

ANALISIS LAYANAN WEBSITE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. MODENA INDONESIA DENGAN METODE WEB-QUAL 4.0

Muhammad Afrizal¹, Khairul Rizal², Fattya Ariani³

Program Studi Teknologi Inforamsi^{1,2},

Program Studi Siatem Informasi³

Fakultas Teknik dan Informatika^{1,2}, Fakultas Teknologi Informasi³

Universitas Bina Sarana Informatika^{1,2}, Universitas Nusa Mandiri³

mafrizal207@gmail.com¹, Khairul.krl@bsi.ac.id²,

fattya.fty@nusamandiri.ac.id³

Received: 2025-02-10. **Revised:** 2025-03-10. **Accepted:** 2025-03-11. **Issue Period:** Vol.9 No.2 (2025), Pp. 565-575

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menilai kualitas layanan website e-commerce PT Modena Indonesia menggunakan metode WebQual 4.0, serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas layanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan sebagai salah satu syarat kelulusan Program Sarjana Satu (S1) di Program Studi Teknologi Informasi Universitas Bina Sarana Informatika. Metode yang digunakan meliputi observasi langsung terhadap website PT Modena Indonesia, wawancara online melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan, serta studi pustaka yang meninjau penelitian serupa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Berdasarkan hasil analisis ini, disarankan agar PT Modena Indonesia melakukan peningkatan pada ketiga aspek tersebut untuk meningkatkan kepuasan pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengoptimalkan layanan website mereka dan meningkatkan pengalaman pelanggan secara keseluruhan

Kata kunci: Layanan Website, Kepuasan Pelanggan, WebQual 4.0

Abstract: This research aims to assess the service quality of PT Modena Indonesia's e-commerce website using the WebQual 4.0 method, as well as provide recommendations for improving service quality to increase customer satisfaction. This research was conducted as one of the requirements for graduation from the Undergraduate Program (S1) in the Information Technology Study Program at Bina Sarana Informatika University. The methods used include direct observation of the PT Modena Indonesia website, online interviews through distributing questionnaires to customers, as well as literature studies reviewing similar research. The research results show that usability quality, information quality, and service interaction quality have a positive and significant effect on customer satisfaction, both partially and simultaneously. Based on the results of this analysis, it is recommended that PT Modena Indonesia make improvements to these three aspects to increase user satisfaction. This research is expected to help companies optimize their website services and improve the overall customer experience



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1806

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Keywords: Website Services, Customer Satisfaction, WebQual 4.0

I. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dunia bisnis di setiap perusahaan menjadi sangat ketat, terutama bagi bisnis yang bergerak dalam bidang perdagangan. Fenomena ini mendorong setiap perusahaan untuk terus mengembangkan ide-ide baru guna memenangkan persaingan, mendapatkan keuntungan yang optimal, dan memberikan pelayanan yang unggul kepada konsumen. Dengan pesatnya perkembangan teknologi internet, transaksi online atau e-commerce menjadialah satu pilihan utama bagi perusahaan-perusahaan tersebut.

E-commerce adalah konsep di mana produk dan layanan dapat dipesan, dibayar, dan dikirimkan melalui platform online[1]. Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mencatat sekitar 210 juta pengguna internet di Indonesia atau 77,02% dari rentang tahun 2021-2022, Fenomena tersebut pelan-pelan memunculkan pergeseran perilaku transaksi jual-beli antara konsumen dengan produsen yang sebelumnya bertransaksi secara langsung (offline) menjadi transaksi secara online, Data Bank Indonesia mencatat terjadinya kenaikan transaksi ecommerce dari Rp 106 Triliun pada tahun 2018 menjadi Rp 476 Triliun pada tahun 2022 meskipun tidak sesuai target Rp 498 Triliun[2].

PT Modena Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perdagangan alat-alat kebutuhan rumah tangga yang dikenal luas dengan nama MODENA. Perusahaan ini memiliki tiga kategori produk utama, yaitu produk untuk memasak (*cooking*), membersihkan (*cleaning*), dan pendingin (*cooling*). Berdasarkan data yang diambil dari situs harian dialog.co.id hingga kuartal ke-4 tahun 2023, MODENA memiliki 47 MODENA Home Center yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia dan direncanakan akan hadir di sejumlah titik lainnya hingga akhir tahun 2023. Langkah ekspansi yang dilakukan oleh PT Modena Indonesia ini merupakan upaya untuk memberikan kepuasan pelayanan dan informasi seputar produk MODENA kepada pelanggan di setiap wilayah Indonesia. Hal ini sejalan dengan misi perusahaan untuk membuat pekerjaan rumah tangga menjadi lebih mudah dan efisien melalui berbagai inovasi yang dihadirkan oleh produk MODENA. Kepuasan pelanggan menjadi fokus utama bagi PT Modena Indonesia, karena kesuksesan suatu usaha tercermin dari sejauh mana pemasar mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya

Setiap konsumen pasti memiliki harapan jika produk dan pelayanan yang diberikan mampu memberikan kepuasan, dalam kepuasan konsumen adalah kondisi dimana harapan konsumen mampu dipenuhi oleh produk. Kualitas produk mampu memberikan kepuasan kepada konsumen[3]. Oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi perhatian pada setiap perusahaan yang berkedudukan dalam bidang perdagangan. Dengan pesatnya perkembangan internet dan ketatnya persaingan bisnis saat ini, PT Modena Indonesia membuat sebuah website e-commerce untuk tetap memberikan pelayanan dan memberikan informasi terbaru tentang produk PT Modena Indonesia kepada pelanggan serta memudahkan customer untuk melakukan transaksi dengan mudah secara online Faktor pendukung e-commerce salah satunya adalah website. Konsumen pada e-commerce berinteraksi dengan perusahaan menggunakan website menurut[4].

Sebuah website mempunyai peranan sangat penting dalam menyampaikan suatu informasi, akan tetapi sebuah website juga dapat berperan sebagai tolak ukur untuk mengetahui tingkat kualitas yang baik bagi para penggunanya. Sebuah website bisa dikatakan baik apabila website tersebut memiliki kualitas layanan yang baik. Penelitian ini mempunyai suatu tujuan yaitu untuk menganalisa kualitas layanan dari sebuah website. Untuk menjalankan penelitian tersebut, peneliti menggunakan metode WebQual 4.0[5]. Dengan melakukan analisis ini, diharapkan dapat ditemukan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap website e-commerce, serta memberikan rekomendasi yang dapat diterapkan oleh PT Modena Indonesia untuk meningkatkan kualitas layanan website mereka demi meningkatkan kepuasan pelanggan.

Adapun tujuan penelitian ini adalah menilai kualitas layanan dari website e-commerce PT Modena Indonesia menggunakan metode WebQual 4.0. Serta manfaat dari penelitian ini Menambah wawasan dan pengetahuan mengenai pentingnya kualitas layanan website dalam industri e-commerce, dan juga hasil penelitian dapat digunakan oleh PT Modena Indonesia untuk meningkatkan kualitas layanan website mereka sehingga dapat memenuhi ekspektasi dan kebutuhan pelanggan



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1806

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

II. METODE DAN MATERI

2.1. WebQual

WebQual yang merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir maka penilaiannya disusun berdasarkan 4 variabel yaitu kualitas kegunaan (*Usability Quality*), kualitas informasi (*Information Quality*), kualitas interaksi layanan (*Service Interaction Quality*) dan kepuasan pengguna (*User Satisfaction*), Menurut Syaifullah & Soemantri (2016) metode WebQual dipilih karena memiliki kelebihan yaitu dapat digunakan untuk menganalisis kualitas beberapa website baik website internal (pusat karir, tempat staff, siswa, pusat perpustakaan, sistem informasi internal, dan lain-lain) maupun website eksternal (website maskapai penerbangan dan e-banking, jual beli online, dan lain-lain)[6]. Webqual 4.0 ini sudah mempunyai variabel untuk menilai kepuasan pelanggan terhadap website, variabel WebQual 4.0 sendiri sudah mempunyai 23 indikator.

Berikut adalah indikator dari keempat variabel pada WebQual 4.0.

Variabel	Indikator <i>WebQual</i> 4.0	Simbol
Kualitas Kegunaan (<i>Usability Quality</i>)	1. Pengguna merasa mudah untuk belajar mengoperasikan	X1.1
	2. Interaksi pengguna dengan <i>website</i> jelas dan dimengerti	X1.2
	3. Pengguna merasakan mudah untuk bernavigasi	X1.3
	4. Pengguna merasakan <i>website</i> mudah digunakan	X1.4
	5. <i>Website</i> memiliki tampilan yang menarik	X1.5
	6. Desain sesuai dengan jenis <i>website</i>	X1.6
	7. <i>Website</i> menyampaikan kompetensi	X1.7
	8. <i>Website</i> menciptakan pengalaman positif bagi pengguna	X1.8
	9. Memberikan informasi yang akurat	X2.1
	10. Memberikan informasi yang dapat dipercaya	X2.2
	11. Memberikan informasi yang tepat waktu	X2.3
	12. Memberikan informasi yang relevan	X2.4
	13. Memberikan mudah untuk memahami informasi	X2.5
	14. Memberikan informasi pada tingkat yang tepat detail	X2.6
	15. Menyajikan informasi dalam format yang tepat	X2.7
Kualitas Interaksi Layanan (<i>Service Interaction Quality</i>)	16. <i>Website</i> memiliki reputasi yang baik	X3.1
	17. Pengguna merasa aman untuk menyelesaikan transaksi	X3.2
	18. Pengguna merasa aman terkait informasi pribadinya	X3.3



Variabel	Indikator <i>WebQual</i> 4.0	Simbol
	19. <i>Website</i> menciptakan ruang untuk personalisasi	X3.4
	20. <i>Website</i> memberi ruang untuk komunitas	X3.5
	21. <i>Website</i> membuat mudah untuk berkomunikasi dengan organisasi	X3.6
	22. Pengguna merasa yakin dengan informasi <i>website</i>	X3.7
	Kepuasan Pengguna (<i>User Satisfaction</i>)	23. <i>Website</i> memiliki tampilan sudah baik

2.2. Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan metode kualitatif pada penelitian ini. Metode ini merupakan gabungan dari beberapa cara yaitu, observasi, wawancara atau kuisioner untuk mengumpulkan beberapa data, lalu akan dibuatkan hipotesis dari data yang sudah dikumpulkan melalui kuisioner.

Populasi diartikan sebagai wilayah generalasi yang terdiri atas obyek atau sumber yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya[7]. Pada penelitian ini populasinya adalah pelanggan PT. Modena Indonesia yang menggunakan website sebanyak 102 orang

Adapun sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus slovin. Rumus slovin adalah salah satu teori penarikan sampel yang paling populer untuk penelitian kuisioner yang biasa digunakan untuk pengambilan jumlah sampel yang harus representative agar perhitungannya dapat digeneralisasikan[8].

$$n = N 1 + (e 2)$$

n = ukuran sampel yang dibutuhkan

N = total populasi

e = margin of error yang diinginkan (5% - 10%)

Pada penelitian ini, populasi yang digunakan berjumlah 133 orang. Maka sampel yang kita ambil sebagai penelitian jika menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kepercayaan 95%, dan tingkat eror 5% adalah (Nur Fadilah Amin et al., 2023).

$$n = \frac{133}{1 + 133(0,0025)}$$

$$n = 99,8$$

Jadi sampel penelitian untuk 133 orang dari tingkat kepercayaan 95% adalah 99,8. Maka jika dibulatkan adalah 100 orang.

2.3. Metode Analisis Data

A. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau kesahihan suatu alat ukur, valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Uji validitas menggunakan bantuan program software SPSS v.21 dengan analisis person product moment. Hasil uji validitas adalah dengan membandingkan r hitung dengan r tabel.

a. r hitung < r tabel maka tidak valid

b. r hitung > r tabel maka valid



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1806

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

B. Uji Rehabilitas

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana data yang masuk pengujian ini adalah data dinyatakan valid. Adapun cara untuk menghitung tingkat reliabilitas pada data, yaitu dengan menggunakan Cronbach Alpha. Untuk dapat mengetahui kuesioner tersebut sudah reliabel digunakan program statistik yaitu program Statistical Package for the Social Sciences 24 (SPSS) . Kriteria pengujian uji reliabilitas adalah sebagai berikut[9] :

- a. Jika nilai $\alpha > 0,6$ maka reliabel.
- b. Jika nilai $\alpha < 0,6$ maka reliabel.

2.4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan syarat terlaksananya analisis regresi linear berganda dalam uji statistika regresi. Untuk menguji kelayakan model regresi yang digunakan, maka harus terlebih dahulu memenuhi uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut[10].

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran tersebut berdistribusi normal atau tidak[11].

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas[12].

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi atau hubungan antar variabel bebas (*independen*) dengan melihat nilai *tolerance* dan *VIF* (*variant inflation factor*) pada model regresi. Jika *tolerance* lebih dari 0,10 (nilai *tolerance* $> 0,10$) dan *VIF* kurang dari 10 (*VIF* < 10) maka tidak terjadi multikolinearitas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal yaitu variasi bebas yang nilai korelasi antar sesama bebas dengan nol[13].

2.5. Uji T

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk menguji signifikansi penulis menggunakan rumus uji signifikansi korelasi

2.6. Uji F

Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan secara bersama - sama terhadap variabel terikat. Apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh variabel independen secara bersama - sama (simultan) terhadap perubahan nilai variabel dependen, dilakukan melalui pengujian terhadap besarnya perubahan nilai variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh perubahan nilai semua variabel independen, untuk itu perlu dilakukan uji f. Uji f atau ANOVA dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi yang ditetapkan untuk penelitian dengan probability value dari hasil penelitian

3. PEMBAHASA DAN HASIL

3.1. Uji Validitas

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Pengguna merasa mudah untuk belajar mengoperasikan	0,794	0,197	Valid
Interaksi pengguna dengan <i>website</i> jelas dan dimengerti	0,739	0,197	Valid
Pengguna merasakan mudah untuk bernavigasi	0,765	0,197	Valid
Pengguna merasakan <i>website</i> mudah digunakan	0,751	0,197	Valid
Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan



Website memiliki tampilan yang menarik	0,790	0,197	Valid
Desain sesuai dengan jenis website	0,779	0,197	Valid
Website menyampaikan kompetensi	0,836	0,197	Valid
Website menciptakan pengalaman positif bagi pengguna	0,770	0,197	Valid

Gambar 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Kegunaan/Usability Quality (X1)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan valid karena nilai r hitung > r tabel 0,197. Maka item pertanyaan dapat dinyatakan layak untuk kuesioner dan mampu mengungkapkan variabel X2 yang diukur dalam penelitian

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Memberikan informasi yang akurat	0,769	0,197	Valid
Memberikan informasi yang dapat dipercaya	0,797	0,197	Valid
Memberikan informasi yang tepat waktu	0,741	0,197	Valid
Memberikan informasi yang relevan	0,827	0,197	Valid
Memberikan mudah untuk memahami informasi	0,813	0,197	Valid
Memberikan informasi pada tingkat yang tepat detail	0,735	0,197	Valid
Menyajikan informasi dalam format yang tepat	0,789	0,197	Valid

Gambar 2 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Informasi (X2)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan valid karena nilai r hitung > r tabel 0,197. Maka item pertanyaan dapat dinyatakan layak untuk kuesioner dan mampu mengungkapkan variabel X2 yang diukur dalam penelitian.

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Website memiliki reputasi yang baik	0,832	0,197	Valid
Pengguna merasa aman untuk menyelesaikan transaksi	0,760	0,197	Valid
Pengguna merasa aman terkait informasi pribadinya	0,799	0,197	Valid
Website menciptakan ruang untuk personalisasi	0,804	0,197	Valid
Website memberi ruang untuk komunitas	0,765	0,197	Valid
Website membuat mudah untuk berkomunikasi dengan organisasi	0,750	0,197	Valid
Pengguna merasa yakin dengan informasi website	0,816	0,197	Valid

Gambar 3 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Interaksi Layanan (X3)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan valid karena nilai r hitung > r tabel 0,197. Maka item pertanyaan dapat dinyatakan layak untuk kuesioner dan mampu mengungkapkan variabel X3 yang diukur dalam penelitian

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Website memiliki tampilan sudah baik	1,000	0,197	Valid

Gambar 4 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan valid karena nilai r hitung > r tabel 0,197. Maka item pertanyaan dapat dinyatakan layak untuk kuesioner dan mampu mengungkapkan variabel Y yang diukur dalam penelitian

3.2. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha

N of Items

Alpha



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1806

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Gambar 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas

Berdasarkan tabel dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Kegunaan/*Usability Quality* (X1) memiliki nilai *Chronbach Alpha* > 0,60 yaitu 0,907 > 0,60. Maka dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dalam kuisisioner variabel Kualitas Kegunaan/*Usability Quality* (X1) reliabel.

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
.894	7

Gambar 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Informasi/*Information Quality* (X2)

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Informasi/*Information Quality* (X2) memiliki nilai *Chronbach Alpha* > 0,60 yaitu 0,894 > 0,60. Maka dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dalam kuisisioner variabel Kualitas Informasi/*Information Quality* (X2) reliabel

Cronbach's	N of Items
Alpha	
.899	7

Gambar 8 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Interaksi Layanan (X3)

Berdasarkan data dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Interaksi Layanan/*Service Interaction Quality* (X3) memiliki nilai *Chronbach Alpha* > 0,60 yaitu 0,899 > 0,60. Maka dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dalam kuisisioner variabel Kualitas Interaksi Layanan/*Service Interaction Quality* (X3) reliabel.

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
1.000	2

Gambar 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pengguna/*User Satisfaction* (Y)

Berdasarkan tabel 4.11 dapat disimpulkan bahwa variabel Kepuasan Pengguna/*User Satisfaction* (Y) memiliki nilai *Chronbach Alpha* > 0,60 yaitu 1,000 > 0,60. Maka dapat dinyatakan bahwa semua pertanyaan dalam kuisisioner variabel Kepuasan Pengguna/*User Satisfaction* (Y) reliabel.

3.3. Uji Normalitas

N	100
Normal Parameters ^{a,b} Mean	Std. Deviation
	.0000000



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1806

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

		.57442220	
Most Extreme Differences	Absolute		.082
	Positive	—	.052
	Negative	—	-.082
Test Statistic			.082
Asymp. Sig. (2-tailed)			.096 ^c

Gambar 10 Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi $> 0,05$ yaitu $0,096 > 0,05$. Maka dapat dinyatakan bahwa data pada penelitian berdistribusi normal.

3.4. Uji Multikolinearitas

Model	Part	Correlations Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Kegunaan (Usability Quality)	.218	9.219
	Kualitas Informasi (Information Quality)	.039	9.270
	Kualitas Interaksi Layanan (Service Interaction Quality)	.010	8.757

Gambar 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai VIF pada variabel Kualitas Kegunaan/*Usability Quality* (X1), Kualitas Informasi/*Information Quality* (X2) dan variabel Kualitas Interaksi Layanan/*Service Interaction Quality* (X3) sebesar $9,219 < 10$, nilai *tolerance* sebesar $9,270 < 0,10$ dan nilai tolerance sebesar $8,757 < 0,10$. Maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model.

3.5. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	
	B	Std. Error				
1	(Constant)	.474	.181		2.619	.010
	Kualitas Kegunaan (Usability Quality)	.020	.017	.377	1.228	.223
	Kualitas Informasi (Information Quality)	-.008	.019	-.136	-.442	.659
	Kualitas Interaksi Layanan (Service Interaction Quality)	-.015	.018	-.258	-.863	.390

Gambar 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi pada variabel KualitasKegunaan/*Usability Quality* (X1) $> 0,05$ yaitu $0,223 > 0,05$. Sedangkan pada variabel Kualitas Informasi/*Information Quality* (X2)



> 0,05 yaitu 0,659 > 0,05. Terakhir variabel Kualitas Interaksi Layanan/*Service Interaction Quality* (X3) > 0,05 yaitu 0,390 > 0,05. Maka dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model.

3.6. Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-.019	.316		-.059	.953
Kualitas Kegunaan (Usability Quality)	.103	.029	.663	3.567	.001
Kualitas Informasi (Information Quality)	.205	.032	.618	3.635	.001
Kualitas Interaksi Layanan (Service Interaction Quality)	.305	.041	.852	4.158	.000

Gambar 12 Hasil Uji T

Berdasarkan tabel 4.17 dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kualitas Kegunaan nilai t hitung sebesar 3,567 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 menyatakan bahwa nilai signifikansi 0,001 < 0,05 dan diperoleh kesimpulan yaitu ditolak H0 serta diterimanya Ha atau variabel Kualitas Kegunaan berpengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pengguna. Pada variabel Kualitas Informasi nilai t hitung sebesar 3,635 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 menyatakan bahwa nilai signifikansi 0,001 < 0,05 dan diperoleh kesimpulan yaitu ditolaknya H0 serta diterima Ha atau variabel Kualitas Informasi berpengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pengguna. Pada variabel Kualitas Interaksi Layanan nilai t hitung sebesar 4,518 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 menyatakan bahwa nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan diperoleh kesimpulan yaitu ditolaknya H0 serta diterima Ha atau variabel Kualitas Interaksi Layanan berpengaruh secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pengguna.

3.7. Uji F

Model	Sum of Squares	ANOVA ^a			Sig.	
		df	Mean Square	F		
1	Regression	58.244	3	19.415	57.056	.000b
	Residual	32.666	96	.340		
	Total	90.910	99			

^a Dependent Variable: Kepuasan Pengguna (User Satisfaction)

^b Predictors: (Constant), Kualitas Interaksi Layanan (Service Interaction Quality) , Kualitas Kegunaan (Usability Quality), Kualitas Informasi (Information Quality)

Gambar 13 Hasil Uji F

Berdasarkan tabel 4.18 dapat disimpulkan bahwa nilai F sebesar 57,056 > 2,70 (didapat dari tabel F dengan DF1 = 3 karena 3 variabel bebas sedangkan DF2 = 100- DF1-1 = 100-3-1 = 96 karena sampel sebanyak 100 orang) dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05 maka secara simultan variabel Kualitas Kegunaan/*Usability Quality* (X1), Kualitas Informasi/*Information Quality* (X2), dan Kualitas Interaksi Layanan/*Service Interaction Quality* (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengguna/*User Satisfaction* (Y)

Penelitian ini menjadikan 100 responden didominasi laki-laki sebesar 76% dengan rentang usia 27-31 tahun sebanyak 44% yang merupakan pelanggan PT Modena Indonesia sebagai sampelnya. Berdasarkan analisis deskriptif didapatkan persepsi mayoritas responden menganggap bahwa website PT Modena Indonesia telah menyampaikan kompetensi dengan baik. Ditemukan juga mayoritas responden menganggap website PT Modena Indonesia telah memberikan informasi yang dapat dipercaya. Mayoritas responden juga menganggap website PT Modena Indonesia telah membuat mereka merasa aman untuk menyelesaikan transaksi dan terkait



informasipribadinya.

Berdasarkan analisis regresi linear diperoleh persamaan $Y = -0,019 + 0,103X_1 + 0,205X_2 + 0,305X_3$. Kemudian diperoleh juga hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 3,567 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, hal ini berarti bahwa Kualitas Kegunaan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Diperoleh juga hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 3,635 dan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, hal ini berarti bahwa Kualitas Informasi (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Hasil uji t dengan nilai t hitung sebesar 4,518 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, hal ini berarti bahwa Kualitas Interaksi Layanan (X_3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Secara simultan juga diperoleh pengaruh variabel Kualitas Kegunaan/*Usability Quality* (X_1), Kualitas Informasi/*Information Quality* (X_2), dan Kualitas Interaksi Layanan/*Service Interaction Quality* (X_3) secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Pengguna/*User Satisfaction* (Y) dengan nilai F sebesar 57,056 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$

Didapatkan juga nilai koefisien determinasi 0,641 atau artinya 64,1% variabel Kepuasan Pengguna dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Kegunaan/*Usability Quality* (X_1), Kualitas Informasi/*Information Quality* (X_2), dan Kualitas Interaksi Layanan/*Service Interaction Quality* (X_3). Hal ini menunjukkan bahwa berdasarkan analisis metode WebQual 4.0 website PT Modena Indonesia dalam pandangan responden telah memenuhi kualitas kegunaan (*Usability Quality*), kualitas informasi (*Information Quality*), kualitas interaksi layanan (*Service Interaction Quality*) sehingga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Purwanda & Syamsiah, (2021) yang memperoleh bahwa keempat variabel *webqual* yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* dan variabel pelengkap *user satisfaction* pada *Web E- learning UBSI* berada pada kategori yang cukup tinggi dengan nilai kepuasan pada kategoripuas

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Kualitas kegunaan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pengguna *website* PT Modena Indonesia.
- Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pengguna *website* PT Modena Indonesia.
- Kualitas interaksi layanan berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pengguna *website* PT Modena Indonesia.
- Kualitas kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan pengguna *website* PT Modena Indonesia

REFERENASI

- [1] Erico Alfayed, Lista Ramadeli, Rakel Agnestasia, Viona Amalina, Zhatil Hanani Octavia Swid, and Hendra Riofita, "ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DAN PENJUALAN E-COMMERCE PADA TIKTOK SHOP," *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 195–201, Nov. 2023.
- [2] Lindiawatie, Dhona Shahreza, and Lisna Wati, "Analisis Perbandingan Penjualan Offline Dan Online Produk Fashion Meccanism Sebagai Cara Menarik Konsumen," *Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, vol. 4, no. 1, Feb. 2024.
- [3] Anita Mustikasari, "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN (Studi Kasus Food Court UNY)," vol. XIII, no. 1, Jan. 2020.



DOI: 10.52362/jisamar.v9i2.1806

Ciptaan disebarluaskan di bawah [Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

- [4] Angga Hernawan, Rachman Komarudin, and Nurul Afni, “Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan Web E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan WebQual 4.0,” *Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi Asia*, vol. 15, no. 1, 2021.
- [5] Green Mandias, Yohanes Septiawan, and Marchelino Joseph Bojoh, “Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual 4.0 Dan Ipa Terhadap Situs Sla Tompaso Website Quality Analysis Using Webqual 4.0 And Ipa Methods Of Sla Tompaso,” *Cogito Smart Journal*, vol. 7, no. 2, Dec. 2021.
- [6] Marcelinus Kartika Aji Utomo and Johan J. C. Tambotoh, “Analisis Kepuasan Pengguna Pada Website Registrasi Pendakian Taman Nasional Gunung Merbabu dengan Metode Webqual 4.0,” *Jurnal Riset Komputer*, vol. 10, no. 1, pp. 276–286, Feb. 2023, doi: 10.30865/jurikom.v10i1.5814.
- [7] Upi Niarti, “ANALISIS AKUNTANSI PERSEDIAAN PRODUK RUSAK PADA TOKO ROSMART SUKARAJA KECAMATAN CURUP TIMUR,” *JURNAL ILMIAH RAFLESIA AKUNTANSI*, vol. 7, no. 1, Jan. 2021.
- [8] Dyah Wulandari, Muhamad Ridwan Effendi, Iis Siti Robe’ah, and Taopik Irawan4, “Dinamika Kekerasan dalam Media Sosial dan Tantangan Pendidikan Bagi Pelajar di Purwakarta,” *Journal of Basic Educational Studies*, vol. 4, no. 1, pp. 804–815, 2024.
- [9] Muhammad Yusuf, “Pengaruh Electronic Commerce (E-Commerce) terhadap Peningkatan Pendapatan pada UMKM di Kecamatan Bekasi Utara,” *Jurnal Akuntansi STEI*, vol. 05, no. 01, Jan. 2022, [Online]. Available: <https://danta.bekasikota.go.id/>
- [10] Feiren Falencia, Benni Purnama, and Herry Mulyono, “Analisis Kualitas Website SMKN Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0,” *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, vol. 4, no. 8, pp. 481–489, Jan. 2024, doi: 10.47065/tin.v4i8.4718.
- [11] Irma Susanti and Fazrina Saumi, “PENERAPAN METODE ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA UNTUK MENGATASI MASALAH MULTIKOLINEARITAS PADA KASUS INDEKS PEMBANGUNAN MANUSIA (IPM) DI KABUPATEN ACEH TAMIANG,” *Jurnal Gamma-Pi*, vol. 4, no. 2, Dec. 2022.
- [12] Haeranah, Ahmad Firman, and Andi Ririn Oktaviani, “Pengaruh Pendidikan, Pelatihan, dan Teknologi Terhadap Peningkatan Kinerja,” *PARADOKS Jurnal Ilmu Ekonomi*, vol. 6, no. 1, Jan. 2023.
- [13] Sintia Amalia, Setiawan Assegaff, and Xaverius Sika, “ANALISIS KUALITAS WEBSITE CORONA.JAMBIPROV.GO.ID MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA),” *Jurnal Manajemen Teknologi dan Sistem Informasi (JMS)*, vol. 1, no. 1, Oct. 2021.

