

## PENGARUH KUALITAS *WEBSITE* TRAVELOKA TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA

Okki Risyandi, Dinda Amanda Zuliestiana S.E., M.M

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

risyandiokki@gmail.com, dindazuliestiana@yahoo.com

---

### Abstrak

*Webqual* adalah alat atau instrumen yang dikembangkan oleh *Stuart Barnes* dan *Richard Vidgen* digunakan untuk menilai kegunaan, informasi, dan kualitas interaksi layanan dalam situs internet, terutama yang menawarkan *e-commerce facilities*. *Webqual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Sebuah *website* diukur dari segi kualitasnya untuk lebih memberikan kepuasan kepada para penggunanya dalam mengakses *website* yang di inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas *website* terhadap penggunanya di kota Bandung. Jenis penelitian deskriptif. Metode dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner terhadap masyarakat kota Bandung yang pernah mengakses atau bertransaksi secara *online* dalam *website* Traveloka sebanyak 400 responden dengan teknik sampling yaitu *judgement* sampling. Teknik analisis yang dilakukan adalah Analisis Regresi Linier Berganda.

Berdasarkan hasil dari tanggapan responden, hasil dari nilai koefisien determinasi sebesar 62,0% yang artinya faktor *ussability*, *information Quality*, dan *Service Interaction Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna *website* Traveloka dan sisanya sebesar 38,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Nilai F-hitung 215,571 lebih besar dari F-tabel 2,627, dan nilai T-hitung *Ussability* (4,374), T-hitung *Information Quality* (4,536), T-hitung *Service Interaction Quality* (7,458) menunjukkan lebih besar dari T-tabel yaitu (1,966). Dapat disimpulkan bahwa baik secara parsial atau simultan variabel *Webqual* dan sub variabel *Ussability*, *Information Quality*, *Service Interaction Quality* berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan pengguna atas Kualitas *website* Traveloka.

Kata kunci : *WebQual*, *E-Commerce*, *Kepuasan Pengguna*

### Abstract

*Webqual* is a tool developed by *Stuart Barnes* and *Richard Vidgen* used to assess the usefulness, information, and quality of service interactions on websites, especially those offering e-commerce facilities. *Webqual* is one method or technique based on website quality based on end user perception. A website in terms of quality to better provide satisfaction to the users in accessing the desired website.

This research is intended to determine the effect of the influence of website quality on users of Bandung. Type of descriptive research The method in this study is quantitative. Data by distributing questionnaires to Bandung city community who have accessed or transacted online in Traveloka website as many as 400 respondents with sampling technique that is judgment sampling. The analysis technique is Multiple Linear Regression Analysis. Based on the results from the respondents, the results of determinants coefficient is 62.0% which is the factor of *Ussability*, *Information Quality*, and *Service Interaction Quality* take effect for the user satisfaction of Traveloka website and the other effect is 38.0% by the other factors that not used in this research. The Value of F-count 215,571 is greater than F-table 2,627, and T-count *Ussability* (4,374), T-Counting *Information Quality* (4,536), *Service Interaction Quality* T-count (7458) shows bigger than T-table that is (1,966 ). The conclusion, either of partially or simultaneously variable of *Webqual* and *Ussability*, *Information Quality*, and *Service Interaction Quality* Relating to User satisfaction on Website Quality of Traveloka.

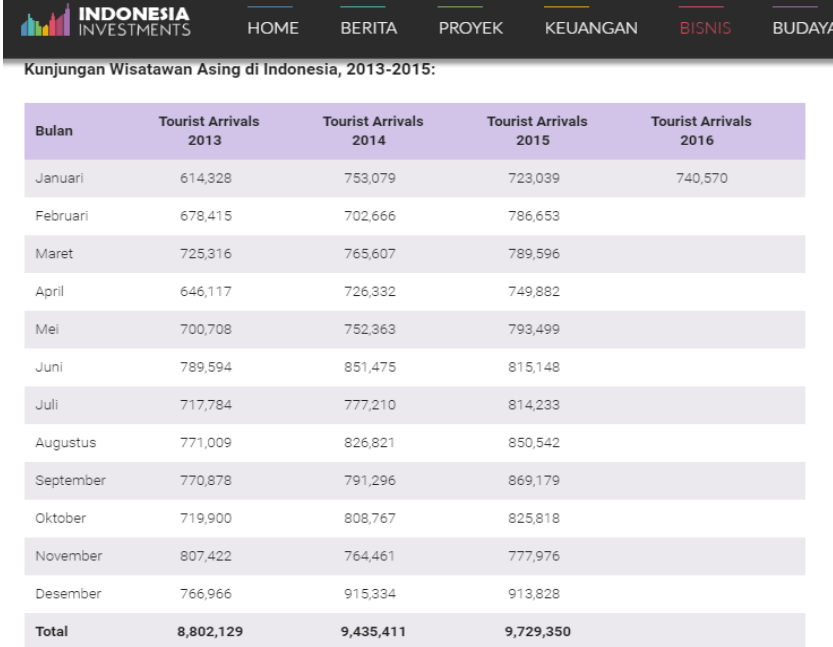
---

 Keywords: WebQual, E-commerce, User Satisfaction
 

---

## 1. Pendahuluan

Tahun 2016 ini penggunaan internet berkembang pesat di Indonesia, hal ini dibuktikan pengguna internet terbesar ke 6 di dunia adalah Indonesia dengan jumlah pengguna internet aktif dengan yaitu sebesar 102,8 juta orang di tahun 2016 dan diperkirakan akan terus menerus bertambah hingga 123 juta di tahun 2018[1]. Saat ini, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi kira-kira 4% dari total perekonomian Indonesia. Pada tahun 2019, Pemerintah Indonesia ingin meningkatkan angka ini dua kali lipat menjadi 8% dari PDB[2].



Bulan	Tourist Arrivals 2013	Tourist Arrivals 2014	Tourist Arrivals 2015	Tourist Arrivals 2016
Januari	614,328	753,079	723,039	740,570
Februari	678,415	702,666	786,653	
Maret	725,316	765,607	789,596	
April	646,117	726,332	749,882	
Mei	700,708	752,363	793,499	
Juni	789,594	851,475	815,148	
Juli	717,784	777,210	814,233	
Agustus	771,009	826,821	850,542	
September	770,878	791,296	869,179	
Oktober	719,900	808,767	825,818	
November	807,422	764,461	777,976	
Desember	766,966	915,334	913,828	
<b>Total</b>	<b>8,802,129</b>	<b>9,435,411</b>	<b>9,729,350</b>	

**Gambar 1.1 Index Kunjungan Wisatawan Asing**

Meningkatnya sektor di industri *travel and tourism* membuat pelaku usaha dibidang *Online Travel Agent* pun meningkat karena peluang usaha yang menjanjikan, bukan hanya wisatawan asing yang datang ke Indonesia, akan tetapi masyarakat Indonesia juga yang bertamasya ke luar negeri. *Association of the Indonesia Tours and Travel Agencies* (Asita) mencatat dalam, perbandingan kunjungan wisatawan pada liburan tahun 2016 mencapai 1:3, di mana setiap satu orang wisatawan asing yang masuk ke Indonesia sebanding dengan kepergian tiga orang Indonesia untuk berwisata ke luar negeri. Kegiatan berwisata pun menjadi gaya hidup yang tidak dapat kita pungkiri lagi, yang pada akhirnya hal ini menguntungkan negara Indonesia sebagai penambahan devisa negara[3]. Salah satu manfaat besarnya penggunaan internet ini disadari oleh pelaku *Online Travel Agent* salah satunya adalah Traveloka, Traveloka membuat sebuah situs resmi yaitu [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com). Traveloka merupakan perusahaan yang menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat dan hotel secara online dan terfokus kedalam penerbangan domestik.

Traveloka mengalami penurunan ranking dengan posisi 4315 untuk *Global Rank*, 66 untuk *Country Rank*, dan 25 untuk *Category Rank*. Serta *traffic* terbesar berasal dari Indonesia sebesar 68,99%, akan tetapi dapat kita lihat juga bahwa *traffic visitors* dari Indonesia turun cukup drastis sebesar 21,52%. Traveloka mengalami penurunan *viewers* yang besar pada bulan Juli-Agustus sebesar 2.700.000 ribu *viewers* dan terus menurun sampai bulan September dengan total penurunan *viewers* per dua bulan yaitu sekitar 3.750.000 ribu[4]. Kepuasan travellers dalam keinginan membeli tiket pesawat secara *online* oleh Bukhari, et al (2012) yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas suatu *website* maka akan semakin tinggi kepuasan seseorang dan keinginan seseorang untuk membeli tiket pesawat pada *website* tersebut. *Webqual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna

akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari SERVQUAL yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. *Webqual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya. *Webqual* 4.0 disusun berdasarkan penelitian pada tiga area dimensi kualitas[5]. Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas *website* Traveloka.com menurut penggunanya?
2. Bagaimana tingkat kepuasan pengguna atas kualitas *website* Traveloka.com?
3. Apakah kualitas *website* (*webqual*) Traveloka.com berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna?

**2. Dasar Teori**

**2.1 Manajemen Operasi**

Manajemen Operasi adalah proses efektif dalam pengembangan, pelaksanaan dan pemeliharaan yang terkait dengan kegiatan yang dilakukan secara berulang-ulang atau hanya untuk sebuah proyek, yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang spesifik dari organisasi[6].

**2.2 Kualitas**

Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik sebuah produk atau jasa yang mengandalkan pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dijanjikan dan tersirat[7].

**2.3 WebQual**

*Webqual* adalah alat untuk menilai kegunaan, informasi, dan kualitas interaksi layanan dalam situs internet, terutama yang menawarkan *e-commerce facilities*. WebQual 4.0 terbentuk dari tiga dimensi yang dijelaskan dalam tabel di bawah ini[8].

**Tabel 2.1 Dimensi WebQual 4.0**

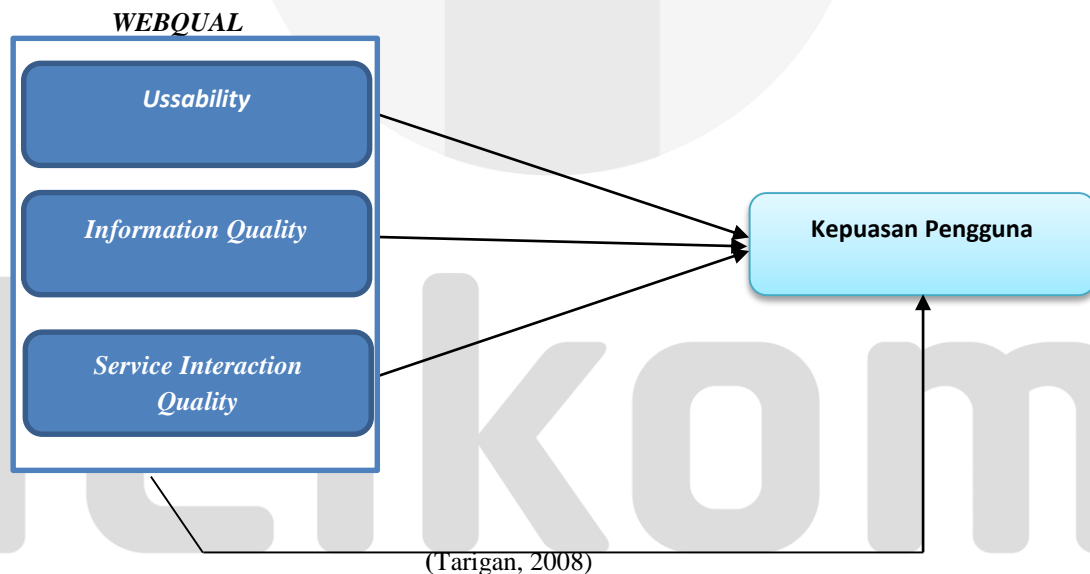
Nomor	Dimensi	Indikator
1	Usability	<i>I find the site easy to learn to operate</i>
2		<i>My interaction with the site is clear and understandable</i>
3		<i>I find the site easy to navigate</i>
4		<i>I find the site easy to use</i>
5		<i>The site has an attractive appearance</i>
6		<i>The design is appropriate to the type of site</i>
7		<i>The site conveys a sense of competency</i>
8		<i>The site creates a positive experience for me</i>
9	Information Quality	<i>Provides accurate information</i>
10		<i>Provides believable information</i>
11		<i>Provides timely information</i>
12		<i>Provides relevant information</i>
13		<i>Provides easy to understand information</i>

14		<i>Provides information at the right level of detail</i>
15		<i>Prevents the information in an appropriate format</i>
16	Service Interaction Quality	<i>Has a good reputation</i>
17		<i>It feels safe to complete transaction</i>
18		<i>My personal information feels secure</i>
19		<i>Creates a sense of personalization</i>
20		<i>Conveys a sense of community</i>
21		<i>Makes it easy to communicate with the organization</i>
22		<i>I feel confident that goods/services will be delivered as promised</i>

**2.4 Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang[9].

Berdasarkan penjelasan teoritis diatas, Adapun kerangka pemikiran pada penelitian ini adalah sebagai berikut :



**Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran**

**2.5 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dalam penelitian ini hipotesis yang digunakan adalah sebagai berikut :

- 1) **H1** : *Usability* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

- 2) **H2** : *Information Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.
- 3) **H3** : *Service Interaction Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

**3. Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan pengamatan secara *cross sectional*. Objek penelitian ini adalah *website* Traveloka.com. Alat pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner dengan menggunakan skala ordinal dengan menggunakan metode Likert dengan 4 skala. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Bandung yang mengetahui dan pernah mencari informasi di *website* Traveloka. Dimana jumlah populasi pengunjung *website* Traveloka tidak diketahui dengan pasti jumlahnya. Teknik sampling yang dipakai dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dengan teknik sampel *judgement sampling*. Karena jumlah populasi pengunjung dari *website* tidak diketahui dengan pasti jumlahnya, maka digunakan rumus Bernouli untuk mendapatkan sampel minimum dan didapatkan hasil sebesar 385 yang kemudian dibulatkan menjadi 400 responden untuk digunakan dalam penelitian. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengunjung *website* Traveloka yang pernah mengakses atau melakukan transaksi dari *website* Traveloka.

**4. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian terhadap 400 responden Traveloka yang pernah mengakses atau bertransaksi di *website* traveloka.com, bahwa responden pria lebih besar dari wanita dengan presentase 54%, didominasi responden dengan usia 17-24 tahun dengan presentase 82%, berdasarkan pendidikan terakhir yaitu didominasi SMA dengan presentase 63%, lalu responden berdasarkan pekerjaan yaitu didominasi oleh pelajar sebesar 80%, berdasarkan pendapatan yaitu diungguli <Rp 1.000.000 dengan presentase 45%. Berikut adalah hasil tanggapan responden mengenai *website quality* Traveloka.com yang dijabarkan melalui analisa sebagai berikut:

**Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel WebQual (X)**

Sub Variabel	Skor	Skor Ideal
Ussability	10358	12800
<i>Information Quality</i>	8711	11200
<i>Service Interaction Quality</i>	8638	11200
<b>Total</b>	<b>27707</b>	<b>35200</b>
<b>Persentase</b>	<b>78,7%</b>	

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 22 pernyataan adalah 35200. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 27707 atau 78,7% dari skor ideal yaitu 35200. Dengan demikian Variabel *Webqual* (X) berada pada kategori baik.

**Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pengguna (Y)**

Variabel	Skor	Skor Ideal
Kepuasan Pengguna	3725	4800
<b>Persentase</b>	<b>77,6%</b>	

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 3 pernyataan adalah 4800. Dari perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh 3725 atau 77,6% dari skor ideal yaitu 4800. Dengan demikian Variabel Kepuasan Pengguna (Y) berada pada kategori baik.

**4.1 Pengujian Hipotesis Secara Simultan ( Uji F )**

**Tabel 4.3 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**

F hitung	Df	F table	Sig	Keterangan	Kesimpulan

215,571	df1 = 3	2,627	0,000	Ho ditolak	Ada pengaruh (Signifikan)
---------	---------	-------	-------	------------	---------------------------

Dari Tabel 4.3 diperoleh nilai F hitung sebesar 215,571. Karena nilai F hitung (215,571) > F tabel (2,627), maka Ho ditolak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan dari *Ussability* (X<sub>1</sub>), *Information Quality* (X<sub>2</sub>) dan *Service Interaction Quality* (X<sub>3</sub>) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

**4.2 Pengujian Hipotesis Secara Parsial ( Uji t )**

**Tabel 4.4 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Variabel	t hitung	Df	t table	Sig	Keterangan	Kesimpulan
X1	4,374	396	±1,966	0,000	Ho ditolak	Signifikan
X2	4,536	396	±1,966	0,000	Ho ditolak	Signifikan
X3	7,458	396	±1,966	0,000	Ho ditolak	Signifikan

Berdasarkan tabel 4.4 dapat dilihat hasil sebagai berikut :

1. Variabel X<sub>1</sub> memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung (4,374) > t tabel (1,966), maka Ho ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari *Ussability* (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).
2. Variabel X<sub>2</sub> memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung (4,536) > t tabel (1,966), maka Ho ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari *Information Quality* (X<sub>2</sub>) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)
3. Variabel X<sub>3</sub> memiliki nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel. Karena nilai t hitung (7,458) > t tabel (1,966), maka Ho ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari *Service Interaction Quality* (X<sub>3</sub>) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

**4.3 Pengaruh *Ussability* (X<sub>1</sub>), *Information Quality* (X<sub>2</sub>) dan *Service Interaction Quality* (X<sub>3</sub>) Terhadap Kepuasan Pengguna (Y)**

**Tabel 4.5 Analisis Regresi Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi	Std. Error	T	Sig.
(Constant)	0,007	0,134	0,052	0,000
X1	0,258	0,059	4,374	0,000
X2	0,261	0,058	4,536	0,000
X3	0,471	0,063	7,458	0,000

Dari persamaan regresi linier berganda diatas diperoleh nilai konstanta sebesar 0,007. Artinya, jika variabel Kepuasan Pengguna (Y) tidak dipengaruhi oleh ketiga variabel bebasnya yaitu *Ussability* (X<sub>1</sub>), *Information Quality* (X<sub>2</sub>) dan *Service Interaction Quality* (X<sub>3</sub>) bernilai nol, maka besarnya rata-rata Kepuasan Pengguna akan bernilai 0,007.



Tanda koefisien regresi variabel bebas menunjukkan arah hubungan dari variabel yang bersangkutan dengan Kepuasan Pengguna. Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_1$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara *Ussability* ( $X_1$ ) dengan Kepuasan Pengguna (Y). Koefisien regresi variabel  $X_1$  sebesar 0,258 mengandung arti untuk setiap pertambahan *Ussability* ( $X_1$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Kepuasan Pengguna (Y) sebesar 0,258.

Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_2$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara *Information Quality* ( $X_2$ ) dengan Kepuasan Pengguna (Y). Koefisien regresi variabel  $X_2$  sebesar 0,261 mengandung arti untuk setiap pertambahan *Information Quality* ( $X_2$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Kepuasan Pengguna (Y) sebesar 0,261.

Koefisien regresi untuk variabel bebas  $X_3$  bernilai positif, menunjukkan adanya hubungan yang searah antara *Service Interaction Quality* ( $X_3$ ) dengan Kepuasan Pengguna (Y). Koefisien regresi variabel  $X_3$  sebesar 0,471 mengandung arti untuk setiap pertambahan *Service Interaction Quality* ( $X_3$ ) sebesar satu satuan akan menyebabkan meningkatnya Kepuasan Pengguna (Y) sebesar 0,471.

## 5. Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan mengenai kualitas *website* dari Traveloka.com. Maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Persepsi responden mengenai kualitas *website* Traveloka.com berada di didalam kategori baik dengan penghitungan data yang menunjukan hasil sebesar 78,7%.
2. Persepsi responden mengenai kepuasan atas kualitas *website* Traveloka.com sebesar 77,6%. Dari perhitungan tersebut dapat diketahui bahwa kepuasan dari kualitas *website* Traveloka.com dalam kategori baik atau tinggi.
3. Secara parsial maupun simultan kualitas *website* Traveloka.com berpengaruh secara positif terhadap kepuasan penggunanya. Pengaruh terbesar berada pada sub-variabel *Service Interaction Quality* dengan nilai koefisien sebesar 0,471 atau 47,1%, dan pengaruh terendah berada pada sub-variabel *Information Quality* dengan nilai koefisien sebesar 0,261 atau 26,1%.

### 5.2 Saran

#### 5.2.1 Saran Bagi Perusahaan

Bagi perusahaan Traveloka, penelitian ini dapat dijadikan sebagai media untuk mengetahui seberapa besar kepuasan pengguna *website* Traveloka.com dan dapat terus meningkatkan kualitas dari *website* agar para *visitor* merasa lebih puas dengan informasi dan pelayanan yang diberikan oleh Traveloka. Peningkatan kualitas *website* mungkin dapat dimulai dari segi kualitas informasi, sebagaimana telah diketahui bahwa pada sub-variabel *information quality* memiliki angka terendah dalam hasil penghitungan data menggunakan metode regresi berganda yaitu sebesar 26,1%. Maka dari itu Traveloka harus cepat berbenah agar kualitas informasi dapat ditanggapi dengan cepat dan akhirnya para *visitor* benar-benar merasa puas dengan pelayanan dari *website* Traveloka.

#### 5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

1. Penelitian ini pastinya memiliki kekurangan dari berbagai segi. Saran bagi peneliti selanjutnya adalah mencoba untuk merubah metode penghitungan data seperti PLS atau metode lainnya, dan menggunakan populasi yang lebih luas lagi agar lebih terlihat kelebihan dan kekurangan dari objek yang di teliti. Saran lain yang dapat dilakukan, peneliti selanjutnya dapat mencari jurnal atau artikel terbaru yang telah disesuaikan dengan situasi tentang kualitas *website* saat ini.
2. Peneliti selanjutnya dapat melakukan perbandingan dengan situs *website* yang bergerak di bidang yang sama, hal ini dapat membuat suatu *website* terlihat kelebihan dan kekurangannya dengan para pesaing.

### Daftar Pustaka :

- [1] Hidayat, Wicak. (2014). Pengguna Internet Indonesia Nomor Enam Dunia. [https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enam-dunia/0/sorotan_media) [27/10/2016]
- [2] <http://www.indonesiainvestments.com/id/bisnis/industrisektor/pariwisata/item6051> [20/9/2016]
- [3] <http://bali.bisnis.com/read/20150723/16/53205/jumlah-kunjungan-wisatawan-ke-luar-negeri-lebih-besar> [20/09/2016]
- [4] <https://www.similarweb.com/website/traveloka.com> [20/09/2016]
- [5] Barnes, S.J and Vidgen, R.T. (2005) *Data Triangulation in Action: Using Comment Analysis to Refine Web Quality Metrics*. Journal of European Conference on Information Systems.
- [6] Anderson., Mary Ann., Edward J., dan Parker, Geoffrey. (2013). *Operation Management for dummies*. New Jersey: John Willey & Sons, Inc.
- [7] Heizer dan Render. (2015). *MANAJEMEN OPERASI : Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan* (11 ed). Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- [8] Barnes, S.J and Vidgen, R.T. (2005) *Data Triangulation in Action: Using Comment Analysis to Refine Web Quality Metrics*. Journal of European Conference on Information Systems.
- [9] Kotler, P. dan Keller K.L. (2009). *Marketing Management* (13th Edition ed.).New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Telkom  
University