

ANALISIS KUALITAS SITUS WEB PENJUALAN PERUSAHAAN MENGUNAKAN WEBQUAL 4.0

Siti Nur Widadul Ulfa, Popon Handayani

Sistem Informasi, Universitas Nusa Mandiri, Jakarta Barat, Jakarta
Jl. Kamal Raya No. 18, RT.1/RW.6, Cengkareng, Jakarta Barat, D.K.I Jakarta, Indonesia
swidadululfa@gmail.com, popon.pph@nusamandiri.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas Website Mr. Spin Indonesia menggunakan metode Webqual 4.0 berdasarkan persepsi pengguna. Latar belakang penelitian ini adalah perkembangan teknologi dan internet yang telah mengubah perilaku belanja masyarakat, terutama selama pandemi Covid-19, di mana banyak konsumen beralih ke belanja online. Mr. Spin Indonesia, memanfaatkan tren ini dengan membuat Website untuk menjual produknya. Namun, tampilan Website Mr. Spin Indonesia saat ini masih kurang menarik fitur yang disediakan website masih minim, informasi yang ada pada website sudah cukup baik tetapi masih kurang detail dan kurangnya keyword sehingga website ini tidak muncul di halaman pertama mesin pencarian seperti Google. Hal ini mengakibatkan kurangnya penjualan produk yang dilakukan menggunakan website. Sampai saat ini belum ada penilaian terhadap kepuasan pengguna terhadap kualitas Website tersebut. Metode Webqual 4.0 digunakan untuk mengevaluasi tiga dimensi kualitas Website: usability, information quality, dan service interaction. Data dikumpulkan melalui kuesioner Skala Likert yang disebar kepada pengguna dan pengunjung Website Mr. Spin Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas penggunaan (usability) sebesar 0,041 kualitas informasi (information quality) sebesar 0,158, dan kualitas interaksi layanan (service interaction) sebesar 0,766 pada Website Mr. Spin Indonesia memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan analisis, beberapa faktor prioritas untuk perbaikan dan pemeliharaan kualitas Website diidentifikasi. Hal ini sangat penting bagi Mr. Spin Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas Website guna mencapai kepuasan pengguna yang tinggi dan menciptakan pengguna yang loyal.

Kata Kunci: Information Quality, Service interaction, Usability, User satisfaction, Webqual 4.0

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet telah mengakibatkan perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis dan perdagangan. Salah satu dampak utama dari perkembangan ini adalah pergeseran perilaku belanja masyarakat, terutama selama pandemi COVID-19. Pada masa pandemi, banyak konsumen yang beralih dari belanja konvensional ke belanja online sebagai upaya untuk mengurangi kontak fisik dan mendukung kebijakan pembatasan sosial[1].

Mr. Spin Indonesia, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang penjualan produk fashion, memanfaatkan tren ini dengan meluncurkan situs web untuk memfasilitasi transaksi jual-beli produk mereka. Namun, keberhasilan situs web tersebut tidak hanya ditentukan oleh kehadirannya di dunia maya, tetapi juga oleh kualitas situs web itu sendiri, yang dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna[2].

Kualitas situs web merupakan faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pengguna. Pengguna cenderung lebih puas dan loyal terhadap situs web yang mudah digunakan (*usability*), menyediakan informasi yang berkualitas (*information quality*), dan memberikan interaksi layanan yang baik (*service interaction*)[3]. Oleh karena itu, penting bagi Mr. Spin Indonesia untuk terus mengevaluasi kualitas situs web mereka secara menyeluruh dan berkelanjutan.

Metode Webqual 4.0 adalah salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas situs

web berdasarkan persepsi pengguna. Metode ini mengevaluasi tiga dimensi utama kualitas situs web, yaitu usability, information quality, dan service interaction. Dengan menggunakan metode ini, diharapkan Mr. Spin Indonesia dapat memperoleh gambaran yang jelas mengenai kualitas situs web mereka dari perspektif pengguna, sehingga dapat melakukan perbaikan dan peningkatan yang diperlukan[4].

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas situs web Mr. Spin Indonesia menggunakan metode Webqual 4.0 berdasarkan persepsi pengguna. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh informasi yang dapat membantu Mr. Spin Indonesia dalam meningkatkan kualitas situs web mereka guna mencapai kepuasan dan loyalitas pengguna yang lebih baik.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pada Tinjauan Pustaka akan mengkaji teori-teori mengenai alat yang akan digunakan untuk mengevaluasi keunggulan situs web Mr. Spin Indonesia sesuai dengan kepuasan pengguna.

2.1. Analisis

Analisis adalah proses meneliti dan mensintesis data secara sistematis yang diperoleh melalui wawancara, dengan cara terjun langsung ke lokasi kerja dan mendokumentasikannya. Caranya melalui mengelompokkannya menjadi satu kategori, unit-unit,

menghasilkan data baru, memasukkan kedalam pola, mengkategorikan sesuatu yang perlu dipelajari serta menyimpulkan sehingga data tersebut mudah dipahami adalah definisi dari analisis data[5].

2.2. Kepuasan Pengguna (User Satisfaction)

Kepuasan pengguna adalah konsep yang sering diukur dalam berbagai disiplin ilmu, termasuk pemasaran, psikologi, dan manajemen layanan. Menurut Kotler, kepuasan pengguna merupakan tingkat emosi yang dirasakan seseorang setelah membandingkan hasil dari kinerja yang dialaminya dengan harapan yang ada. Jika layanan sesuai atau melebihi ekspektasi, pengguna akan merasa puas; sebaliknya, jika kinerja tidak memenuhi harapan, pengguna akan merasa tidak puas[6]. Kepuasan pengguna menjadi tujuan utama setiap perusahaan karena merupakan faktor penting dalam keberhasilan bisnis. Pengguna yang puas dengan produk atau jasa cenderung akan mengulang pembelian dan menggunakan produk atau jasa tersebut kembali, menjadikannya kunci untuk meningkatkan penjualan perusahaan[7].

2.3. Website

Website merupakan kumpulan halaman yang saling terhubung satu sama lain, di mana setiap halaman dapat berisi berbagai elemen seperti gambar dan dokumen yang disimpan di server web[8]. Sebaliknya, aplikasi web (web app) didefinisikan sebagai aplikasi yang di-hosting di server web, memungkinkan pengguna untuk mengakses dan menggunakannya melalui browser[9].

2.4. Webqual 4.0

Webqual 4.0 adalah metode yang dikembangkan untuk mengevaluasi kualitas situs web berdasarkan persepsi pengguna. Metode ini diperkenalkan oleh Barnes dan Vidgen, dan telah digunakan secara luas dalam berbagai penelitian untuk mengukur kualitas situs web. Webqual 4.0 menilai tiga dimensi utama kualitas situs web: usability, information quality, dan service interaction[4].

- Usability:** Mengacu pada sejauh mana situs web mudah digunakan dan dinavigasi oleh pengguna. Aspek ini mencakup tata letak, desain, dan kemudahan akses informasi yang ada di situs web. Situs web yang memiliki usability tinggi akan membuat pengguna merasa nyaman dan tidak kesulitan dalam mencari informasi atau melakukan transaksi.
- Information Quality:** Merupakan kualitas informasi yang disediakan oleh situs web, termasuk kelengkapan, keakuratan, dan relevansi informasi. Informasi yang berkualitas tinggi akan membantu pengguna dalam mengambil keputusan yang tepat dan meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap situs web.
- Service Interaction:** Berhubungan dengan kualitas interaksi layanan yang diberikan oleh

situs web, termasuk responsivitas, keandalan, dan dukungan yang diberikan kepada pengguna. Kualitas interaksi layanan yang baik akan meningkatkan pengalaman pengguna dan kepuasan mereka terhadap situs web.

2.5. Penelitian Terkait

Penelitian ini mengacu pada beberapa studi terdahulu yang relevan. L. Alfarizi, T.L. Khubaero, dan Effendi (2022) mengukur kualitas aplikasi PeduliLindungi dengan Webqual 4.0 dan menemukan bahwa variabel kegunaan dan kualitas informasi mendapatkan predikat sangat bagus dengan persentase masing-masing 82,13% dan 81,77%, sementara kualitas interaksi layanan mendapat predikat bagus dengan persentase 78,96% [10].

Penelitian lain oleh A. Winarni dan W. Riska (2020) menunjukkan bahwa metode Webqual 4.0 berpengaruh signifikan terhadap kualitas website dan kepuasan pelanggan PT. Bank Sinarmas Tbk dengan skor keseluruhan yang sangat baik[11]. F. A. Wijaya dan P. Handayani (2023) menemukan bahwa kualitas informasi pada website penjualan mobil PT. Sejahtera Buana Trada - Suzuki Pantai Indah Kapuk mencapai 96,77%, namun kualitas interaksi pelayanan perlu ditingkatkan[12].

2.6. Kualitas Situs Web dan Kepuasan Pengguna

Kualitas situs web yang baik akan meningkatkan kepuasan pengguna, yang pada gilirannya dapat meningkatkan loyalitas pengguna terhadap situs web tersebut. Kepuasan pengguna adalah hasil dari pengalaman positif yang diperoleh saat menggunakan situs web. Penelitian oleh Kotler dan Keller (2020) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna yang tinggi dapat menghasilkan rekomendasi positif dari mulut ke mulut dan meningkatkan retensi pengguna [6].

Penelitian oleh Keller menekankan pentingnya branding dan ekuitas merek dalam menciptakan pengalaman pengguna yang positif di situs web[6]. Oleh karena itu, perusahaan harus fokus pada peningkatan kualitas situs web mereka untuk mencapai kepuasan pengguna yang optimal. Upaya ini dapat dilakukan dengan melakukan evaluasi berkala terhadap situs web menggunakan metode yang tepat, seperti Webqual 4.0, dan melakukan perbaikan berdasarkan hasil evaluasi tersebut[4].

2.7. Model Evaluasi Kualitas Situs Web

Berbagai model telah dikembangkan untuk mengevaluasi kualitas situs web, termasuk Webqual, E-S-QUAL, dan DeLone & McLean IS Success Model. Meskipun setiap model memiliki fokus dan pendekatan yang berbeda, tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas situs web dan kepuasan pengguna.

Webqual 4.0 dianggap sebagai salah satu model yang paling komprehensif karena mencakup berbagai aspek penting dari kualitas situs web. Model ini tidak

hanya mengevaluasi aspek teknis dan konten, tetapi juga interaksi layanan, yang merupakan faktor krusial dalam pengalaman pengguna[4]. Dengan menggunakan Webqual 4.0, perusahaan dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang kekuatan dan kelemahan situs web mereka, sehingga memungkinkan mereka untuk mengambil langkah-langkah strategis dalam meningkatkan kualitas dan kepuasan pengguna[13].

3. METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengumpulkan data dari responden. Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk mengukur persepsi pengguna terhadap kualitas situs web Mr. Spin Indonesia menggunakan instrumen Webqual 4.0. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang didistribusikan secara online kepada pengguna situs web[14][15]

3.2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna situs web Mr. Spin Indonesia. Teknik purposive sampling digunakan untuk menentukan sampel penelitian, yaitu pengguna yang telah menggunakan situs web Mr. Spin Indonesia untuk melakukan transaksi minimal sekali dalam enam bulan terakhir. Jumlah sampel yang diambil adalah 71 responden untuk memastikan hasil penelitian memiliki validitas dan reliabilitas yang memadai[6]

3.3. Instrumen Penelitian

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner Webqual 4.0 yang terdiri dari tiga dimensi utama: usability, information quality, dan service interaction. Setiap dimensi memiliki beberapa indikator yang diukur menggunakan skala Likert 5 poin, dengan rentang jawaban dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Berikut adalah penjelasan singkat mengenai ketiga dimensi tersebut:

- Usability:** Mengukur kemudahan penggunaan situs web, navigasi, tata letak, dan desain antarmuka.
- Information Quality:** Mengukur kelengkapan, keakuratan, relevansi, dan keterkinian informasi yang tersedia di situs web.
- Service Interaction:** Mengukur kualitas interaksi layanan yang diberikan oleh situs web, termasuk responsivitas, keandalan, dan dukungan pelanggan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.4. Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan secara online menggunakan platform survei seperti Google Forms. Kuesioner disebarakan melalui media sosial, email, dan komunitas online yang relevan dengan pengguna situs web Mr. Spin Indonesia. Responden diberikan waktu dua minggu untuk mengisi kuesioner. Setelah periode pengumpulan data selesai, data yang terkumpul diunduh dan disimpan dalam format Excel untuk analisis lebih lanjut.

3.5. Analisa Data

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan distribusi jawaban mereka. Analisis inferensial, seperti uji regresi linear berganda, digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing dimensi Webqual 4.0 terhadap kepuasan pengguna.

Proses analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik seperti SPSS atau Microsoft Excel. Langkah-langkah analisis meliputi:

- Uji Validitas dan Reliabilitas:** Menguji validitas dan reliabilitas kuesioner dengan menggunakan uji Cronbach's Alpha untuk memastikan instrumen penelitian memiliki konsistensi internal yang baik.
- Analisis Deskriptif:** Mendeskripsikan karakteristik demografis responden dan distribusi jawaban untuk setiap indikator dalam kuesioner.
- Uji Regresi Linear Berganda:** Menguji pengaruh usability, information quality, dan service interaction terhadap kepuasan pengguna dengan menggunakan uji regresi linear berganda. Dalam uji regresi linier berganda, uji F dan uji t digunakan sebagai pengujian. Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan (bersama) variabel independent (X) terhadap variabel dependen (Y). Sedangkan **Uji t** bertujuan untuk mengetahui dampak parsial dari variabel independen terhadap variabel dependen diuji dengan menggunakan uji t.

Hasil analisis data kemudian diinterpretasikan dan disajikan dalam bentuk tabel, grafik, dan narasi untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai kualitas situs web Mr. Spin Indonesia berdasarkan persepsi pengguna.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Sig	Keterangan
1	Usability (X1)	U1	0,862	0.194	0,000	Valid
		U2	0,892	0.194	0,000	Valid
		U3	0,809	0.194	0,000	Valid
		U4	0,815	0.194	0,000	Valid

No	Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Sig	Keterangan
2	Information Quality (X2)	IQ1	0,851	0.194	0,000	Valid
		IQ2	0,892	0.194	0,000	Valid
		IQ3	0,837	0.194	0,000	Valid
		IQ4	0,883	0.194	0,000	Valid
3	Service Interaction (X3)	SI1	0,814	0.194	0,000	Valid
		SI2	0,882	0.194	0,000	Valid
		SI3	0,917	0.194	0,000	Valid
		SI4	0,819	0.194	0,000	Valid
4	User Satisfaction (Y)	US1	0,807	0.194	0,000	Valid
		US2	0,472	0.194	0,000	Valid
		US3	0,857	0.194	0,000	Valid
		US4	0,804	0.194	0,000	Valid

Dilihat dari Tabel 1, evaluasi sigifikasi dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel pada tingkat signifikasi 5% atau 0,05. Nilai r tabel untuk sampel berukuran $n = 71$ adalah 0,194 (dihitung dari rumus $n - 2$, dimana $n = 71$, menghasilkan $71 - 2 = 69$). Dengan demikian semua instrumen penelitian valid dengan nilai koefisien validitas melebihi 0,194 dan signifikansi $< 0,05$.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1	Usability (X1)	0,862	Reliable
2	Information Quality (X2)	0,888	Reliable
3	Service Interaction (X3)	0,881	Reliable
4	User Satisfaction (Y)	0,718	Reliable

Berdasarkan Tabel 2, menunjukkan bahwa keseluruhan variabel yang dijadikan objek penelitian ; usability, information quality, service interaction dan user satisfaction memiliki nilai Cronbach's Alpha yang melebihi $> 0,60$. Nilai Cronbach's Alpha untuk setiap variable adalah 0,862 untuk usability (X1), 0,888 untuk information quality (X2), 0,881 untuk service interaction (X3) dan 0,718 untuk user satisfaction (Y).

Uji reliabilitas menunjukkan semua variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih dari 0,60, menandakan bahwa instrumen yang digunakan adalah reliabel.

4.2. Data Responden

Penelitian ini melibatkan 71 responden pengguna website PT. Mister Spin Indonesia. Responden terdiri dari 61% perempuan dan 39% laki-laki, dengan mayoritas berusia 26-33 tahun. Sebagian besar responden bekerja sebagai pegawai swasta.

4.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.956 ^a	.914	.910	2.76383	.914	237.967	3	67	.001 [*]

a. Predictors: (Constant), Service Interaction, Usability, Information Quality

Berdasarkan Tabel 3 di atas, perolehan R square sebesar 0,914 atau 91.4%. Artinya, pengaruh secara keseluruhan dari variabel user satisfaction yang dijelaskan secara bersama-sama oleh usability, information quality dan service interaction adalah sebesar 91.4% dan 8,6 dipengaruhi variabel lain.

Hasil analisis menunjukkan bahwa usability, information quality, dan service interaction berpengaruh positif terhadap user satisfaction. Koefisien regresi untuk masing-masing variabel adalah 0,041 untuk usability, 0,158 untuk information quality, dan 0,766 untuk service interaction.

Tabel 4. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5453.315	3	1817.772	237.967	.001 ^b
	Residual	511.797	67	7.639		
	Total	5965.111	70			
a. Dependent Variable: <i>User_Satisfaction</i> (Y)						
b. Predictors: (Constant), <i>Service_Interaction</i> (X3), <i>Usability</i> (X1), <i>Information_Quality</i> (X2)						

a. Dependent Variable: User Satisfaction (Y)

b. Predictors: (Constant), Service Interaction (X3), Usability (X1), Information Quality (X2)

Berdasarkan pada Tabel 4 di atas nilai F hitung adalah 237,967 sementara nilai F tabel adalah 2,74 dengan nilai signifikansi 0,001. Dapat disimpulkan bahwa F hitung $> F$ tabel ($237,967 > 2,74$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa semua variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen dengan nilai F hitung $> F$ tabel.

Tabel 5. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.760	1.943		.906	.368
	Usability	.041	.053	.043	.773	.442
	Information Quality	.158	.070	.162	2.255	.027*
	Service Interaction	.766	.058	.792	13.223	.001*
a. Dependent Variable: User_Satisfaction (Y)						

Berdasarkan Tabel 5 di atas, Hasil uji t menunjukkan bahwa information quality dan service interaction berpengaruh signifikan terhadap user satisfaction, sedangkan usability tidak berpengaruh signifikan.

4.4. Pengaruh Usability terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil penelitian menunjukkan bahwa usability (kemudahan penggunaan) tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna di situs web Mr. Spin. Ini ditunjukkan oleh skor t yang lebih rendah dari t tabel, dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05, yang berarti hipotesis alternatif ditolak. Hal ini mungkin karena pengguna tidak terlalu memperhatikan aspek desain atau fitur situs web ini.

4.5. Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna

Penelitian menemukan bahwa kualitas informasi di situs web Mr. Spin memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan skor t yang lebih tinggi dari t tabel dan nilai signifikansi di bawah 0,05, hipotesis alternatif diterima. Pengguna tampaknya sangat menghargai ketepatan dan keakuratan informasi yang disediakan, terutama terkait dengan harga produk laundry, dan kesalahan informasi dapat menyebabkan ketidakpuasan.

4.6. Pengaruh Interaksi Layanan terhadap Kepuasan Pengguna

Penelitian juga menunjukkan bahwa interaksi layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan skor t yang jauh lebih tinggi dari t tabel dan nilai signifikansi sangat rendah. Pengguna menghargai kemampuan untuk berinteraksi langsung dengan perwakilan perusahaan melalui fitur chat, yang memungkinkan mereka mendapatkan respons cepat dan solusi atas kebutuhan mereka. Secara keseluruhan, kualitas informasi dan interaksi layanan merupakan faktor utama yang mempengaruhi

kepuasan pengguna, sementara usability tidak dianggap sebagai faktor penting oleh pengguna Mr. Spin.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna dominan website Mr. Spin adalah perempuan, berusia 26-33 tahun, dan sebagian besar berprofesi sebagai pegawai swasta yang mungkin sedang mencari peluang bisnis baru. Evaluasi pengguna terhadap website ini umumnya positif, dengan service interaction menjadi faktor yang paling signifikan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna. Secara keseluruhan, ketiga variabel, yaitu usability, kualitas informasi, dan interaksi layanan, berkontribusi terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan temuan ini, disarankan agar PT. Mister Spin Indonesia meningkatkan fitur usability meskipun saat ini tidak berpengaruh signifikan, memberikan informasi lebih detail di website, serta meningkatkan keamanan dalam interaksi online menjadi hal penting yang harus ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] D. Chaffey, *E-commerce 2020: The latest data and forecasts for e-commerce growth worldwide*. Smart Insights, 2020.
- [2] Y. Li and M. Huang, "Understanding and Predicting Behavioral Changes of Users in the Pandemic: A Data-Driven Perspective," *ACM Trans. Internet Technol.*, vol. 21, pp. 1–22, 2021.
- [3] K. C. Lee and N. Kozar, "Exploring Factors that Affect Online Purchase Intention of Products," *Journal of Electronic Commerce Research*, *J. Electron. Commer. Res.*, vol. 22, no. 2, pp. 85–100, 2022.
- [4] A. Barnes and J. Vidgen, "Evaluating Web Site Quality: A WebQual Framework," *Electron. Commer. Res. Appl.*, vol. 39, pp. 100–110, 2023.
- [5] M. A. J. Mertens, *Research and Evaluation in Education and Psychology: Integrating Diversity with Quantitative, Qualitative, and Mixed Methods*. CA: SAGE, 2020.
- [6] K. L. Kotler, P., & Keller, *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education, 2020.
- [7] and K. E. M. M. A. Homburg, S. Jozi, "Customer Satisfaction and Loyalty in B2B Markets: The Role of Customer Value," *J. Bus. Res.*, vol. 132, pp. 356–367, 2021.
- [8] J. B. O. and A. L. Siegel, *Web Development and Design Foundations with HTML5 9th ed.*, Boston: Pearson Education, 2021.
- [9] R. D. Schach, *Object-Oriented and Classical Software Engineering, 10th ed.* New York: McGraw-Hill Education, 2022.
- [10] L. Alfari, T. L., Khubaero, U., & Effendi, "Pengukuran Kualitas Aplikasi PeduliLindungi Dengan Metode WebQual 4.0," *J. Keilmuan Teknol. Inf. dan Ilmu Manaj.*, 2022.

- [11] A. Winarni and W. Riska, "Analisis Kualitas Website Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Website Pt. Bank Sinarmas Tbk Menggunakan Metode Webqual 4.0," *J. Bangkit Indones.*, vol. 9, no. 1, pp. 6–12, 2020, doi: 10.52771/bangkitindonesia.v9i1.106.
- [12] F. A. Wijaya and P. Handayani, "Perancangan Sistem Informasi Analisa Website Penjualan Mobil," *J. Teknol. Komput. dan Sist. Inf.*, vol. Vol. 6, 2023.
- [13] R. K. Sharma and P. Singh, "Impact of Webqual 4.0 on E-commerce Success," *J. Electron. Commer. Res.*, vol. 18, no. 2, pp. 85–98, 2022.
- [14] T. D. Little, "Quantitative Methods in Survey Research," *J. Appl. Surv. Methods*, vol. 35, no. 4, pp. 120–130, 2021.
- [15] M. J. Sheehan, "The Impact of Online Surveys on Data Quality," *Int. J. Mark. Res.*, vol. 62, no. 1, pp. 1–20, 2020.