

PENGUKURAN KEPUASAAN PENGGUNA WEBSITE VIU.COM DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN WEBQUAL 4.0 DAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Michkael Feb
Retno Setyorini
michkaelfeb@gmail.com

UNIVERSITAS TELKOM

Abstract,

At the moment the website into one container business to sell products or services online, using website the company's target market will be more extensive. One company that follow the trend is Viu.com. Viu.com ventures streaming video service providers of entertainment Films and TV Series. This study aims to determine the level of customer satisfaction viu.com website by analyzing the gaps (gap) between the performance (perception) and interests (expectations). This research is quantitative descriptive by using WebQual 4.0 as dimensional approach usability, information quality, and service interaction. Data were analyzed using Importance-Performance Analysis. Respondents who studied amounted to 100 people by using purposive sampling technique. Research results are obtained as a whole there is a gap which is negative (-0.45). The greatest gap value is present on the dimension of the service interaction of (-0.62). From these results, it can be drawn the conclusion that the level of a quality perceived website cannot meet the level of quality expected by the user. There are also the attributes or indicators that became the focus of the improvements the company i.e. the appearance of the website, security of the personal data of the user, and the service received as promised.

Keywords: Quality website, Webqual 4.0, Importance Performance Analysis, viu.com

Abstrak,

Pada saat ini website menjadi salah satu wadah bisnis untuk menjual produk atau jasa secara online, dengan menggunakan website maka target pasar perusahaan akan semakin luas. Salah satu perusahaan yang mengikuti tren tersebut yaitu Viu.com. Viu.com merupakan perusahaan penyedia layanan *video streaming* hiburan Film dan Serial TV. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kualitas website Viu.com yang dinilai dari kualitas aktual yang dirasakan dan tingkat ideal yang diinginkan pengguna viu. Penelitian ini merupakan kuantitatif deskriptif dengan menggunakan Webqual 4.0 sebagai pendekatan dimensi *usability, information quality, dan service interaction* yang dinilai berdasarkan persepsi kinerja (*performance*) dan kepentingan

(importance). Responden yang diteliti berjumlah 100 orang dengan menggunakan teknik *sampling purposive*. Hasil penelitian yang didapatkan secara keseluruhan terdapat gap yang bernilai negatif sebesar (-0,45). Nilai gap paling besar terdapat pada dimensi *service interaction* sebesar (-0,62). Dari hasil tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa tingkat kualitas website yang dirasakan belum bisa memenuhi tingkat kualitas yang diharapkan oleh pengguna. Terdapat juga atribut atau indikator yang menjadi fokus perbaikan perusahaan yaitu tampilan website, keamanan data pribadi pengguna, dan *service* yang diterima sesuai dengan yang dijanjikan.

Kata Kunci: Kualitas website, webqual 4.0, *Importance Performance Analysis*, viu.com

Perkembangan teknologi informasi saat ini terus meningkat khususnya pada bidang internet. Internet sudah menjadi kebutuhan primer manusia untuk melakukan berbagai aktivitas komunikasi, pencarian informasi, pencarian hiburan dan lain-lain. Hasil survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017 merilis bahwa 143,26 juta jiwa dari 262 juta jiwa telah menggunakan internet. Selain itu APJII juga merilis tentang pemanfaatan internet bidang gaya hidup, hasil yang didapatkan yaitu aktivitas sosial media sebesar 87,13%, mendownload musik sebesar 71,10%, mendownload/menonton film sebesar 70,23%, dan membaca berita

entertainment sebesar 58,01%. Dengan hasil survei tersebut, Perkembangan internet tentunya mempunyai peran yang sangat besar terhadap pertumbuhan industri hiburan digital saat ini.

Indonesia terdapat beberapa perusahaan penyedia layanan hiburan *streaming video online* seperti Viu.com yang menjadi studi kasus pada penelitian ini, Iflix.com, Hooq.tv, Genflix.co.id dan lain-lain. Adanya perusahaan hiburan tersebut mestinya berpengaruh terhadap berkurangnya minat beli kaset Digital Video Disc atau sering disebut kaset DVD. Viu.com merupakan salah satu perusahaan penyedia layanan streaming video online yang menyediakan berbagai macam konten hiburan seperti Film

dan Serial TV secara berlangganan. Menurut situs alexa.com, menunjukkan bahwa website Viu.com merupakan situs streaming video populer di Indonesia dan yang paling sering dikunjungi.

Penelitian Hasanov dan Khalid (2015), persepsi pelanggan terhadap kualitas sebuah website dapat dilihat dari fitur-fitur yang menarik dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Kepuasan konsumen sangat bergantung pada kinerja yang diberikan dalam pemenuhan harapan karena perasaan senang dan kecewa pengguna berasal dari perbandingan antara kualitas ideal dan aktual atas suatu produk (Rianto:67-68).

Rahman (2016) dengan menggunakan dimensi kualitas website untuk menganalisis kepuasaan pengunjung website openlibrary Universitas Telkom. Hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa tingkat kinerja yang diberikan oleh website *openlibrary* Universitas Telkom masih belum bisa memenuhi tingkat harapan pengguna sehingga masih butuh perbaikan pada atribut

webqual. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Shia, dkk (2016) mengukur kepuasan pengguna website Aliexpress yang berdasarkan persepsi dan harapan pengguna. Hasil penelitian yang didapat menunjukkan bahwa website Aliexpress belum dapat memenuhi harapan pengguna, terutama yang berkaitan dengan informasi dan *service* yang diberikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasaan pelanggan website viu.com dengan cara menganalisis kesenjangan (gap) antara kinerja (persepsi) dan kepentingan (harapan) dengan menggunakan dimensi Webqual 4.0 yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction*. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mengukur persepsi tingkat kualitas aktual yang dirasakan dan tingkat kualitas ideal yang diinginkan oleh pengguna. Metode ini juga dapat menunjukkan hal-hal apa saja yang perlu diperbaiki dan dipertahankan sehingga akhirnya dapat diberikan usulan atau rekomendasi bagi perusahaan.

E-Business

Menurut Marakas dan O'Brien (2017:12) mendefenisikan bisnis elektronik (*e-business*) sebagai pengguna teknologi internet untuk menjalankan dan memperkuat proses bisnis, perdagangan elektronik, dan kolaborasi di dalam perusahaan (dengan pelanggan, pemasok, dan pemangku kepentingan lainnya). Bisnis elektronik secara umum dapat dianggap sebagai pertukaran nilai secara online. Cakupan bisnis elektronik adalah semua pertukaran informasi, uang, sumber daya, dan layanan secara online. Jadi, *e-business* adalah aktivitas pengguna internet dan teknologi digital untuk menjalankan proses bisnis dalam perusahaan.

Internet

Menurut Loudon dan Loudon (2015: 22) internet merupakan jaringan dari jaringan global menggunakan standar universal untuk menghubungkan jutaan jaringan berbeda dengan jumlah pengguna mendekati 2,3 miliar di lebih dari 230 negara di dunia. Teknologi jaringan internal perusahaan yang menggunakan jaringan internet dinamakan intranet

(*intranets*). Intranet yang diperluas guna memberikan wewenang kepada pengguna diluar organisasi dinamakan ekstranet (*ekstranets*) dan perusahaan menggunakan teknologi semacam ini untuk mengoordinasikan kegiatan mereka dengan perusahaan lain untuk melakukan pembelian, kerja sama perancangan, serta pekerjaan lintas organisasi.

Website

Menurut Laudon dan Laudon (2015:22) website merupakan layanan yang disediakan oleh internet, yang menggunakan standar yang telah diterima secara internasional untuk menyimpan, mengakses ulang, mengatur format, serta menampilkan informasi yang terdapat pada internet. Website berisi teks, grafis, animasi, suara dan video yang saling berhubungan dengan halaman yang lainnya.

Menurut hermawan (2008:5) dikutip oleh Maslan (2014), secara umum website mempunyai fungsi sebagai berikut :

1. Fungsi Komunikasi

Website yang mempunyai fungsi komunikasi pada umumnya

adalah situs website dinamis. Karena dibuat menggunakan pemrograman web maka dilengkapi fasilitas yang diberikan fungsi-fungsi komunikasi, seperti *website main, form contact, chatting, forum* dan lainnya.

2. Fungsi Informasi

Situs website memiliki fungsi informasi pada umumnya lebih menekankan pada kualitas kontenya karena tujuan situs tersebut adalah menyampaikan isinya. Situs ini sebaiknya berisi dan grafik yang dapat didownload dengan cepat. Pembatasan pengguna animasi gambar dan elemen-elemen bergerak seperti *shockwave* dan *java* diyakini sebagai langkah yang tepat diganti dengan fasilitas yang memberikan fungsi informasi seperti *news, profile company, library, reference* dan lain-lain.

3. Fungsi *entertainment*

Situs web juga dapat memiliki fungsi *entertainment*. Bila situs web berfungsi sebagai hiburan maka pengguna animasi gambar dan elemen bergerak dapat meningkatkan mutu presentasi desainnya, meski harus tetap memperhatikan kecepatan downloadnya. Beberapa

fasilitas yang memberikan fungsi hiburan adalah *game online, film, online music*, dan sebagainnya.

4. Fungsi Transaksi

Situs website dijadikan sarana transaksi bisnis, baik barang, jasa, atau lainnya. Situs web ini menghubungkan perusahaan, konsumen, dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik hingga metode pembayaran bisa menggunakan kartu kredit, transfer, atau dengan membayar secara langsung dapat dilakukan dengan mudah dan cepat.

Webqual 4.0

Website quality merupakan salah satu metode pengukuran kualitas website yang berdasarkan persepsi pengguna akhir. Oleh karena itu, *website quality* sangat cocok untuk mengukur kualitas dari sebuah website (Puspitasari, 2016).

Menurut Barnes dan Vidgen (2003) dalam Shia, dkk (2016), mengungkapkan bahwa Webqual adalah metode pengukuran website yang berdasarkan konsep *Quality Function Deployment* (QFD). Menurut Barnes & Vidgen (2003) dalam penelitian Sastika (2015)

Webqual 4.0 disusun berdasarkan tiga dimensi utama yaitu:

1. *Usability*, meliputi kemudahan dalam penelusuran, kemudahan untuk dimengerti, kemudahan untuk dioperasikan, tampilan website yang menarik, menciptakan pengalaman yang positif dan memiliki kompetensi.
2. *Service Interaction*, meliputi memberikan rasa aman ketika bertransaksi, kemudahan komunikasi, keamanan dalam data pribadi, memberikan ruang untuk komunitas, mempunyai reputasi yang baik, dan memberikan service yang sesuai dengan yang dijanjikan.
3. *Information Quality*, yang meliputi informasi yang selalu diperbarui, informasi yang tepat, informasi yang mudah dipahami, informasi yang relevan, informasi yang terpercaya, dan informasi yang disajikan dalam format yang sesuai.

Importance Performance Analysis

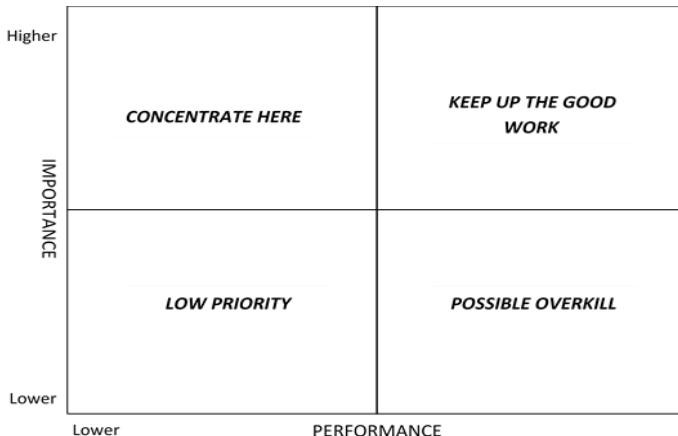
Importance Performance Analysis (IPA) pertama kali diperkenalkan oleh Martilla dan

James (1997) dengan tujuan untuk mengukur hubungan antara persepsi konsumen dan prioritas peningkatan kualitas produk/jasa yang dikenal sebagai *quadrant analysis*. Metode IPA telah diterima secara umum dan dipergunakan pada berbagai bidang kajian karena kemudahan untuk diterapkan dan ditampilkan hasil analisis yang memudahkan usulan perbaikan kinerja (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015: 240).

Menurut Huang, dkk, (2015) mengungkapkan *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah sebuah teknik sederhana dan mudah digunakan untuk mengidentifikasi atribut suatu produk atau layanan yang paling membutuhkan perbaikan atau atribut lainnya untuk kondisi penghematan biaya tanpa kerugian yang signifikan terhadap kualitas keseluruhan. IPA mempunyai fungsi untuk menampilkan informasi dalam bentuk diagram kartesius yang berkaitan indikator-indikator kualitas yang menurut pengguna dapat mempengaruhi loyalitas dan kepuasaan (Napitupulu, 2016).

Hasil matriks *importance performance* yang dipetakan

kedalam empat kuadran sebagimana ditunjukan dalam gambar 1 dibawah



Gambar 1 IPA Framework
Sumber: Wong, Hideki, dan George (2011)

Keterangan :

Kuadran I: *Concentrate Here*, atribut yang berada di area ini adalah atribut dengan prioritas tinggi untuk menjadi fokus perbaikan

Kuadran II: *Keep Up the Good Work*, atribut yang berada di area ini adalah atribut yang berhasil dilaksanakan perusahaan. Sudah sesuai dengan harapan dan dipertahankan.

Kuadran III: *Low Priority*, atribut yang berada di area ini adalah atribut yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Kuadran V: *Possible Overkill*, atribut yang berada di daerah ini adalah atribut yang terlalu berlebihan dan dianggap kurang penting oleh pengguna sehingga harus dikelola

ini:

lagi agar tidak menguras sumber daya yang terlalu banyak.

METODE

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengklarifikasi suatu fenomena yang sedang terjadi dengan menerangkan sejumlah variabel yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti (Barus, dkk 2018). Sedangkan menurut Sekaran dan Bougie (2017: 110) penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk menjelaskan karakteristik dari variabel yang menarik dari orang,

kejadian, atau situasi. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas website dengan tiga dimensi yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction*.

Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat Kota Bandung. Teknik sampling yang digunakan penelitian ini adalah *Non-probability Sampling*. Kriteria sampel yang ditetapkan yaitu bertempat tinggal di Kota Bandung, sudah pernah melakukan pembelian paket premium Viu, dan sudah pernah mengakses layanan streaming online di website Viu.com Penentuan jumlah sample digunakan rumus Bornoulli sehingga didapatkan sampel 100 orang.

Teknik analisis yang digunakan dengan *Importance Performance Analysis* dan diagram kartesius menggunakan *software SPSS* 22. Sebelum dilakukan penyebaran kuisioner ke 100

responden, peneliti melakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Hasil uji validitas dinyatakan *valid* karena hasil semua item indikator pada tabel r-hitung > r-tabel 0,361. Begitu juga dengan uji reliabilitas dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,7.

Tabel 1. Variabel Operasional

Item	Dimensi	Indikator
1	<i>Usability</i>	Kemudahan untuk dipelajari dan dioperasikan
2		Interaksi dengan pengguna jelas dan mudah
3		Kemudahan bernavigasi
4		Website mudah digunakan
5		Memiliki tampilan yang menarik
6		<i>Design</i> cocok sebagai website streaming film

7		<i>Design cocok sebagai website streaming serial tv</i>
8		Website mengandung kompetensi
9		Menciptakan pengalaman yang positif
10	<i>Information Quality</i>	Informasi yang akurat
11		Informasi terpercaya
12		Informasi yang <i>up to date</i>
13		Informasi yang relevan
14		Informasi yang mudah dimengerti
15		Informasi yang detail
16		Informasi dalam format yang sesuai
17		Website memiliki reputasi baik
18	<i>Service Interaction</i>	Keamanan melakukan transaksi
19		Keamanan data pribadi di website
20		Menciptakan rasa personalisasi
21		Memberikan ruang untuk komunitas
22		Kemudahan berkomunikasi dengan perusahaan
23		Service yang diterima sama dengan yang dijanjikan

Sumber : Barnes dan Vidgen (2003) dalam Sastika (2016)

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Hasil penelitian berdasarkan karakteristik responden yang telah didapat yaitu berdasarkan jenis kelamin didapatkan Laki-laki 34% dan Perempuan 66%. Berdasarkan karakteristik usia didapatkan usia 15-20 tahun sebesar 22%, usia 21-25 tahun sebesar 32%, usia 26-30 tahun sebesar 30%, dan yang terakhir usia diatas 31 tahun sebesar 16%. Karakteristik berdasarkan jenis pekerjaan, pelajar/mahasiswa sebesar 41%, Pegawai swasta sebesar 31%,

wiraswasta 15% dan pegawai negeri sebesar 13%.

Analisis Kesenjangan (gap)

Untuk menentukan nilai kesenjangan, maka dapat dilihat dari selisih antara nilai kualitas aktual (*performance*) dan kualitas ideal (*importance*) dengan menggunakan rumus menurut Wijaya (2018:84) sebagai berikut :

$$Q_i = P_i - I_i$$

Keterangan :

Qi = Tingkat Kualitas

Pi = Nilai Kualitas Aktual (*performance*)

Ii = Nilai Kualitas Ideal (*importance*)

Tingkat kualitas yang dinyatakan baik jika hasil yang didapatkan positif atau $Qi \geq 0$, maka nilai kualitas aktual telah memenuhi kualitas ideal yang diharapkan pengguna. Begitu juga dengan sebaliknya, apabila hasil yang didapatkan $Qi < 0$, maka nilai tingkat

kualitas dinyatakan buruk atau belum memenuhi kualitas ideal.

Penjelasan mengenai kesenjangan (gap) diuraikan dalam masing-masing dimensi yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction*. Berikut ini tabel 2 yang menunjukkan perhitungan kesenjangan dalam dimensi *usability*.

Tabel 2. Nilai Kesenjangan Dimensi Usability

No	Indikator	Performance (P)	Importance (I)	Q (P-I)
1	Mudah dipelajari dan dioperasikan	4,23	4,55	-0,32
2	Interaksi dengan pengguna jelas	4,24	4,52	-0,28
3	Mudah melakukan navigasi	4,06	4,5	-0,44
4	Mudah digunakan	4,26	4,52	-0,26
5	Tampilan menarik	3,67	4,47	-0,8
6	Design cocok/sesuai sebagai website streaming film	3,88	4,42	-0,54
7	Design cocok/sesuai sebagai website streaming serial TV	3,83	4,43	-0,6
8	Mengandung Kompetensi	4,2	4,54	-0,34
9	Menciptakan pengalaman positif	4,23	4,5	-0,27
Rata-rata		4,06	4,49	-0,42

Sumber : Data diolah Peneliti, 2018

Tabel 2 menunjukkan nilai selisih rata-rata sebesar (-0,42). Indikator yang memiliki nilai gap terbesar yaitu indikator nomer lima “website viu.com memiliki tampilan yang menarik” dengan nilai selisih sebesar (-0,8). Sedangkan indikator yang memiliki nilai gap terendah yaitu indikator nomer delapan

“menciptakan pengalaman yang positif” dengan nilai selisih sebesar (-0,27). Oleh karena itu, karena semua nilai kesenjangan dimensi *usability* bernilai negatif, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas dimensi *usability* dinyatakan buruk dan belum bisa memenuhi kualitas ideal pengguna.

Tabel 3. Nilai Kesenjangan Dimensi *Information Quality*

	Indikator	Performance (P)	Importance (I)	Q (P-I)
10	Website menyediakan Informasi akurat	4,19	4,43	-0,24
11	Informasi dapat dipercaya	4,18	4,45	-0,27
12	Memberikan Informasi yang <i>up to date</i>	3,43	4,44	-1,01
13	Informasi yang relevan	4,25	4,44	-0,19
14	Informasi mudah dimengerti	4,27	4,5	-0,23
15	Informasi detail	4,21	4,42	-0,21
16	Menyajikan Informasi dalam format yang sesuai	4,22	4,42	-0,2
17	Memiliki reputasi yang baik	4,28	4,52	-0,24
Rata-rata		4,12	4,45	-0,32

Sumber : Data Diolah Penulis, 2018

Tabel 3 menunjukkan nilai selisih semua indikator pada *information quality* rata-rata sebesar (-0,32). Indikator yang memiliki nilai gap terbesar yaitu indikator ke 12 "Memberikan Informasi yang *up to date*" dengan nilai selisih sebesar (-1,01). Sedangkan indikator yang memiliki nilai gap terendah yaitu indikator ke 13 "Informasi yang relevan" dengan nilai selisih sebesar (-0,19). Oleh karena itu, karena semua nilai kesenjangan pada dimensi *information quality* bernilai negatif, maka dapat disimpulkan

bahwa tingkat kualitas dimensi *Information Quality* dinyatakan buruk dan belum bisa memenuhi kualitas ideal pengguna.

Tabel 4. Nilai Kesenjangan Dimensi *Service Interaction*

	Indikator	Performance (P)	Importance (I)	Q (P-I)
18	Pengguna merasa aman melakukan transaksi	3,78	4,44	-0,66

19	Pengguna merasa aman dengan data pribadi	3,69	4,48	-0,79
20	Menciptakan rasa personalisasi	4,03	4,44	-0,41
21	Memberikan ruang untuk komunitas	3,81	4,26	-0,45
22	Mudah berkomunikasi dengan perusahaan	3,61	4,38	-0,77
23	<i>Service</i> yang diterima sama dengan yang dijanjikan	3,81	4,49	-0,68
Rata-rata		3,78	4,41	-0,62

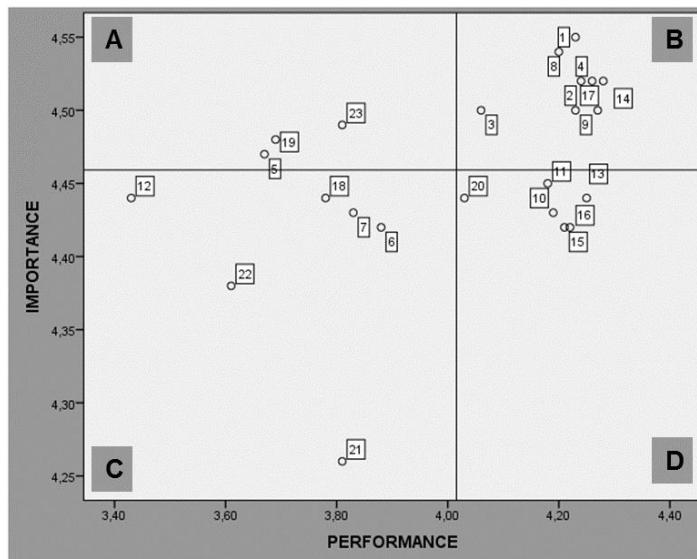
Sumber : Data Diolah Penulis, 2018

Tabel 4 menunjukkan nilai selisih rata-rata sebesar (-0,62). Indikator yang memiliki nilai gap terbesar yaitu indikator ke 19 "pengguna merasa aman dengan data pribadi" dengan nilai selisih sebesar (-0,79). Oleh karena itu, karena semua nilai kesenjangan pada dimensi *service interaction* bernilai negatif, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kualitas dinyatakan buruk dan belum bisa memenuhi kualitas ideal pengguna.

Importance Performance Analysis

Selanjutnya dilakukan Analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) yang bertujuan untuk melihat indikator mana saja yang harus diperbaiki dan yang harus dipertahankan. Hasil matriks *importance* dan *performance* yang dipetakan kedalam empat kuadran.

Berikut hasil penelitian diagram kartesius pada gambar 1.



Gambar 2Diagram Kartesius
Sumber : Hasil Pengolahan Peneliti, 2018

Berdasarkan hasil diagram IPA, atribut yang berada pada kuadran A merupakan atribut-atribut yang harus segera diperbaiki oleh perusahaan yaitu atribut nomer 5,19, dan 23. Atribut yang berada pada kuadran B harus dipertahankan karena sudah sesuai dengan harapan pengguna, yaitu atribut nomer 1, 2, 3, 4, 8, 9, 14, dan 14. Atribut yang berada pada kuadran C menunjukkan bahwa atribut yang berada pada kuadran ini dinilai biasa saja atau kurang penting karena kinerja *performance* dan *importance* sama rendah, yaitu atribut nomer 6, 7, 12, 18, 21 dan 22. Terakhir kuadran D, kuadran ini menunjukkan bahwa

atribut yang berada di kuadran ini dianggap berlebihan karena tingkat performance yang tinggi sedangkan tingkat importance yang rendah. Adapun atribut yang berada pada kuadran ini yaitu nomer 10, 11, 13, 15, 16, dan 20.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kualitas website viu.com pada aspek penilaian kesenjangan dari ketiga dimensi *usability*, *information quality*, dan *service interaction* secara keseluruhan bernilai negatif sebesar (-0,45). Dimensi *usability* memiliki nilai selisih sebesar (-0,42), dimensi

information quality memiliki nilai selisih sebesar (-0,32), dan dimensi *service interaction* mendapatkan nilai gap paling besar sebesar (-0,62). Menurut Wijaya (2018:84) tingkat kualitas yang dinyatakan baik jika hasil nilai kesenjangan bernilai positif. Oleh sebab itu, karena ketiga dimensi mendapatkan nilai negatif yang berarti kualitas aktual yang dirasakan saat ini belum bisa memenuhi kualitas ideal yang diinginkan pengguna website streaming Viu.com, maka pengguna yang diteliti merasa belum puas dengan kualitas website yang diberikan oleh viu.com.

Dimensi *usability*, indikator yang memiliki nilai gap terbesar adalah item pernyataan kelima “website viu.com memiliki tampilan yang menarik” dengan nilai gap sebesar (-0,8). Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna merasa tampilan website streaming video kurang menarik. Hal ini bisa terjadi karena tampilan website viu hanya mempunyai *background* warna hitam polos dengan *font* berwarna putih.

Dimensi *Information Quality*, indikator yang memiliki nilai gap

terbesar adalah item pernyataan ke-12 “Website viu.com memberikan informasi yang “*up to date*” dengan nilai gap sebesar (-1,01). Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna merasa website viu.com belum bisa memberikan informasi yang *up to date*. Hal ini bisa terjadi karena layanan serial tv sering mengalami keterlambatan update episode drama terbaru, begitu juga untuk update film terbaru terbilang cukup lama jika dibandingkan dengan serial drama.

Dimensi *Service Interaction*, indikator yang memiliki nilai gap terbesar adalah item pernyataan ke-19 “pengguna merasa aman dengan data pribadi” dengan nilai gap sebesar (-0,79”). Maka dapat disimpulkan bahwa pengguna masih merasa bahwa data pribadi yang tersimpan di website viu.com dianggap tidak aman oleh pengguna. Hal tersebut sesuai dengan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017, sebanyak 83,93% pengguna internet sadar mengenai aksi penipuan di dunia maya dan 65,98 %

dari pengguna internet juga sangat menjaga keamanan data pribadinya.

Hasil analisis IPA, pada kuadran A terdapat atribut yang harus segera diperbaiki karena tingkat kinerja yang didapatkan lebih rendah dari tingkat kepentingan. Oleh sebab itu perlu mendapatkan prioritas utama untuk ditangani terlebih dahulu agar dapat memuaskan pengguna yaitu pada indikator tampilan yang menarik, keamanan data pribadi dan *service* yang diterima/dijanjikan.

Atribut yang terdapat pada kuadran B harus bisa dipertahankan karena kualitas yang diterima sudah sesuai dengan harapan pengguna, atribut tersebut yaitu kemudahan untuk dipelajari dan dioperasikan, interaksi jelas dan mudah, mudah untuk bernavigasi, website mudah untuk digunakan, website mengandung kompetensi, menciptakan pengalaman positif, informasi yang mudah dimengerti, dan website memiliki reputasi yang baik. Kuadran C, indikator yang berada dikuadran ini dinilai biasa saja atau tidak terlalu istimewa karena kualitas yang diharapkan

rendah dan kualitas yang diterima juga rendah. Perbaikan yang terdapat dikuadran ini perlu dipertimbangkan kembali untuk mencegah atribut bergeser ke kuadran A. Terakhir adalah kuadran D, atribut yang terdapat dalam kuadran ini dinilai dianggap berlebihan karena memiliki tingkat *importance* yang rendah akan tetapi memiliki *performance* yang baik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian dan pembahasan pada website viu.com dari 100 responden yang diteliti, maka dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Tingkat kepuasaan pengguna website viu.com dilihat dari gap pada dimensi *usability*, *information quality*, dan *service interaction* yang telah didapatkan bernilai negatif maka kualitas aktual yang dirasakan belum bisa memenuhi kualitas ideal yang diharapkan pengguna, yang berarti pengguna masih belum puas terkait dengan kualitas yang diberikan viu.com. Hal tersebut, dapat dilihat indikator yang

- mempunyai gap tertinggi pada dimensi *usability* yaitu “tampilan website yang menarik”. Pada dimensi *information quality*, terdapat gap terbesar yaitu website memberikan informasi yang *up to date*. Dimensi *service interaction* terdapat gap terbesar yaitu pada indikator “pengguna merasa aman dengan data pribadi pengguna”
2. Dari hasil diagram IPA, maka didapatkan indikator-indikator yang harus segera diperbaiki oleh perusahaan pada kuadran A karena didapatkan tingkat kinerja yang rendah sedangkan tingkat kepentingan tinggi. Indikator yang berada pada kuadran tersebut yaitu : tampilan website, keamanan data pribadi pengguna, *service* yang diterima sesuai dengan yang dijanjikan. Sedangkan atribut yang berada pada kuadran B harus dipertahankan karena sudah sesuai dengan harapan pengguna. Atribut yang berada pada kuadran ini yaitu: kemudahan dipelajari dan dioperasikan, interaksi jelas dan mudah, kemudahan bennavigasi, website mudah digunakan, website mengandung kompetensi, menciptakan pengalaman yang positif, informasi yang mudah dimengerti, dan website memiliki reputasi yang baik

Saran

- Rekomendasi yang diberikan mengacu pada hasil kuadran A yang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi namun kinerja yang rendah, sebagai berikut:
1. Tampilan website yang dapat diperbaiki dengan cara mengkombinasikan warna selain warna hitam dan putih, atau ditambahkan warna kuning karena warna tersebut sangat identik dengan logo viu sehingga pengguna merasa tidak bosan ketika mengakses dan mempunyai kesan yang baik bagi pengguna website viu.com.
 2. Atribut keamanan data pribadi pengguna, dapat diperbaiki dengan cara memperkuat sistem keamanan transaksi dengan menggunakan teknologi SSL (*Secure Socket Layer*) atau TLS

- (*Transport Layer Security*) yang paling canggih guna menghindari kebocoran data pribadi pengguna.
3. Atribut terakhir pada kuadran A yaitu *service* yang diterima sama dengan yang dijanjikan dapat diperbaiki dengan cara memberikan konten film atau serial drama yang terus di *update* agar pelanggan tidak merasa kecewa.
 4. Saran dari penitian ini adalah agar penelitian selanjutnya digunakan pendekatan selain webqual 4.0 untuk mengukur kualitas website seperti *Scanmic Model* untuk lebih memperkuat hasil temuan yang telah didapatkan pada penelitian ini.
- Menggunakan Metode Webqual dan Importance Performance Anaylsis. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 1483-1491.
- Hasanov, J., & Khalid, H. (2015). The Impact of Website Quality on Online Purchase Intention of Organic Food in Malaysia. *The Third Information Systems International Conference*, 382-389.
- Huang, Y., Shang, W., Fan, Tsai, M., & Ho, Y. (2015). Using Importance-Performance Analysis in Evaluating. *Journal of Economics, Business, and Management*, 338 - 345.
- Laudon, K. C., & Laudon, J. P. (2015). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Marakas, G. M., & O'Brien, J. A. (2017). *Pengantar Sistem Informasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maslan, A. (2011). Pengukuran Kualitas Layanan Website Pemerintahan Kota Batam Menggunakan Metode WEBQUAL 4.0. *Jurnal Teknik Informatika*.

DAFTAR PUSTAKA

- Baiin, J. T. (2016). Pengaruh Kualitas Website Pada Perceived Trust dan Niat Beli Ulang : Pengujian Efek Moderasi Variabel Website Brand dan Persepsi Nilai. *e-jurnal Manajemen*.
- Barus, E. E., Suprapto, & Herlambang, A. (2018). Analisis Kualitas Website Tribunnews.com

- Napitupulu, D. B. (2016). Evaluasi Kualitas Website Universitas XYZ dengan Pendekatan Webqual. *Buletin Pos dan Telekomunikasi*, 51-64 Vol.14 No.1.
- Puspitasari, D. N. (2016). *Analisis Kualitas Openlibrary Menurut Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Komunikasi dan Bisnis Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis*. Skripsi Universitas Telkom.
- Rahman, M. (2016). *Analisis Kepuasaan Pengunjung Openlibrary Universitas Telkom Menggunakan Dimensi Kualitas Website*. Skripsi Prodi S1 Administrasi Bisnis, Universitas Telkom.
- Rianto, M. (2010). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Sastika, W. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website (WEBQUAL 4.0) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Website E-Commerce Traveloka. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Yogyakarta: SENTIKA 2016.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi Keenam*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sever, I. (2014). Importance Performance Analysis : A Valid Management Tools. *Tourism Management*, 43-53.
- Shia, B., Chen, M., Ramdansyah, A., & Wang, S. (2016). Measuring Customer Satisfaction Toward Localization Website by Webqual and Importance Performance Analysis (Case Study on Aliexpress Site in Indonesia). *American Journal of Industrial and Business Management*, 117-128.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Bandung: PT Indeks.
- Wong, M. S. (2011). The Use of Importance-Performance Analysis (IPA) in Evaluating Japan's E-Government Services. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, ISSN 0718-1876.
- www.apjii.or.id (diakses pada tanggal 7 September 2018)