

PENGUKURAN KUALITAS LAYANAN BUKALAPAK.COM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN METODE WEBQUAL 4.0

Fatur Ilham Farlevi*

Program Studi Sistem informasi Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia
faturilham16@gmail.com

Tata Sutabri

Program Studi Sistem informasi Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Bina Darma, Palembang, Indonesia
initata.sutabri@binadarma.ac.id

ABSTRACT

This study demonstrates the importance of a high-quality website in e-commerce, as consumers interact with companies through the website. Bukalapak.com is an example of an online buying and selling service provider that has successfully achieved customer satisfaction based on the Webqual 4.0 method, which consists of usability, quality of information, and quality of interaction variables. This research also provides insights into the factors that contribute to customer satisfaction in e-commerce, thereby helping companies that provide online buying and selling services to improve their website quality and enhance customer satisfaction.

Keywords: Website Quality, Webqual 4.0, SPSS, Multiple Linear Regression

ABSTRAK

Penelitian ini menunjukkan bahwa sebuah website yang berkualitas sangat penting dalam e-commerce, karena konsumen berinteraksi dengan perusahaan melalui website tersebut. Bukalapak.com merupakan contoh penyedia layanan jual beli online yang berhasil memperoleh kepuasan konsumen berdasarkan metode Webqual 4.0 yang terdiri dari variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi. Penelitian ini juga memberikan wawasan tentang faktor-faktor yang berkontribusi terhadap kepuasan konsumen dalam e-commerce, sehingga dapat membantu perusahaan yang menyediakan layanan jual beli online untuk meningkatkan kualitas website mereka dan meningkatkan kepuasan konsumen. terjemahkan kedalam bahasa inggris

Kata Kunci: Kualitas Website, Webqual 4.0, SPSS, Regresi Linier Berganda.

PENDAHULUAN

Saat ini, bisnis online semakin berkembang menandakan bahwa teknologi informasi semakin dimanfaatkan. E-commerce menjadi jalur pemasaran yang populer dan banyak digunakan oleh pelaku bisnis. Salah satu faktor pendukung e-commerce adalah website yang berkualitas. Bukalapak.com merupakan contoh website e-commerce yang berhasil memperoleh kepercayaan konsumen dengan jaminan 100% uang kembali dan slogannya "mudah dan terpercaya". Namun, kepercayaan konsumen dalam melakukan online shopping masih menjadi kendala. Kualitas website e-commerce menjadi faktor penting dalam menarik pelanggan. Konsumen pada e-commerce berinteraksi dengan perusahaan melalui website dan kualitas website dapat diukur dengan standar WebQual 4.0 yang terdiri dari variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi. Perilaku konsumen pada e-

commerce berbeda dengan perilaku konsumen tradisional, karena adanya ketidakpastian dan resiko. Oleh karena itu, pengukuran kualitas website melalui survei dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan kualitas website sesuai dengan persepsi pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap kualitas layanan pada website bukalapak.com dan hubungan antara tingkat kepuasan konsumen dengan usability, information quality, dan interaction quality.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer dengan penyebaran kuesioner sebagai penilaian terhadap kualitas website. Berdasarkan pemodelan Website Quality (WebQual) 4.0, terdapat tiga dimensi kualitas website yang selanjutnya akan dipakai sebagai variabel bebas (independent). Tiga dimensi kualitas website menggunakan metode webqual 4.0, yaitu:

1. Usability (kualitas penggunaan) (X1)
2. Information quality (kualitas informasi) (X2)
3. Interaction quality (kualitas interaksi) (X3) Sementara kepuasan pengguna (Y) sebagai variabel terikat (dependen).

Tabel 1 Variabel Dalam Penelitian webqual 4.0.

Variabel	Keterangan
X1	Usability (Kemudahan Pengguna)
X2	Information Quality (Kualitas Informasi)
X3	Interaction Quality (Kualitas Interaksi)
Y	Kepuasan Konsumen

Sumber : Fauziah & Wulandari (2017)

Sebelum melakukan analisis data, peneliti akan menguji validitas dan reliabilitas kuesioner untuk memastikan keakuratan data yang dikumpulkan. Setelah itu, data akan dimasukkan ke dalam Ms. Excel dan diolah menggunakan software SPSS untuk menjawab rumusan masalah dan menguji hipotesis.

Teknik Uji Instrumen

Uji Validitas

Dalam menguji validitas suatu alat, kita dapat menggunakan rumus korelasi dan membandingkan nilai koefisien korelasi yang dihasilkan dengan nilai koefisien korelasi yang tercantum pada tabel corrected item total correlation. Jika nilai r hitung yang dihasilkan lebih besar dari nilai r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa alat tersebut valid. Untuk menguji signifikansi, kita dapat membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = n - 2, dengan alpha sebesar 0,05, dimana n adalah jumlah sampel.

Uji Reliabilitas

Ghozali (2013:47) menyatakan bahwa suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel apabila memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6.

Metode Pengumpulan Data, Populasi dan Sample Penelitian

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan tiga metode pengumpulan data yaitu observasi, penyebaran kuesioner, dan studi pustaka. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala likert.

Populasi dan Sample Penelitian

Penelitian ini menggunakan populasi pengguna atau konsumen yang menggunakan website bukalapak.com atau yang sudah pernah melakukan transaksi sebagai responden. Karena jumlah pengunjung website bukalapak sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan tepat, maka peneliti menggunakan teknik sampling incidental dimana sampel ditentukan berdasarkan kebetulan dengan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Tingkat kesalahan yang digunakan adalah 10%, sehingga diambil sampel sebanyak 34 responden untuk menganalisis kualitas layanan website bukalapak.com. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner adalah skala likert.

Metode Analisis Data

Uji Normalitas

Ghozali (2013:160) menjelaskan bahwa uji normalitas bertujuan untuk mengevaluasi apakah distribusi variabel pengganggu atau residual dalam model regresi adalah normal. Uji t dan uji f bergantung pada asumsi bahwa residual berdistribusi normal. Ada dua cara untuk mengecek apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan analisis grafik dan statistik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis grafik normal plot dan uji Kolmogorov Smirnov.

Uji heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2013:139), uji heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan variance dari residual pada setiap pengamatan dalam model regresi. Uji heterokedastisitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji glejser, yaitu dengan meregresi nilai absolute residual terhadap variabel independen.

Uji autokorelasi

Autokorelasi adalah korelasi antara observasi dalam suatu rangkaian data yang diurutkan menurut waktu atau tempat. Kehadiran autokorelasi dapat mempengaruhi validitas hasil analisis regresi. Oleh karena itu, salah satu cara untuk menguji keberadaan autokorelasi adalah dengan menggunakan uji Durbin Watson (DW test), seperti yang dikemukakan oleh Priyatno (2014:106) dan Ghozali (2013:166). Uji ini digunakan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan bebas dari autokorelasi.

Uji Multikolinearitas

Ghozali (2013:105) menjelaskan bahwa uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi antara variabel bebas (independen) pada model regresi. Model regresi yang baik harus bebas dari multikolinearitas, yang dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation factor (VIF). Tolerance < 0,10 atau VIF > 10 adalah nilai umum yang menunjukkan adanya multikolinearitas pada model regresi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah hasil dari pengujian yang telah dilakukan:

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas

Berikut ini adalah hasil analisis uji validitas alat ukur dari setiap variabel pertanyaan dilihat pada hasil nilai Corrected Item Total Corelation sebagai berikut:

Tabel 2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Usability (X1)

Variabel Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,816	0,349	Valid
X1.2	0,816	0,349	Valid
X1.3	0,508	0,349	Valid
X1.4	0,696	0,349	Valid
X1.5	0,492	0,349	Valid
X1.6	0,684	0,349	Valid
X1.7	0,544	0,349	Valid
X1.8	0,594	0,349	Valid

Sumber: Fauziah & Wulandari (2017)

Tabel 3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Information Quality (X2)

Variabel Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,677	0,349	Valid
X2.2	0,615	0,349	Valid
X2.3	0,725	0,349	Valid
X2.4	0,669	0,349	Valid
X2.5	0,603	0,349	Valid
X2.6	0,768	0,349	Valid
X2.7	0,750	0,349	Valid

Sumber: Fauziah & Wulandari (2017)

Tabel 4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Interaction Quality (X3)

Variabel Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,531	0,349	Valid
X3.2	0,610	0,349	Valid
X3.3	0,660	0,349	Valid
X3.4	0,861	0,349	Valid
X3.5	0,564	0,349	Valid

X3.6	0,763	0,349	Valid
X3.7	0,669	0,349	Valid

Sumber: Fauziah & Wulandari (2017)

Berdasarkan tabel 4 diatas tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap variabel pertanyaan memiliki nilai r hitung (nilai pada Corrected Item Total Corelation) lebih besar dari nilai r tabel (didapat dari nilai-nilai tabel r product moment) dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Tabel r menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 dan N (jumlah responden) = 34 responden. Dengan mencari r tabel menggunakan tabel r pada derajat bebasnya atau degree of freedom (df) menggunakan rumus korelasi Pearson $df = n - 2$, jadi $df = 34 - 2 = 32$, maka nilai r tabel untuk $df=32$ adalah 0,349. Maka didapat nilai r pada tabel product moment yaitu sebesar 0,349. Bahwa hasil dari perhitungan dan tabel diatas menunjukan bahwa setiap butir pertanyaan dapat dinyatakan valid, karena nilai r hitung lebih besar daripada r tabel.

Uji Reliabilitas

Untuk mengukur reabilitas suatu instrumen penelitian realiabel atau tidak, maka dilakukan analisis berdasarkan Alpha Cronbach. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 5 Hasil Pengujian Reliabilitas

Nama Instrumen	Variabel	Nilai Cronbach's	Nilai Kriteria	Keterangan
Usability	X1	0,875	0,6	Reliabel
Information Quality	X2	0,886	0,6	Reliabel
Interaction	X2	0,880	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen	Y	1,000	0,6	Reliabel

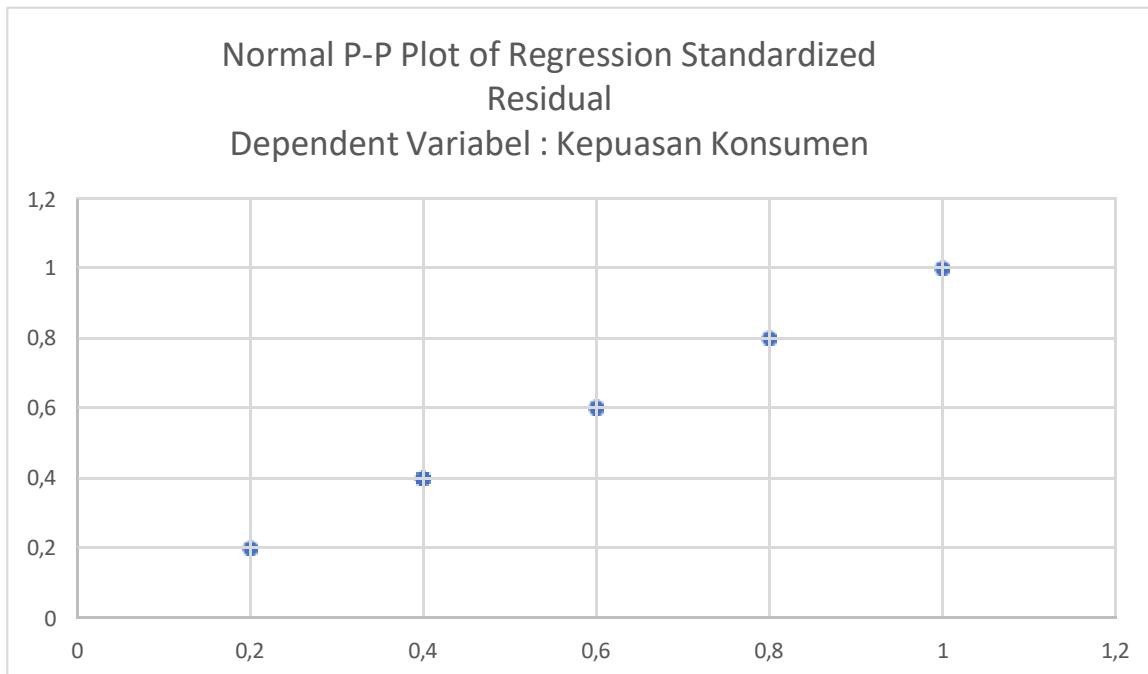
Sumber: Fauziah & Wulandari (2017)

Berdasarkan hasil analisis reliabilitas menggunakan teknik Cronbach Alpha, nilai reliabilitas dari masing-masing variabel yaitu usability (X1) sebesar 0,875, information quality (X2) sebesar 0,886, interaction quality (X3) sebesar 0,880, dan kepuasan konsumen (Y) sebesar 1,000. Dari nilai-nilai tersebut, dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian reliabilitas dinyatakan reliabel karena semua nilai reliabilitas melebihi 0,6, yang merupakan nilai ambang batas yang dapat diterima untuk digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Asumsi Klasik Regresi

Hasil Uji Normalitas

Dalam analisis data menggunakan SPSS, dilakukan perhitungan dengan menggunakan normal probability plot. Hal ini dilakukan untuk mendeteksi apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Maka diperoleh hasil sebagai berikut:



Observe Cum Prob

Sumber: Fauziah & Wulandari (2017)

Berdasarkan grafik normal probability plots, dapat dilihat bahwa titik-titik residual menyebar dan berhimpitan di sekitar diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa residual terdistribusi secara normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas terlihat dari titik-titik residual yang mengikuti dan mendekati garis diagonalnya.

Uji Statistik

Pengujian statistik normalitas residual dilakukan dengan cara uji Kolmogorov Smirnov adalah untuk medukung atau membuktikan hasil uji normalitas p-plot berdistribusi normal, maka hasil uji Kolmogorov Smirnov (KS) sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Kolmogorov Smirnov

Nilai Kolmogorov Smirnov	Nilai Signifikan	Nilai Alpha	Keterangan
0,836	0,446	0,05	Normal

Sumber: Fauziah & Wulandari (2017)

Berdasarkan hasil tabel uji normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov test, diperoleh nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,863 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,446 yang lebih besar dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal atau dengan kata lain, residual memiliki distribusi yang normal.

Hasil Uji Heterokedastisitas

Hasil perhitungan menggunakan SPSS, maka diperoleh hasil dari uji heterokedastisitas menggunakan uji glejser yaitu sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Glejser

		Coefficients		Standar Dized Coeffici ents
		Unstandardize d coefficients		
Model Sig		B	std Error	Beta
1 (Constant)	.508	.176	.263	.670
Usability	.188	-133	.099	-325
Information	.993	000	.086	-.002
Interaction	.118	.170	.106	.395
Quality				1.611

a. **Dependent Variabel: Absolute_Residual**

Sumber: Fauziah & Wulandari (2017)

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser, dapat disimpulkan bahwa tidak ada variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen (kepuasan konsumen) karena nilai signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5%. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Variabel usability memiliki nilai signifikansi sebesar 0,188, information quality sebesar 0,993, dan interaction quality sebesar 0,118.

Hasil Uji Autokorelasi

Hasil perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh hasil uji autokorelasi menggunakan Durbin Watson adalah sebagai berikut:

**Tabel 8 Hasil Durbin Watson
Model Summary**

Model	R	Rsquare	Square	Adjusted R	the	Dusbin
				Estimate	watson	

1	.825	.680	.648	.32453	2.205
---	------	------	------	--------	-------

a. Predictors: (constant), Interaction Quality,

information Quality. Usability

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pada model summary, nilai DWhitung sebesar 2.205 akan dibandingkan dengan nilai tabel Durbin Watson dengan menggunakan signifikansi 5% dan perhitungan dilakukan dengan mempertimbangkan jumlah sampel sebanyak 34 responden dan jumlah variabel pertanyaan independen sebanyak 3, yaitu usability, information quality, dan interaction quality. Dengan demikian, dilakukan perbandingan pada tabel Durbin Watson dengan jumlah N = 34 dan K = 3 untuk menentukan apakah terdapat autokorelasi dalam model regresi atau tidak.

Cara hitung untuk mendapatkan hasil terdapat autokorelasi atau tidak yaitu sebagai berikut:

Tabel 9 Perhitungan Durbin Watson

d	dl	du	4-du
2,205	1,275	1,625	4-1,652
2,348			

Sumber: Fauziah & Wulandari (2017)

Karena nilai d atau DWhitung sebesar 2,108 lebih besar daripada batas atas (du) yaitu 1,652 dan lebih kecil dari (4-du = 2,348), maka dapat dilihat akan menjadi seperti berikut

$$1,625 < 2,205 < 2,348$$

Maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut menyatakan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif atau negatif karena hasil diatas didapat keputusan yaitu du < d < 4-du.

Hasil Uji Multikolinearitas

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS, diperoleh hasil Tolerance dan VIF (Varian Inflation Factor), yaitu sebagai berikut:

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Collinearity Statistics		
Variabel	Tolerance	VIF
Usability	0,519	1,927
Information	0,646	1,549
Quality		
Interaction	0,504	1,985

Quality

Sumber: Fauziah & Wulandari (2017)

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, diperoleh nilai tolerance dan VIF untuk masing-masing variabel independen. Nilai tolerance usability (X1) sebesar 0,519 dengan VIF sebesar 1,927, nilai tolerance information quality (X2) sebesar 0,646 dengan VIF sebesar 1,549, dan nilai tolerance interaction quality (X3) sebesar 0,504 dengan VIF sebesar 1,985. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Hasil Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil analisis website www.bukalapak.com dengan data telah diolah dengan variabel webqual 4.0. menggunakan pengolah data statistik yaitu SPSS. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing variabel terhadap kepuasan konsumen pada website www.bukalapak.com.

Usability (kegunaan konsumen) (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada website www.bukalapak.com.

Berdasarkan hasil uji t hitung pada variabel independen usability (X1) dengan nilai sebesar 2,197 dan signifikansi 0,036 ($P < 0,05$), dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara usability (kegunaan konsumen) terhadap kepuasan konsumen pada website www.bukalapak.com. Artinya, faktor usability yang mencakup kemudahan pengoperasian, kejelasan dan pemahaman, kemudahan dalam penggunaan menu, tampilan yang menarik dan desain yang sesuai, pengetahuan atau kompetensi, serta menciptakan pengalaman positif, perlu diperhatikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna website bukalapak.com.

Information Quality (kualitas informasi) (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada website www.bukalapak.com.

Nilai t hitung untuk information quality (X2) menunjukkan hasil sebesar 2,400 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,023 ($P < 0,05$). H2 diterima, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas informasi (X2) terhadap kepuasan konsumen pada website www.bukalapak.com. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas informasi termasuk item yang akurat, terpercaya, tepat waktu, relevan dengan bukalapak, mudah dipahami, tepat secara detail, dan desain yang sesuai. Oleh karena itu, kualitas informasi merupakan faktor yang harus dipertimbangkan dalam menentukan kepuasan konsumen saat menggunakan website bukalapak.com.

Interaction quality (kualitas interaksi) (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y) pada website www.bukalapak.com

Hasil uji t hitung untuk interaction quality (X3) menunjukkan hasil sebesar 2,381 dengan nilai signifikansi sebesar 0,024 ($P < 0,05$). Oleh karena itu, H3 diterima karena menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kualitas interaksi (interaction quality) (X3) dan kepuasan konsumen pada website www.bukalapak.com. Artinya, kualitas interaksi, yang meliputi butir pertanyaan seputar kemudahan berinteraksi, kecepatan dan keterampilan layanan konsumen, kemampuan untuk

memecahkan masalah, dan hubungan yang baik dengan pelanggan, merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam menentukan kepuasan konsumen pada website bukalapak.com.

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa interaction quality (kualitas interaksi) mencakup item-item seperti reputasi yang baik, keamanan dalam bertransaksi, keamanan dalam memberikan informasi pribadi, menarik minat dan perhatian, rasa berkomunitas, mudah berkomunikasi, dan keyakinan terhadap informasi. Oleh karena itu, interaction quality (kualitas interaksi) merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam menentukan kepuasan konsumen saat menggunakan website bukalapak.com.

KESIMPULAN

Hasil uji menunjukkan bahwa setiap variabel independen, yaitu usability (X1), information quality (X2), dan interaction quality (X3), memberikan pengaruh sebesar 68,0% terhadap kepuasan konsumen (Y) pada website bukalapak.com, sedangkan 32,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel luar selain variabel webqual 4.0. Terdapat hubungan positif antara layanan yang diberikan oleh website bukalapak dengan ketiga variabel tersebut, sehingga memberikan hasil yang positif pada kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan analisis baik secara parsial maupun simultan, dimensi kualitas website bukalapak meliputi usability (X1), information quality (X2), dan interaction quality (X3), baik secara sendiri maupun bersama-sama, memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada website bukalapak

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. (2016). Kualitas Layanan Website ECommerce Lazada.co.id Menggunakan Teknik Pengukuran WebQual. *Information System For Educators And Professionals*, 42- 54.
- Ambarwati, E., & Susilo, A. (2019). Analysis of the Effect of Webqual 4.0 on Customer Satisfaction in Tokopedia E-Commerce. *Jurnal Manajemen*, 3(2), 1-10.
- Ardiansyah, A., & Sari, D. W. (2021). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada Tokopedia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 6(1), 16-28.
- Firmansyah, A., & Susilo, A. (2020). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Shopee E-commerce. *Jurnal Manajemen*, 6(2), 16-27.
- Fitria, Y., & Arifin, Z. (2019). The Influence of Website Quality on Customer Satisfaction in Bukalapak E-commerce. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(2), 144-154.
- Ghazali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasanah, J. U., Kertahadi, & Riyadi. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan Web ECommerce Terhadap Keputusan
- Jonathan, S. (2012). Metode Riset Skripsi: Pendekata Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Nazir, M. (2009). Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia. Priyatno, D. (2009). 5 Jam Belajar Olah Data Dengan SPSS 17. Yogyakarta: Andi.
- Nurlatifah, N., & Yuliati, L. N. (2019). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction in Tokopedia E-commerce. *Jurnal Bisnis, Manajemen dan Teknologi*, 7(2), 31-40.

- Priyatno, D. (2013). Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS. Yogyakarta: Mediakom.
- Priyatno, D. (2014). SPSS 22 Pengolah Data Terpraktis. Yogyakarta: Andi.
- Rizki, F. R., & Wahyudi, A. (2018). The Effect of Webqual 4.0 on Customer Satisfaction in Bukalapak E-commerce. *Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi*, 4(2), 92-100.
- Sanjaya, I. (2012). Pengukuran Kualitas Layanan Website Kementerian Kominfo Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Penelitian IPTEK-KOM*, 1-14.
- Sari, D. W., & Lestari, P. (2021). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in Blibli.com E-commerce. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 95(1), 15-25.
- Sari, D. W., & Rahmat, D. (2019). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in E-Commerce. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 13(1), 34-46.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). SPSS vs LISREL: Sebuah pengantar, Aplikasi untuk Riset. Jakarta: Salemba Empat.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis Website Quality, Trust Dan Loyalty Pelanggan Online Shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55– 61. <https://doi.org/10.9744/PEMASARAN.8.2.55 -61>
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. (2008). Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Suhari, Y. (2011). Kepercayaan Terhadap Internet Serta Pengaruhnya Pada Pencarian Informasi Dan Keinginan Membeli Secara Online. *Jurnal Dinamika Informatika*, 3(1). Retrieved from http://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fti_2/article/view/909
- Wahyuni, N. A., & Ferdiana, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Kepuasan Kerja terhadap Loyalitas Pelanggan pada Tokopedia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Inovasi*, 7(2), 203-215.
- Wulandari, E., & Herawati, N. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Tokopedia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 183-194.