

ANALISIS LAYANAN WEBSITE PERUSAHAAN LEASING MOBIL MENGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0

Garry Briyant Rosario, Bertalya

Magister Manajemen Sistem Informasi Bisnis, Program Pascasarjana Magister Teknologi dan Rekayasa, Indonesia

Email: garry.briyant@yahoo.com, bertalya@staff.gunadarma.ac.id

*Correspondence:Garry.briyant@yahoo.com

INFO ARTIKEL

Diajukan : 02-03-2023

Diterima : 02-03-2023

Diterbitkan : 24-03-2023

Kata kunci: E-Commerce;
Kualitas Situs Web; Kualitas
Web; Kualitas Informasi;
Kualitas Interaksi

Keywords: *E-Commerce;*
Website Quality; Webqual;
Information Quality;
Interaction Quality

ABSTRAK

Perkembangan teknologi pada era ini telah berkembang dengan pesat khususnya dibidang internet. Seiring meningkatnya pengguna internet di dunia memudahkan para pebisnis untuk memasarkan dan mengembangkan lahan bisnisnya untuk para konsumen agar dapat memilih barang atau jasa dengan seefisien mungkin. Berbagi transaksi jual beli kini sangat mudah dan sering dilakukan internet transaksi jual beli melalui internet ini disebut e-commerce. Tingginya pertumbuhan e-commerce dan ketatnya persaingan menuntut para pelaku bisnis online untuk meningkatkan kualitas website bisnis online tersebut untuk meningkatkan kepuasan pengguna website demi memenangkan persaingan. Kepuasan penggunaan dipengaruhi oleh usability, information quality, dan service interaction quality. Perusahaan leasing mobil merupakan bisnis e-commerce berbasis marketplace Business to Business (B2B). Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui analisis pengaruh kualitas website (Webqual) terhadap kepuasan pengguna dengan menggunakan sampel pengguna sebanyak 100 responden. Metode yang digunakan penelitian ini analisis deskriptif. Penelitian ini menggunakan SPSS 2.2 dalam pengolahan data. Berdasarkan hasil analisis data ditemukan bahwa variabel yang terdiri dari usability, information quality, dan service interaction quality dari rating scale menggambarkan penilaian website perusahaan leasing mobil mendapatkan rating baik.

ABSTRACT

Technological developments in this era have grown rapidly, especially in the field of the internet. As internet users increase in the world, it makes it easier for business people to market and develop their business land so that consumers can choose goods or services as efficiently as possible. Sharing buying and selling transactions is now very easy and internet buying and selling transactions are often carried out via the internet, this is called e-commerce. The high growth of e-commerce and intense competition requires online business people to improve the

quality of the online business website to increase website user satisfaction in order to win the competition. User satisfaction is influenced by usability, information quality, and service interaction quality. The car leasing company is an e-commerce business based on the Business to Business (B2B) marketplace. The purpose of this research is to analyze the effect of website quality (Webqual) on user satisfaction using a sample of 100 respondents. The method used in this research is descriptive analysis. This study uses SPSS 2.2 in data processing. Based on the results of data analysis, it was found that the variables consisting of usability, information quality, and service interaction quality from the rating scale illustrate the rating of the leasing company's website to get a good rating.



Attribution-ShareAlike 4.0 International

Pendahuluan

Saat ini, para pelaku bisnis e-commerce telah sangat menjamur, para pemainnya pun datang dari berbagai jenis e-commerce, baik pada jenis Business-to-Consumer (B2C) ataupun Business-to-Business (B2B). Menurut (Hermawan, 2012) Business-to-Consumer (B2C) merupakan model bisnis dimana produk dijual langsung ke konsumen (B2C) sedangkan Business-to-Business (B2B) merupakan model bisnis dimana produk dijual kepada bisnis lainnya, Dewasa ini model e-commerce Business-to-Business (B2B) menjadi cukup populer di Indonesia. Saat ini para pelaku bisnis e-commerce (B2B) cukup banyak, setidaknya sudah Carsome, Oto, Carmudi, Mobil123, BeliMobilGue dan Mobil88 Astra. Maraknya pelaku industri e-commerce, membuat persaingan bisnis e-commerce sangatlah ketat, untuk itu setiap pelaku bisnis e-commerce terus belomba-lomba meningkatkan kualitas layanan website. Kualitas layanan website sangatlah penting, karena dalam belanja kegiatan berbelanja online, seseorang sepenuhnya bergantung terhadap informasi yang dimiliki oleh website sehingga konsumen akan percaya. Menurut (Prihartono, 2012) menyatakan bahwa faktor pendukung lain yang mendorong konsumen melakukan kegiatan e-commerce adalah kualitas layanan website, kualitas layanan website suatu perusahaan harus mempresentasikan kehadiran perusahaan tersebut dimata pelanggan secara virtual sehingga konsumen menjadi percaya dan melakukan transaksi secara online melalui perusahaan, (Gregg & Walczak, 2010) menyatakan bahwa yang memiliki kualitas layanan website yang bagus, meskipun mereka tidak memiliki reputasi yang bagus, tetapi lebih dipercaya dari pada penjual yang memiliki reputasi yang bagus, tetapi kualitas layanan website buruk. Dalam berbelanja online, kepercayaan memainkan peran yang sangat penting karena kepercayaan akan menimbulkan dorongan didalam diri konsumen untuk melakukan kegiatan transaksi secara online. Hal ini dikarenakan calon pembeli tidak dapat melihat secara langsung tentang produk yang diperdagangkan, Menurut (Setiadi, 2013) bahwa dalam pengambilan keputusan, semua aspek dan kognisi dilibatkan dalam pengambilan keputusan konsumen, seperti pengetahuan, arti, dan kepercayaan. Dimana hal tersebut diaktifkan dari ingatan serta proses perhatian dan pemahaman yang dilibatkan dalam penerjemahan informasi baru dilingkungan. (Gefen, Rigdon, & Straub, 2011) menyimpulkan bahwa semakin tinggi derajat kepercayaan seseorang, semakin tinggi pembelian niat konsumen.

Salah satu website leasing yang saat ini cukup populer di Indonesia adalah perusahaan leasing mobil finance memiliki model Business-to-Business (B2B), dimana istilah ini dipakai untuk transaksi bisnis antara suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Kehadiran perusahaan leasing mobil memberikan solusi bagi perusahaan lainnya untuk biasa mendapatkan kebutuhan kendaraan mobil yang dijual. B2B menerapkan proses belanja mobil dengan menggunakan sistem procurement modern di Indonesia sehingga hal ini yang membuat kualitas layanan website perusahaan leasing mobil multi finance menjadi lebih unggul jika dibandingkan website kompetitor lainnya. Untuk mengevaluasi kualitas layanan website terdapat beberapa metode yang dapat digunakan yaitu EtailQ, Webqual 4.0, Sitequal, dan NetQual (Giyanti & Suparti, 2018). Penelitian ini menggunakan metode webqual 4.0 yang dikembangkan oleh (Barnes & Vidgen, 2003). Hal ini didasari oleh alasan bahwa skala pengukuran dalam webqual 4.0 telah tervalidasi untuk mengukur kualitas website sehingga webqual 4.0 menjadi satu metode yang paling banyak diterima dan diaplikasikan oleh beberapa peneliti, selanjutnya untuk mendapatkan feedback terhadap kualitas sistem informasi tersebut perlu dilakukan sebuah analisis terhadap kualitas website tersebut yang diambil dari persepsi pengguna yang menggunakan sistem tersebut untuk mengetahui apakah sistem tersebut sudah masuk dalam kriteria sistem yang baik atau belum, hal ini dirujuk kepada jurnal yang berjudul *Analysis Of Information System Quality of Service on BSI Academy's Environment Using Webqual Methods, Importance Performance Analysis And Fishbone Gata & Gilang (2017)* dalam analisisnya untuk meningkatkan kualitas harapan layanan dari pengguna yang diinginkan dengan webqual 4.0 dan pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan (Giyanti & Suparti, 2018) untuk itu penelitian yang peneliti lakukan terhadap kualitas layanan website perusahaan leasing mobil meliputi keputusan user terhadap pengguna website dengan metode yang sama yaitu metode webqual 4.0.

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah melakukan analisis website perusahaan leasing mobil untuk mengetahui apakah website tersebut sudah masuk dalam kriteria baik atau belum serta dapat digunakan sebagai tolak ukur rekomendasi lebih lanjut dari hasil analisis untuk meningkatkan kualitas website perusahaan leasing. Penelitian ini menggunakan metode webqual dengan variabel pengukuran Usability, Information Quality, dan Service Interaction Quality.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini untuk pengembang, diharapkan dapat bermanfaat sebagai pertimbangan dan pengembangan website perusahaan leasing mobil pada masa yang akan datang. Penelitian ini diharapkan menjadi masukkan yang bermanfaat dalam mengukur kualitas dari sudut pandang pengguna. Selain itu ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan khususnya untuk penelitian yang mengangkat tentang analisis website quality pada masa mendatang atau dengan objek penelitian yang berbeda dan dapat pula dijadikan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya yang mengangkat topik mengenai kualitas layanan website.

Metode Penelitian

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai metode yang digunakan dalam penelitian ini, tujuan dari metode penelitian ini agar proses yang dijalankan menjadi benar, sistematis dan dapat menjadikan website perusahaan leasing mobil lebih baik.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif yang dalam pelaksanaannya meliputi data, analisis dan interpretasi tentang arti dan data yang diperoleh. Penelitian ini

disusun sebagai penelitian induktif yakni mencari dan mengumpulkan data yang ada dilapangan dengan tujuan untuk mengetahui faktor-faktor, unsur- unsur bentuk, dan suatu sifat dari fenomena di masyarakat (Nazir, 1988) . Dapat dilihat pada gambar 3.1.



Gambar 3.1 Alur Metodologi Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti (Resi, 2021) . Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, bentuk pertanyaan pilihan berganda (multiple choice questions) informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa responden yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau oleh sistem yang sudah ada.

2. Metode Dokumentasi

Pengumpulan data dimana peneliti menyelidiki benda-benda tertulis seperti buku-buku, majalah, dokumen, peraturan-peraturan, dan sebagainya (Arikunto, 2014) . Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang jumlah responden, rujukan dan kegiatan penelitian.

Pemilihan Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi yang digunakan sebagai objek penelitian adalah responden yang mengakses website perusahaan leasing mobil.

Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi yang diambil secara acak dari pengguna akses layanan website leasing mobil.

Skala Penilaian Variabel

Menurut Kinneer (1998). Skala Likert berhubungan dengan pernyataan tentang sikap seseorang terhadap sesuatu. Alternatif pertanyaannya, misalnya adalah dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas atau baik sampai tidak baik.

Responden diminta mengisi pertanyaan dalam skala interval berbentuk verbal dalam sejumlah kategori tertentu, biasa 5,7 dan seterusnya (hendaknya ganjil, agar dapat menampung kategori yang netral) atau memasukkan kategori ‘tidak tahu’.

Skala penilaian variabel dalam penelitian ini mengacu pada Skala Likert (Likert Scale), dimana masing-masing dibuat dengan menggunakan skala 1 – 5 kategori jawaban, yang masing-masing jawaban diberi skor atau bobot yaitu banyaknya nilai antara 1 sampai 5, dengan rincian:

1. Jawaban SS sangat setuju diberi skor 5.
2. Jawaban S setuju diberi skor 4.
3. Jawaban R ragu-ragu diberi skor 3.
4. Jawaban TS tidak setuju diberi skor 2.
5. Jawaban STS sangat tidak setuju diberi skor 1 (Singarimbun, 1995) .

Skor Ideal

Skor ideal merupakan skor yang digunakan untuk menghitung skor dalam menentukan rating scale dan jumlah seluruh jawaban, untuk menghitung jumlah skor ideal (kriterium) dari seluruh item digunakan rumus pada tabel 3.1.

Skor kriterium = Nilai Skala x Jumlah Responden

Dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Skala Kriterium

Rumus	Skala
5x100	Sangat Baik
4x100	Baik
3x100	Cukup
2x100	Kurang Baik
1x100	Sangat Kurang Baik

Rating Scale

Rating scale berfungsi untuk mengetahui hasil data angket secara umum dan keseluruhan didapat dari penilaian angket dengan ketentuan pada tabel 3.2.

Tabel 3.2 Rating Scale

Nilai Jawaban	Skala
401 - 500	Sangat Baik
301 - 400	Baik
201 - 300	Cukup
101 - 200	Kurang Baik
0 - 100	Sangat Kurang Baik

Teknik Pengolahan Data

Data yang telah terkumpul selanjutnya diolah. Semua data yang terkumpul kemudian disajikan dalam susunan yang baik dan rapi. Yang termasuk dalam kegiatan pengolahan data adalah menghitung frekuensi mengenai pemahaman pengguna terhadap fungsi dan tujuan dari e-commerce perusahaan leasing mobil berdasarkan data hasil kuesioner, kemudian diolah untuk mendapatkan skor persentase. Tahap-tahap pengolahan data tersebut adalah:

1. Penyuntingan semua data kuesioner yang berhasil dikumpulkan selanjutnya diperiksa terlebih dahulu dan dikelompokkan.
2. Penyusunan dan perhitungan data dilakukan menggunakan kuesioner Googleform dan bantuan perumusan komputer.
3. Tabulasi data yang telah disusun dan dihitung selanjutnya disajikan dalam bentuk tabel. Pembuatan tabel tersebut dilakukan dengan cara tabulasi langsung karena data langsung dipindahkan dari data ke kerangka tabel yang telah disiapkan tanpa proses perantara lainnya (Singarimbun, 1995).

Variabel Penelitian

Penelitian ini melakukan pengukuran terhadap keberadaan suatu variabel dengan menggunakan instrumen penelitian pada kualitas layanan website perusahaan leasing mobil. Setelah itu akan melanjutkan analisis untuk mencari pengaruh suatu variabel dengan variabel lain.

Identifikasi Variabel Usability

Tingkat kualitas layanan dari website yang mudah dipelajari, mudah digunakan dan mendorong pengguna untuk menggunakan sistem sebagai alat bantu positif dalam menyelesaikan tugas. Dalam konteks ini, yang dimaksud sebagai sistem adalah website perusahaan leasing mobil. Navigasi dan gambaran yang disampaikan kepada responden yang diberi kode A.

1. Usability Information Quality

Mutu yang berhubungan dengan rancangan site, sebagai contoh penampilan, kemudahan penggunaan, navigasi dan gambaran yang disampaikan kepada pengguna.

2. Information Quality

Sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan pengguna yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka. yang diberi kode B.

3. Service Interaction Quality

Interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki kedalam sistem lebih dalam, yang terwujud dengan kepercayaan dan empati, sebagai contoh isu dari keamanan transaksi dan informasi, pengantaran produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik site yang diberi kode C.

Variabel Pertanyaan

Variabel pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini memakai pertanyaan dengan pendekatan webqual 4.0 yang diuraikan seperti dilihat pada tabel 3.3.

Tabel 3.3 Variabel Pertanyaan

No	Variabel	Kode
	<i>Usability</i>	A
1	Kemudahan untuk dipelajari	A1
2	Interaksi website dengan jelas dan mudah dimengerti	A2
3	Kemudahan dalam menemukan menu-menu layanan <i>website</i>	A3
4	<i>Website</i> mudah untuk digunakan	A4
5	<i>Website</i> memiliki tampilan yang menarik	A5
6	<i>Website</i> memiliki desain yang cocok dengan jenis <i>website</i>	A6
7	<i>Website</i> Menciptakan pengalaman yang positif bagi penggunanya	A7
	<i>Information Quality</i>	B
1	<i>Website</i> menyediakan informasi yang akurat	B1
2	<i>Website</i> menyediakan informasi yang dapat dipercaya	B2
3	<i>Website</i> menyediakan informasi yang tepat waktu	B3
4	<i>Website</i> menyediakan informasi yang relevan	B4
5	<i>Website</i> menyediakan informasi yang mudah dimengerti	B5
6	<i>Website</i> menyediakan informasi dengan detil yang tepat	B6
7	<i>Website</i> menyediakan informasi dalam format yang sesuai	B7
	<i>Service interaction quality</i>	C
1	<i>Website</i> memiliki reputasi yang baik	C1
2	<i>Website</i> membuat pengguna merasa aman dalam berinteraksi	C2
3	<i>Website</i> membuat pengguna merasa aman dengan data pribadi yang diberikan	C3
4	Kemudahan dalam pengisian prosedur dalam pengisian data penftaran	C4
5	Kemudahan dalam pengisian dalam pengisian data pembelian	C5
6	<i>Website</i> menciptakan kemudahan dalam berkomunikasi dengan perusahaan	C6
7	Pengguna merasa percaya bahwa produk akan diberika sesuai dengan yang dijanjikan	C7

Metode Pengolahan Data

Dalam melakukan pengolahan data, penelitian ini menggunakan Statistical Product and Service Solution (SPSS) Versi 2.2 dengan data yang di input melalui Microsoft Excell 2013.

Analisis Data

Tahap-tahap pengolahan data hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pemeriksaan akan kelengkapan jawaban. Pada tahap ini data yang diperoleh diperiksa kembali untuk mencari jawaban dari kuesioner yang tidak lengkap.
2. Tally, menghitung jumlah atau frekuensi dari masing-masing jawaban dalam kuesioner.
3. Menghitung hasil atau skoring skala Likert.
4. Berdasarkan kuesioner di atas, penilaian dan pemberian skoring dengan menggunakan pendekatan skala Likert.
5. Menyimpulkan hasil kualitas layanan website perusahaan leasing mobil yang di dapat dari perhitungan skor kuesioner.

Uji Validitas

Validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya Azwar (1986). Selain itu validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti oleh peneliti Cooper dan Schindler (2006). Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu tes dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi jika tes tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut. Suatu tes menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan diadakannya pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah.

Dalam pengujian validitas terhadap kuesioner, dibedakan menjadi 2, yaitu validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara faktor satu dengan yang lain ada kesamaan). Pengukuran validitas faktor ini dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor).

Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap item total (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Bila kita menggunakan lebih dari satu faktor berarti pengujian validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor faktor, kemudian dilanjutkan mengkorelasikan antara skor item dengan skor total faktor (penjumlahan dari beberapa faktor).

Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien korelasi pada taraf signifikansi 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Rumus Korelasi Product Moment :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

r_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel x dan Y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai X

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai Y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai X kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai Y kemudian dikuadratkan

Uji Reliabilitas

Reliabilitas, atau keandalan, adalah konsistensi dari serangkaian pengukuran atau serangkaian alat ukur. Hal tersebut bisa berupa pengukuran dari alat ukur yang sama (tes dengan tes ulang) akan memberikan hasil yang sama, atau untuk pengukuran yang lebih subjektif, apakah dua orang penilai memberikan skor yang mirip (reliabilitas antar penilai). Reliabilitas tidak sama dengan validitas. Artinya pengukuran yang dapat diandalkan akan mengukur secara konsisten, tapi belum tentu mengukur apa yang seharusnya diukur. Dalam penelitian, reliabilitas adalah sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Penelitian dianggap dapat diandalkan bila memberikan hasil yang konsisten untuk pengukuran yang sama. Tidak bisa diandalkan bila pengukuran yang berulang itu memberikan hasil yang berbeda-beda.

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat. Rumus Alpha Cronbach sebagai berikut :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

r_{11} = reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang di uji

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah varians skor tiap-tiap item

σ^2 = varians total

Setelah nilai koefisien diperoleh, maka perlu ditetapkan suatu nilai koefisien reliabilitas dianggap reliabel. Dalam hal ini koefisien reliabilitas diatas 0,70 (cukup baik) dan diatas 0,80 (baik) untuk tujuan penelitian dasar Kaplan et alk (1993). Menurut Malhotra dan Solimun bahwa suatu instrumen dikatakan reliabel manakala memenuhi standar koefisien alpha Cronbach lebih besar dari 0,6 ($\alpha \geq 0.6$). Menurut (Budi, 2006) , tingkat reliabilitas yang diperoleh melalui Cronbach's Alpha dapat diukur melalui skala 0 sampai 1. Skala dikelompokkan dalam lima kelas dengan range yang sama, dapat dilihat pada tabel 3.4.

Tabel 3.4 Kriteria Uji Reliabilitas

Kriteria	Keterangan
0 – 0.2	Sangat tidak reliabel
> 0.2 – 0.4	Kurang Reliabel
> 0.4 – 0.6	Cukup reliabel
> 0.6 – 0.8	Reliabel
> 0.8 – 1	Sangat reliabel

Dari kelima tingkat keandalan koefisien di atas, yang digunakan sebagai indikator insrtumen dikatan reliabel adalah 0.600 jadi instrument dikatakan reliabel jika mempunyai tingkat keandalan koefisien ≥ 0.600 . perhitungan untuk mencari tingkat keandalan data instrumen dalam penelitian ini dibantu program SPSS 2.2 for Windows.

Hasil dan Pembahasan

4.1 Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah situs website perusahaan leasing mobil yang menjadi salah satu department perusahaan finance terbaik di Indonesia yang mendukung kegiatan penjualan melalui akses internet. Sedangkan subjek dari penelitian ini adalah pengguna website perusahaan leasing dengan link akses <https://momobil.id>

4.2 Hasil Kuesioner Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dan merupakan pembelian dan dealer yang pernah mengakses website perusahaan leasing mobil. Karakteristik responden pada penelitian ini dikategorikan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan jenis pekerjaan. Agar lebih jelas, dapat dilihat pada penjelasan berikut ini:

4.2.1 Hasil Kuesioner Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan olah data hasil kuesioner penelitian, maka karakteristik usia responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.1.

Tabel 4.1 Rata-rata Usia Berdasarkan Jenis Kelamin

Umur * Jenis Kelamin Crosstabulation				
Count		Jenis Kelamin		Total
		Laki-Laki	Perempuan	
Umur	22.0	2	0	2
	23.0	3	3	6
	24.0	4	3	7
	25.0	3	1	4
	26.0	4	1	5
	27.0	2	0	2
	28.0	6	0	6
	29.0	4	1	5
	30.0	1	1	2
	31.0	1	2	3
	32.0	13	5	18
	33.0	2	1	3
	34.0	0	1	1
	35.0	2	0	2
	36.0	1	1	2
	38.0	4	1	5
	39.0	4	0	4
	40.0	2	0	2
	41.0	2	1	3
	42.0	3	2	5
43.0	0	1	1	
44.0	1	0	1	
46.0	1	2	3	
47.0	1	1	2	
48.0	1	0	1	

Umur * Jenis Kelamin Crosstabulation				
Count		Jenis Kelamin		Total
		Laki-Laki	Perempuan	
	50.0	1	2	3
	52.0	1	1	2
Total		69	31	100

Sumber : Data Hasil Kuesioner Dengan Rata-rata Usia adalah 33 tahun.

4.2.2 Hasil Kuesioner Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan olah data hasil kuesioner penelitian, maka karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel 4.2

Tabel 4.2 Rata-rata Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki- Laki	69	69.0
Perempuan	31	31.0
Jumlah	100	100.0

Sumber : Data Hasil Kuesioner Dengan Rata-rata Responden Laki-laki Lebih Besar



Gambar 4.1 Gambar Grafik Pengguna Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan informasi yang ada pada tabel di atas, terlihat bahwa responden pada penelitian ini, terdiri atas 69 responden atau 69,0% responden Laki-laki dan 31 responden atau 31,0% responden perempuan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa responden laki-laki lebih banyak dari pada responden perempuan dalam penelitian ini.

4.2.3 Hasil Kuesioner Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan olah data hasil kuesioner penelitian, maka karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada tabel 4.3 dan tabel 4.4.

Tabel 4.3 Rata-rata Responden Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin dan Jenis Pekerjaan

		Pekerjaan			Total
		Pegawai Negeri	Pegawai Swasta	Wiraswasta	
Umur	22.0	2	0	0	2
	23.0	2	1	3	6
	24.0	2	1	4	7
	25.0	2	1	1	4
	26.0	2	2	1	5
	27.0	1	0	1	2
	28.0	4	1	1	6
	29.0	2	2	1	5
	30.0	2	0	0	2
	31.0	3	0	0	3
	32.0	4	5	9	18
	33.0	2	0	1	3
	34.0	1	0	0	1
	35.0	0	0	2	2
	36.0	2	0	0	2
	38.0	3	1	1	5
	39.0	1	0	3	4
	40.0	1	0	1	2
	41.0	2	1	0	3
	42.0	3	1	1	5
43.0	1	0	0	1	
44.0	1	0	0	1	
46.0	1	0	2	3	
47.0	1	0	1	2	
48.0	1	0	0	1	
50.0	0	1	2	3	
52.0	1	0	1	2	
Total		47	17	36	100

Berdasarkan informasi yang ada pada tabel 4.3 di atas, terlihat bahwa responden pada penelitian ini, paling banyak diusia antara 22 – 33 tahun yaitu sebanyak 50 responden, lalu disusul dengan responden usia antara 33 – 42 tahun yaitu sebanyak 27 responden dan yang terakhir adalah responden usia antara 43 – 52 tahun yaitu sebanyak 13 responden.

Tabel 4.4 Rata-rata Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

		Pekerjaan			Total
		Pegawai Negeri	Pegawai Swasta	Wiraswasta	
Jenis Kelamin	Laki-Laki	31	11	27	69
	Perempuan	16	6	9	31
Total		47	17	36	100

4.3 Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data responden untuk setiap variabel yang meliputi usability, information quality dan service interaction quality pelayanan dengan bantuan aplikasi SPSS 2.2 Windows. Sebelum melakukan penelitian dan penyebaran kuesioner lebih lanjut, peneliti sudah terlebih dahulu menyebarkan kuesioner kepada 100 responden untuk uji validitas apakah butir pertanyaan kuesioner valid dan dapat dilanjutkan ke tahap pengujian berikutnya.

Dalam penelitian yang di lakukan menggunakan 100 sampel maka perhitungan validitas pada nilai r adalah sebagai berikut:

$$4.1 \quad df = n - 2,$$

$$4.2 \quad df = 100 - 2 = 98$$

Penelitian ini mengacu pada R Tabel yang biasa digunakan untuk menguji hasil uji validitas suatu instrumen penelitian. Dari jumlah df maka R Tabel menunjukkan nilai

signifikansi adalah 0.2272, penelitian yang dilakukan pada daftar pertanyaan dilakukan pengujian menggunakan SPSS yang menghasilkan nilai r lebih besar dari 0.2272 sehingga daftar pertanyaan tersebut bersifat valid.

4.4 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data responden untuk setiap variabel yang meliputi usability, information quality dan service interaction quality dengan bantuan software SPSS 2.2 Windows. Pengukuran Reliabilitas menggunakan metode Cronbach Alpha dimana persyaratan adalah nilai pada Cronbach Alpha harus lebih besar dari 0.5. Dari hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan semua data menghasilkan data yang reliabel. Penelitian ini mengacu pada Cronbach's Alpha yang biasa digunakan untuk menguji hasil uji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan hasil 0.657 yang artinya data tersebut tergolong ke dalam data yang reliable dapat dilihat pada Tabel 4.5 dibawah ini.

Tabel 4.5 Hasil Reliabilitas
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.657	21

4.5 Deskriptif Penilaian Data

Berikut adalah deskriptif data berdasarkan pengukuran user terhadap webqual.

Tabel 4.6 Tabel Kualitas *Website* Perusahaan *Leasing* Mobil
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
A1	100	1.0	6.0	3.190	1.3081
A2	100	1.0	6.0	3.190	1.3158
A3	100	1.0	6.0	3.190	1.2768
A4	100	1.0	5.0	3.030	1.2182
A5	100	1.0	5.0	3.110	1.2544
A6	100	1.0	6.0	3.250	1.3133
A7	100	1.0	6.0	3.230	1.2938
B1	100	1.0	5.0	2.890	1.1883
B2	100	1.0	6.0	3.170	1.2875
B3	100	1.0	5.0	3.080	1.2446
B4	100	1.0	5.0	3.070	1.2493
B5	100	1.0	5.0	2.948	1.2258
B6	100	1.0	5.0	2.900	1.1591
B7	100	1.0	6.0	3.180	1.3286
C1	100	1.0	5.0	3.130	1.2685
C2	100	1.0	5.0	3.040	1.2303
C3	100	1.0	6.0	3.240	1.3113
C4	100	1.0	5.0	3.110	1.2625

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
C5	100	1.0	5.0	3.210	1.2736
C6	100	1.0	5.0	3.280	1.2719
C7	100	1.0	5.0	3.210	1.2657
Total	100	1.0	5.0	3.230	1.2781
Valid N (listwise)	100				

Tabel 4.7 Rata Rata Skor Variable

Variabel	Sum	Rata – Rata Variable
Usability	2372	338.8
Information Quality	2239	319.8
Interaction Quality	2231	318.7

Berdasarkan tabel 4.6 dan tabel 4.7, diperoleh skor rata-rata kualitas website perusahaan leasing mobil yang merupakan rata-rata skor ketiga variabel yaitu Usability 338.8 , Information Quality 319.8 dan Interaction Quality 318.7 . Hal tersebut mengindikasikan bahwa menurut persepsi pengguna, website Perusahaan Leasing Mobil telah memiliki kualitas yang baik dilihat dari aspek usability, information quality, dan service interaction quality.

4.6 Skor Ideal

Berikut adalah penilaian skor ideal untuk masing-masing variabel usability, information quality dan service interaction quality.

Tabel 4.8 Total Penilaian Usability

Variabel	Sum
A1	333
A2	337
A3	334
A4	340
A5	339
A6	328
A7	351
Total	2372
Rata-Rata	338.8

Dari tabel 4.8 dapat kita lihat bahwa hasil penilaian terhadap variable usability adalah sebesar 2372 dari jumlah variabel usability 7 maka rata-rata penilaian terhadap variabel usability adalah 338.8.

Tabel 4.9 Total Penilaian *Information Quality*

Variabel	Sum
B1	306
B2	339
B3	332
B4	344
B5	290
B6	315
B7	313
Total	2239
Rata-Rata	319.8

Dari tabel 4.9 dapat kita lihat bahwa hasil penilaian terhadap variabel *information quality* adalah sebesar 2239 dari jumlah variabel *usability* 7 maka rata-rata penilaian terhadap variabel *usability* adalah 319.8.

Tabel 4.10 Total Penilaian *Interaction Quality*

Variabel	Sum
C1	304
C2	323
C3	311
C4	321
C5	328
C6	321
C7	323
Total	2231
Rata-Rata	318.7

Dari tabel 4.10 dapat kita lihat bahwa hasil penilaian terhadap variabel *Interaction Quality* adalah sebesar 2231 dari jumlah variabel *usability* 7 maka rata-rata penilaian terhadap variabel *usability* adalah 318.7.

Tabel 4.11 Penilaian Rating Scale Webqual 4.0

Variabel	Responden	Hasil Penilaian	Rating Scale
Usability	100	338.8	Baik
Information quality	100	319.8	Baik
Service Interaction quality	100	318.7	Baik

Dari tabel 4.11 menggambarkan bahwa penilaian terhadap layanan *website* penjualan *leasing* mobil mendapatkan rating scale baik, hal tersebut dibuktikan dari skala 301 - 400 *usability* mendapatkan hasil 338.8 yang artinya *usability* bernilai baik, dari skala 301 - 400 *information quality* mendapatkan hasil 319.8 yang artinya *information quality* bernilai baik dan dari skala 301 - 400 *service interaction quality* mendapatkan hasil 318.7 yang artinya *service interaction quality* bernilai baik.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap layanan website perusahaan leasing mobil yang dianalisis menggunakan metode webqual 4.0 dapat diambil kesimpulan bahwa website tersebut menunjukkan bahwa dari skala maksimal 5.00, yang berarti sistem ini memiliki rating scale baik. Setiap variabel berada dalam skala 301-400. Berturut-turut skala dari variabel usability, information quality, dan service interaction quality adalah sebesar 3.338, 3.319, 319.8.

Bibliografi

- Arikunto, Suharsimi. (2014). *Rosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Barnes, Stuart J., & Vidgen, Richard. (2003). Measuring web site quality improvements: a case study of the forum on strategic management knowledge exchange. *Industrial Management & Data Systems*, 103(5), 297–309. <https://doi.org/10.1108/02635570310477352>
- Budi. (2006). *SPSS 13.0 Terapan Riset Statistik Parametrik*.
- Gefen, David, Rigdon, Edward E., & Straub, Detmar. (2011). Editor's comments: an update and extension to SEM guidelines for administrative and social science research. *MIS Quarterly*, iii–xiv.
- Giyanti, Ida, & Suparti, Erni. (2018). Penilaian kualitas aplikasi halal mui dengan webqual 4.0 dan pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan. *J@ Ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 13(2), 91–98. <https://doi.org/10.14710/jati.13.2.91-98>
- Gregg, Dawn G., & Walczak, Steven. (2010). The relationship between website quality, trust and price premiums at online auctions. *Electronic Commerce Research*, 10, 1–25.
- Hermawan. (2012). *Komunikasi Pemasaran*.
- Nazir, Moh. (1988). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prihartono, Sarwono &. (2012). *Perdagangan Online: Cara Bisnis di Internet*.
- Resi, Bernadus Bin Frans. (2021). Teknik Pengumpulan Data. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*, 347.
- Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen (edisi revisi)*.
- Singarimbun, Masri. (1995). *Metode penelitian survai*.