfo Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM*, 14.

Santoso, B., S., & Anwar, M., F. (2015, Agustus). Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual dan Importance-Performance Analysis (IPA) pada Situs Kaskus. *National Conference on Information Technology and Technical Engineering (CITEE)*, Yogyakarta.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Susanto, A., Susilo, H., & Riyadi. (2013). Penggunaan Web Sebagai Salah Satu Pendukung Strategi Pemasaran Produk Oleh Perusahaan Kusuma Agro Industri Batu. *Jurnal Admistrasi Bisnis Universitas Brawijaya*, 5.

Warjiyono & Hellyana, C., M. (2018). Pengukuran Kualitas Website Pemerintah Desa Jagalempeni Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer (JTIIK)*, 139-146.