

EVALUASI KUALITAS WEBSITE TERHADAP USER SATISFACTION TRAVELOKA.COM MENGGUNAKAN WEBQUAL 4.0

Dwianna Sinaga, Arista Pratama, Anita Wulansari

Sistem Informasi, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Jl. Rungkut Madya No.1, Gn.Anyar, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia

Dwianna24sinaga@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi telah mempermudah berbagai aspek kehidupan, termasuk akses informasi melalui internet. Website menjadi media penting yang memungkinkan pengguna mendapatkan informasi secara efisien dan efektif. Dalam dunia e-commerce, kualitas website sangat berpengaruh terhadap pengalaman dan kepuasan pengguna. Traveloka, sebagai salah satu Online Travel Agency (OTA) terkemuka di Indonesia, menyediakan layanan pemesanan tiket dan akomodasi secara daring. Meski menjadi pemain utama, Traveloka menghadapi beberapa kendala, seperti informasi refund yang tidak akurat dan respons layanan yang lambat. Penelitian ini menggunakan metode WebQual 4.0 untuk mengevaluasi kualitas website Traveloka berdasarkan tiga variabel: *Usability Quality*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap *User Satisfaction* serta memberikan rekomendasi perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan dan memenuhi harapan pengguna secara lebih efektif. Hasil pengukuran diperoleh bahwa *Information Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *User Satisfaction*, *Service Interaction Quality* berpengaruh negatif signifikan terhadap *User Satisfaction*, dan *Usability Quality* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap *User Satisfaction*, dan dapat menjelaskan variabel *User Satisfaction* sebesar 40% sedangkan dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 60%.

Kata kunci : *traveloka, kualitas website, webqual 4.0, user satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi sejak abad ke-21 telah membawa perubahan besar dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya melalui kehadiran internet. Teknologi informasi memainkan peran penting dalam mendukung berbagai tujuan, seperti bisnis dan penyediaan informasi penting [1]. Seiring waktu, perkembangan di bidang ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) terus meningkat, terutama sejak tahun 2000, dengan pencapaian yang semakin signifikan setiap tahunnya [2]. Saat ini, teknologi informasi memberikan dampak besar dalam meningkatkan efisiensi kerja, mempercepat komunikasi, dan mendukung pertukaran informasi [3].

Dengan kemajuan internet, berbagai platform berbasis web telah muncul untuk memudahkan pencarian informasi. Website menjadi media yang efektif dalam menyampaikan informasi, dengan keunggulan berupa aksesibilitas kapan saja dan di mana saja selama terhubung ke internet [4]. Jenis layanan dan informasi yang disediakan oleh sebuah website bergantung pada jenis dan tujuan dari website tersebut.

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi, terutama di sektor bisnis *startup*, menunjukkan peningkatan yang signifikan. Generasi muda memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan *startup* di berbagai bidang, termasuk e-commerce [5]. Teknologi telah memunculkan berbagai model bisnis berbasis internet, seperti e-government, e-education, e-medicine, dan e-commerce [6]. Di antara model bisnis ini, e-

commerce menjadi pilihan yang menjanjikan karena memungkinkan transaksi tanpa batas waktu dan lokasi, memberikan kemudahan bagi produsen dan konsumen [7].

Online Travel Agencies (OTA) adalah salah satu sektor e-commerce yang terus berkembang, termasuk di Indonesia. Salah satu contoh OTA terkemuka adalah Traveloka, yang menyediakan layanan pemesanan tiket transportasi, akomodasi, dan berbagai kebutuhan perjalanan lainnya. Traveloka telah membangun reputasi sebagai platform yang mudah digunakan dengan penawaran harga yang kompetitif [8]. Namun, seperti banyak platform lain, Traveloka juga menghadapi tantangan, seperti ketidakakuratan informasi dan respons layanan yang kurang memuaskan [9].

Dalam konteks ini, kualitas website menjadi faktor penting dalam menentukan kepuasan pengguna. Kualitas website dapat diukur menggunakan metode WebQual 4.0, yang mencakup tiga dimensi utama: *usability quality* (kemudahan penggunaan), *information quality* (kualitas informasi), dan *service interaction quality* (kualitas interaksi layanan) [10]. Penilaian kepuasan pengguna menjadi penting karena pengguna yang puas lebih cenderung menggunakan kembali layanan dan memberikan ulasan positif [11].

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas website Traveloka berdasarkan tiga dimensi WebQual 4.0 dan mengidentifikasi pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan wawasan untuk

meningkatkan kualitas layanan Traveloka agar lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Teknik pengumpulan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan kuesioner.

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data, yang disebarluaskan melalui tautan *Google Form* kepada pengguna website Traveloka.com. Kuesioner mencakup identitas responden serta penilaian terhadap dimensi *Usability Quality*, *Information Quality*, *Interaction Quality*, dan *User Satisfaction*. Data diukur menggunakan skala Likert untuk menilai tingkat kepuasan pengguna terdapat 5 pilihan jawaban untuk metode WebQual 4.0, yaitu Sangat Setuju (SS) berskala 5, Setuju (S) berskala 4, Netral (N) berskala 3, Tidak Setuju (TS) berskala 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) berskala 1 [12], dengan analisis dilakukan menggunakan metode WebQual 4.0. Hasilnya dianalisis secara statistik deskriptif dengan bantuan software Smart PLS.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai kualitas website menggunakan metode WebQual 4.0 telah dilakukan dalam berbagai konteks untuk mengevaluasi kepuasan pengguna. Penelitian oleh Rizka dkk. (2022) menganalisis Sistem Informasi Agrowisata Cicantayan dan menemukan bahwa secara simultan, dimensi kegunaan, informasi, dan interaksi layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun, secara individual, hanya kualitas informasi yang memberikan pengaruh signifikan [13].

Reny Marlina (2020) mengevaluasi kualitas Google Classroom dan menemukan bahwa hanya dimensi kegunaan yang memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sementara dimensi lainnya tidak memiliki pengaruh yang signifikan [14]. Penelitian Furqon dan Salim (2020) membandingkan website Pegipegi.com dan Tiket.com. Tiket.com memiliki skor kualitas lebih tinggi pada semua dimensi, menunjukkan pengalaman pengguna yang lebih baik secara keseluruhan [15].

Hasil serupa juga ditemukan oleh Lingga dan Putra (2020) dalam evaluasi situs OJS Universitas Bina Insan, di mana kualitas informasi menjadi faktor paling dominan dalam memengaruhi kepuasan pengguna, diikuti oleh kualitas interaksi layanan dan kegunaan [16]. Riyanto dan Bachri (2019) menunjukkan bahwa semua dimensi WebQual secara signifikan memengaruhi kepuasan pengguna pada situs Ebill Tour Organizer, dengan kontribusi sebesar 73,6% terhadap variabilitas kepuasan [17].

Husain dan Budiyantra (2018) menyimpulkan bahwa meskipun dimensi kegunaan dan interaksi layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna pada website Sekolah Tinggi ABC, hubungan tersebut bersifat negatif, menandakan adanya kebutuhan untuk perbaikan pada desain antarmuka dan interaksi layanan [18].

Penelitian-penelitian ini menegaskan pentingnya kualitas informasi, kegunaan, dan interaksi layanan dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna, yang relevan dengan evaluasi kualitas website Traveloka.

2.2. Traveloka

Traveloka adalah salah satu platform perjalanan terbesar di Asia Tenggara, menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat, kereta api, hotel, dan kegiatan wisata melalui website dan aplikasi mobile berbasis iOS dan Android. Platform ini telah menjalin kemitraan dengan lebih dari 100 maskapai penerbangan domestik dan internasional, mencakup lebih dari 200.000 rute penerbangan di seluruh dunia, dengan aplikasi yang telah diunduh lebih dari 50 juta kali [19].

Sejak diluncurkan pada tahun 2013 sebagai platform untuk membandingkan harga tiket pesawat, Traveloka terus berkembang. Pada tahun 2014, layanan pemesanan hotel ditambahkan, dan diikuti oleh layanan lain seperti tiket kereta api, transportasi antar kota, paket wisata, dan aktivitas rekreasi. Traveloka juga menawarkan fitur sewa mobil dan paket liburan yang terintegrasi, memberikan kemudahan bagi pengguna untuk merencanakan perjalanan mereka [20].

Dengan fitur yang lengkap, antarmuka yang ramah pengguna, dan layanan yang responsif, Traveloka telah menjadi platform pilihan bagi pengguna di Indonesia dan Asia Tenggara. Selain itu, Traveloka menawarkan berbagai promo dan diskon menarik, yang semakin meningkatkan daya tariknya sebagai salah satu platform perjalanan terkemuka [21].

2.3. Metode 4.0

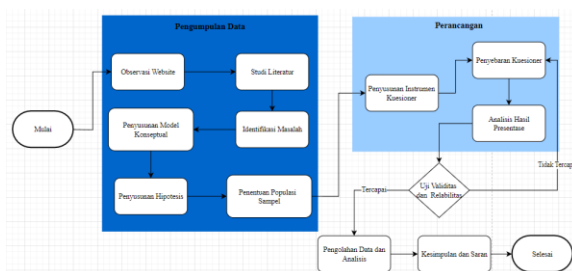
Metode WebQual adalah pendekatan yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas website berdasarkan persepsi pengguna. Dikembangkan oleh Barnes dan Vidgen pada tahun 1998, metode ini telah mengalami beberapa pembaruan hingga versi terkini, WebQual 4.0, yang mengukur tiga dimensi utama: *usability quality*, *information quality*, dan *interaction service quality* [22]. *Usability quality* berfokus pada kemudahan penggunaan, navigasi, serta desain website, yang mencakup kemudahan pembelajaran, pemahaman, dan kesan visual yang sesuai dengan kebutuhan pengguna [23]. *Information quality* menilai mutu informasi yang disajikan, seperti relevansi, akurasi, dan ketepatan waktu, yang penting untuk meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap website [24]. Sementara itu, *interaction service quality* berkaitan dengan keamanan, personalisasi, dan kepercayaan pengguna dalam berinteraksi dengan website, khususnya dalam transaksi daring [25].

Kepuasan pengguna adalah evaluasi pengguna terhadap sejauh mana sebuah sistem atau produk memenuhi harapan mereka. Faktor seperti kemudahan penggunaan dan pengalaman yang menyenangkan saat menggunakan sistem menjadi

penentu utama tingkat kepuasan ini [26]. Dengan fokus pada tiga dimensi kualitas tersebut, metode WebQual 4.0 terbukti relevan untuk mengevaluasi kualitas website, khususnya dalam konteks *e-commerce*, sehingga dapat mendukung peningkatan kepuasan pengguna melalui optimalisasi desain, informasi, dan layanan interaktif.

3. METODE PENELITIAN

Berikut adalah langkah-langkah penelitian yang digunakan sebagai panduan dalam menjalankan penelitian, dimulai dari melakukan observasi website traveloka.com untuk mengumpulkan informasi, hingga menganalisis hasil dan menarik kesimpulan dan saran. Gambaran umum alur penelitian yang dilakukan sebagai berikut:



Gambar 1. Alur Penelitian

Alur penelitian ini meliputi beberapa tahapan utama. Pertama, dilakukan observasi langsung terhadap website Traveloka dengan mengamati ulasan pengguna untuk memahami pengalaman dan persepsi mereka. Selanjutnya, studi literatur digunakan untuk mengumpulkan landasan teori dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan laporan penelitian. Penelitian ini juga mengidentifikasi masalah yang berkaitan dengan kualitas layanan website Traveloka, meliputi *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality*, yang berpengaruh pada kepuasan pengguna. Model konseptual yang dirancang berdasarkan kerangka WebQual 4.0 menjadi dasar untuk pengukuran variabel penelitian. Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarakan kepada pengguna Traveloka dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, serta analisis statistik deskriptif dan inferensial dengan Partial Least Square (PLS). Hasil penelitian memberikan kesimpulan dan rekomendasi untuk meningkatkan kualitas layanan website Traveloka.

3.1. Observasi Website

Observasi digunakan untuk memahami perilaku non-verbal dengan mengamati objek atau kejadian secara langsung. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati review pengguna di website Traveloka untuk mengevaluasi pengalaman mereka. Keberhasilan observasi bergantung pada peneliti yang menginterpretasi apa yang diamati

sesuai dengan konteks dan situasi nyata, serta hubungan antar aspek yang diamati.

3.2. Studi Literatur

Observasi digunakan untuk memahami perilaku non-verbal dengan mengamati objek atau kejadian secara langsung. Dalam penelitian ini, observasi dilakukan dengan mengamati review pengguna di website Traveloka untuk mengevaluasi pengalaman mereka. Keberhasilan observasi bergantung pada peneliti yang menginterpretasi apa yang diamati sesuai dengan konteks dan situasi nyata, serta hubungan antar aspek yang diamati.

3.3. Identifikasi Masalah

Meskipun Traveloka telah menjadi salah satu platform *e-commerce* terbesar di Indonesia dengan layanan yang lengkap dan tingkat unduhan aplikasi yang signifikan, pengguna masih menghadapi beberapa masalah. Permasalahan tersebut meliputi ketidakakuratan informasi terkait pengembalian uang tiket, kurangnya respons terhadap keluhan, dan minimnya evaluasi kualitas layanan website dari perspektif pengguna. Penelitian ini berfokus pada evaluasi kualitas layanan Traveloka melalui dimensi *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* untuk mengukur user satisfaction terhadap kualitas website.

3.4. Penyusunan Model Konseptual

Penelitian ini menggunakan model WebQual 4.0 dengan tiga variabel independen: *Usability Quality*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality*, yang memengaruhi variabel dependen User Satisfaction. Model ini bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antara dimensi kualitas layanan website Traveloka dengan tingkat kepuasan pengguna.

3.5. Penyusunan Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban awal terhadap masalah penelitian yang perlu diuji secara empiris. Penyusunan hipotesis dilakukan dengan mengaitkan dua variabel, menyatakan secara deklaratif, dan jelas. Dalam penelitian ini, hipotesis diuji menggunakan data kuesioner untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna website Traveloka.

3.6. Penentuan Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari pengguna Traveloka.com yang minimal sudah pernah melakukan transaksi. Data diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan Google Form, yang kemudian disebarakan melalui tautan di media sosial atau pesan pribadi kepada pengguna Traveloka. Kuesioner mencakup identitas responden serta penilaian terhadap *Usability Quality*, *Information Quality*, *Interaction Quality*, dan *User Satisfaction*.

Populasi penelitian ini adalah pengguna Traveloka.com, yang berdasarkan data dari SimilarWeb pada Januari 2024 berjumlah 19,4 juta orang. Sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat keyakinan 95% dan margin error 5%, yang sesuai dengan standar penelitian confirmatory, dan hasil sampel yang akan dibutuhkan sebanyak 400 responden.

3.7. Penyusunan Instrumen Kuesioner

Instrumen penelitian ini didasarkan pada variabel Webqual 4.0, termasuk Usability, Information Quality, dan Service Interaction Quality, serta ditambahkan variabel User Satisfaction untuk mengukur kepuasan pengguna. Berikut ini merupakan instrumen-instrumen untuk masing masing variabel yang akan digunakan [13] :

Tabel 1. Instrumen Pernyataan

No.	Pernyataan	
	Indikator	Usability Quality (Kualitas Kegunaan)
1.	UQ1	Saya merasa mudah untuk mengoperasikan <i>website</i> traveloka.com
2.	UQ2	Saya merasa mudah dalam berinteraksi dengan <i>website</i> traveloka.com
3.	UQ3	Saya merasa mudah untuk menjelajahi <i>website</i> traveloka.com
4.	UQ4	Saya merasa mudah untuk menemukan informasi melalui <i>website</i> traveloka.com
5.	UQ5	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com menampilkan fitur – fitur yang sesuai dengan kebutuhan
6.	UQ6	Saya merasa menu-menu yang ada dalam <i>website</i> traveloka.com sesuai dengan kegunaan
Information Quality (Kualitas Informasi)		
7.	IQ1	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com menyediakan informasi yang cukup jelas
8.	IQ2	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com menyediakan informasi yang dapat dipercaya
9.	IQ3	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com menyediakan informasi yang <i>up to date</i>
10.	IQ4	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com menyediakan informasi yang relevan
11.	IQ5	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com menyediakan informasi yang mudah untuk dipahami
12.	IQ6	Saya merasa tulisan dalam <i>website</i> traveloka.com dapat dibaca dengan jelas
13.	IQ7	Saya merasa gambar dalam <i>website</i> traveloka.com dapat dilihat dengan jelas
14.	IQ8	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com menyediakan informasi yang cukup detail
15.	IQ9	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com

No.	Pernyataan	
	Indikator	Usability Quality (Kualitas Kegunaan)
		menyediakan informasi dalam format yang sesuai dengan kebutuhan
Service Interaction Quality (Kualitas Interaksi)		
16.	SQ1	Secara keseluruhan komponen yang ada dalam <i>website</i> traveloka.com tidak ada yang <i>error</i>
17.	SQ2	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com mudah dalam berkomunikasi dengan layanan bantuan
18.	SQ3	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com memberi akses yang mudah untuk memberikan masukan (<i>feedback</i>)
19.	SQ4	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi
20.	SQ5	Saya merasa <i>website</i> traveloka.com menarik minat dan perhatian dalam penggunaan
User Satisfaction (Kepuasan Pengguna)		
21.	US1	Saya merasa tidak menunggu lama untuk mengakses <i>website</i> traveloka.com
22.	US2	Saya merasa informasi yang dimuat <i>website</i> traveloka.com sangat bermanfaat
23.	US3	Saya merasa puas dengan kualitas layanan <i>website</i> traveloka.com
24.	US4	Saya akan mengunjungi lagi <i>website</i> traveloka.com
25.	US5	Saya akan merekomendasikan <i>website</i> traveloka.com kepada pihak lain

3.8. Penyebaran Kuesioner

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan menggunakan Google Form kepada pengguna *website* Traveloka.com. Kuesioner mencakup informasi tentang identitas responden dan penilaian terhadap dimensi Usability Quality, Information Quality, Interaction Quality, serta User Satisfaction. Populasi penelitian ini adalah pengguna *website* Traveloka.com, dengan jumlah total mencapai 19,4 juta hingga Januari 2024. Sampel penelitian ditentukan untuk mewakili populasi tersebut, menggunakan metode yang memastikan tingkat kepercayaan tinggi dan margin error yang sesuai. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 400 responden.

3.9. Analisis Hasil Presentase

Uji validitas memastikan instrumen dapat mengukur variabel dengan akurat, sementara uji reliabilitas memastikan konsistensi hasil pengukuran. Uji validitas menggunakan korelasi Pearson, dan reliabilitas diukur dengan nilai Cronbach's Alpha untuk memastikan instrumen dapat diandalkan.

3.10. Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian digunakan untuk mengumpulkan dan mengukur data dari variabel penelitian. Agar data yang diperoleh akurat dan menghasilkan kesimpulan yang sesuai, instrumen harus valid dan reliabel. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan pada sampel dari kuesioner untuk memastikan data yang dikumpulkan dapat dipercaya. Instrumen dalam penelitian ini mengacu pada WebQual 4.0, yang dimodifikasi dengan menambahkan variabel user satisfaction (kepuasan pengguna) dan kualitas antarmuka pengguna. Uji validitas dan reliabilitas penting dilakukan sebelum instrumen digunakan dalam penelitian. Data yang dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan via *Google Form* kemudian diolah menggunakan software Smart-PLS untuk analisis statistik.

3.11. Pengolahan dan Analisis Data

1) Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan data yang terkumpul tanpa tujuan untuk generalisasi. Teknik ini memberikan gambaran singkat dan jelas mengenai fenomena yang diteliti.

2) Analisis Inferensial

Analisis inferensial menggunakan Partial Least Square (PLS) untuk menguji hubungan antar variabel dan model struktural. Evaluasi dilakukan dengan menguji validitas dan reliabilitas model, serta hubungan antar variabel yang diuji hipotesisnya.

3.12. Hasil dan Kesimpulan

Tahap akhir penelitian ini menyajikan hasil analisis data yang diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada pengguna website Traveloka.com di Indonesia. Kesimpulan yang dihasilkan memberikan gambaran terkait kualitas layanan website Traveloka dan tingkat kepuasan pengguna. Berdasarkan temuan tersebut, saran yang relevan dapat diberikan kepada pengembang layanan untuk meningkatkan kualitas website Traveloka.com.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Outer Model

Outer model digunakan untuk mengevaluasi validitas dan reliabilitas indikator yang membentuk konstruk dalam penelitian ini. Hasil uji memastikan bahwa setiap indikator mampu merepresentasikan konstruk yang diukur dengan baik.

Validitas konvergen diuji menggunakan nilai loading factor dan *Average Variance Extracted* (AVE). Berdasarkan analisis, mayoritas indikator memiliki nilai loading factor $> 0,7$, yang menunjukkan hubungan yang kuat antara indikator dan konstruknya. Namun, terdapat dua indikator yang tidak memenuhi kriteria, yaitu IQ7 (0,696) dan US2 (0,682). Kedua indikator ini dihapus untuk meningkatkan kualitas model. Setelah penghapusan,

validitas konvergen terpenuhi dengan nilai AVE untuk setiap variabel di atas 0,5, yaitu:

Tabel 2. Hasil Statistik Uji Validitas

Variabel	Indikator	Outer Loading	AVE
Usability Quality	UQ1	0.785	0.621
	UQ2	0.848	
	UQ3	0.774	
	UQ4	0.724	
	UQ5	0.745	
	UQ6	0.843	
Information Quality	IQ1	0.712	0.557
	IQ2	0.742	
	IQ3	0.753	
	IQ4	0.703	
	IQ5	0.745	
	IQ6	0.765	
	IQ8	0.772	
	IQ9	0.774	
Service Interaction Quality	SQ1	0.727	0.613
	SQ2	0.792	
	SQ3	0.831	
	SQ4	0.820	
	SQ5	0.740	
User Satisfaction	US1	0.808	0.680
	US3	0.793	
	US4	0.863	
	US5	0.833	

Nilai AVE yang memenuhi ambang batas menunjukkan bahwa konstruk mampu menjelaskan lebih dari setengah varians dari indikator-indikatornya.

Validitas diskriminan diuji menggunakan *cross-loading* dan *Fornell-Larcker Criterion*. Pada analisis *cross-loading*, setiap indikator memiliki korelasi yang lebih tinggi terhadap konstruknya dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut secara eksklusif merepresentasikan konstruk masing-masing. Selain itu, nilai akar AVE setiap konstruk lebih besar dibandingkan dengan korelasi antar konstruk lainnya, yang mengonfirmasi bahwa validitas diskriminan telah terpenuhi.

Reliabilitas indikator diuji melalui *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR). Semua konstruk menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,7, dengan nilai:

Tabel 3. Hasil Statistik Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	Outer Loading
Usability Quality	0.877	0.907
Information Quality	0.887	0.909
Service Interaction	0.844	0.888
User Satisfaction	0.843	0.895

Hal ini mengindikasikan konsistensi internal yang baik dari indikator-indikator dalam mengukur konstruknya. Selain itu, nilai *Composite Reliability* setiap variabel berada di atas 0,7, yang memperkuat

bahwa indikator-indikator yang digunakan mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Secara keseluruhan, uji outer model menunjukkan bahwa instrumen penelitian valid dan reliabel. Dengan validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas yang terpenuhi, model pengukuran layak digunakan untuk analisis lebih lanjut dalam penelitian ini.

4.2. Uji Inner Model

Uji inner model bertujuan untuk mengevaluasi hubungan antar variabel dalam model penelitian serta menilai kemampuan prediksi model secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, pengujian melibatkan analisis nilai *R-Square*, *F-Square*, dan *Q-Square*, yang memberikan gambaran tentang kekuatan hubungan dan relevansi prediktif model.

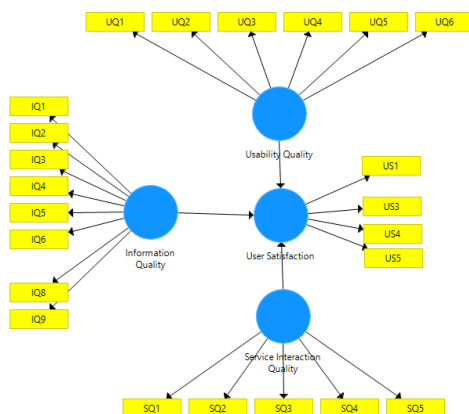
Tabel 4. Hasil Pengujian Inner Model

Variabel	Indikator
<i>User Satisfaction</i>	0.400

Hal ini berarti 40% variabilitas dalam kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel independen, yaitu *Usability Quality*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality*. Sementara itu, sisanya sebesar 60% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Nilai ini menunjukkan bahwa model memiliki kekuatan prediksi yang moderat dalam menjelaskan hubungan antar variabel.

Nilai *F-Square* digunakan untuk mengevaluasi tingkat kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil menunjukkan bahwa *Information Quality* memiliki nilai *F-Square* sebesar 0,273, yang menunjukkan pengaruh sedang terhadap kepuasan pengguna. Sementara itu, *Usability Quality* dan *Service Interaction Quality* memiliki nilai *F-Square* masing-masing sebesar 0,009 dan 0,011, yang menunjukkan pengaruh kecil. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa *Information Quality* memberikan kontribusi paling besar dalam menjelaskan kepuasan pengguna dibandingkan dengan variabel lainnya.

4.3. Uji Hipotesis



Gambar 2. Hasil Uji Bootstrapping

Pengujian hipotesis pada penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode bootstrapping pada software SmartPLS 4.1. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui hubungan antar variabel pada penelitian. Pada gambar 2 menunjukkan hasil dari pengujian bootstrapping yang dilakukan

Uji hipotesis bertujuan untuk mengevaluasi hubungan langsung antara variabel independen (*Usability Quality*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality*) terhadap variabel dependen (*User Satisfaction*). Pengujian dilakukan dengan analisis regresi menggunakan nilai path coefficient, T-Statistik, dan p-value untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak berdasarkan tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$).

Tabel 5. Hasil Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Path	Original Sample	T Statistic	P Value
H1	UQ – US	0.118	1.899	0.058
H2	IQ – US	0.586	8.952	0.000
H3	SQ – US	-0.099	2.886	0.004

Berdasarkan tabel 4, dapat dijelaskan dari pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

a. **H1: *Usability Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction***

Usability Quality menunjukkan pengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap *User Satisfaction*. Dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,118, T-Statistik sebesar 1,899, dan p-value sebesar 0,058, hipotesis ini ditolak karena nilai T-Statistik < 1,96 dan p-value > 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kemudahan penggunaan dianggap penting, pengguna mungkin sudah menganggap aspek ini sebagai standar minimum sebuah layanan digital, sehingga tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan mereka.

b. **H2: *Information Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction***

Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel *Information Quality* memiliki pengaruh signifikan positif terhadap *User Satisfaction*. Dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,586, T-Statistik sebesar 8,952, dan p-value sebesar 0,000, hipotesis ini diterima karena nilai T-Statistik > 1,96 dan p-value < 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi, seperti akurasi, relevansi, dan keterbaruan informasi yang disediakan oleh Traveloka, berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Pengguna yang merasa bahwa informasi yang tersedia di website relevan dan akurat cenderung lebih puas dengan layanan yang diberikan.

c. **H3: *Interaction Service Quality* berpengaruh positif signifikan terhadap tingkat *User Satisfaction***

Service Interaction Quality memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap User Satisfaction. Dengan nilai koefisien regresi sebesar -0,099, T-Statistik sebesar 2,886, dan p-value sebesar 0,004, hipotesis ini ditolak.

Meskipun signifikan, arah pengaruhnya yang negatif menunjukkan bahwa pengalaman interaksi layanan yang kurang memadai dapat menurunkan kepuasan pengguna. Responden mungkin merasa bahwa respons layanan lambat, kurang personalisasi, atau komunikasi kurang efektif dibandingkan ekspektasi mereka. Hasil ini mengindikasikan bahwa aspek interaksi layanan perlu diperbaiki untuk mendukung kepuasan pengguna secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Information Quality* dan *Service Interaction Quality* adalah variabel yang paling berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun untuk *Service Interaction Quality*, memiliki pengaruh negatif signifikan, yang menunjukkan perlunya peningkatan layanan interaksi. Sementara itu, variabel *Usability Quality* tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

4.4. Pembahasan

Hasil penelitian ini memberikan wawasan penting mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna (user satisfaction), yaitu usability quality, information quality, dan service interaction quality. Analisis menunjukkan bahwa masing-masing faktor memiliki hubungan yang berbeda dengan tingkat kepuasan pengguna.

Usability Quality, yang mencerminkan kemudahan penggunaan dan navigasi pada platform, tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa meskipun platform seperti Traveloka memiliki fitur yang intuitif dan mudah digunakan, pengguna mungkin sudah menganggap kualitas kegunaan sebagai standar minimum yang harus dipenuhi oleh layanan digital. Dengan demikian, kemudahan penggunaan tidak memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna. Temuan ini konsisten dengan literatur yang menyatakan bahwa dalam lingkungan digital yang sangat kompetitif, fitur yang intuitif dan mudah digunakan dianggap sebagai prasyarat dasar, bukan pembeda utama dalam pengalaman pengguna. Namun, penting untuk tetap menjaga kualitas kegunaan untuk memastikan bahwa pengguna tidak mengalami hambatan teknis yang dapat mengganggu pengalaman mereka.

Di sisi lain, *Information Quality* terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi yang akurat, relevan, dan up-to-date adalah elemen kunci dalam menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna. Dalam konteks

Traveloka, informasi seperti jadwal penerbangan, ketersediaan kamar hotel, dan harga tiket yang transparan dan terkini menjadi prioritas utama bagi pengguna dalam membuat keputusan perjalanan. Penemuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa kualitas informasi merupakan faktor dominan dalam memengaruhi kepuasan pengguna, terutama dalam platform yang sangat bergantung pada penyediaan data real-time. Dengan kata lain, semakin baik kualitas informasi yang disediakan, semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kepuasan pengguna terhadap layanan.

Sementara itu, service interaction quality juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, tetapi hasil menunjukkan bahwa hubungan ini bersifat negatif. Hal ini menunjukkan bahwa jika interaksi layanan tidak memenuhi ekspektasi pengguna—misalnya, respons yang lambat, komunikasi yang kurang jelas, atau ketidakmampuan dalam memberikan solusi yang memadai—pengalaman pengguna dapat menjadi negatif. Dalam konteks platform digital, pengguna cenderung memiliki ekspektasi tinggi terhadap kecepatan dan efisiensi layanan. Ketika harapan ini tidak terpenuhi, kualitas interaksi layanan, meskipun penting, dapat menjadi sumber ketidakpuasan. Hasil ini menekankan perlunya meningkatkan kecepatan respons, memperbaiki kualitas komunikasi, dan menyediakan layanan yang lebih personal untuk memenuhi kebutuhan pengguna secara efektif.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa information quality adalah faktor paling signifikan dalam meningkatkan kepuasan pengguna, sedangkan usability quality memiliki pengaruh yang tidak signifikan, dan service interaction quality meskipun signifikan, perlu diperhatikan karena memiliki hubungan negatif. Penemuan ini memberikan implikasi penting bagi platform seperti Traveloka untuk lebih memprioritaskan penyediaan informasi yang akurat dan relevan sambil terus meningkatkan pengalaman layanan pelanggan untuk memitigasi dampak negatif yang mungkin terjadi. Dengan pendekatan yang holistik, Traveloka dapat lebih efektif dalam memenuhi ekspektasi pengguna dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa usability quality, information quality, dan service interaction quality memiliki pengaruh yang berbeda terhadap user satisfaction pada platform Traveloka. Usability quality tidak memiliki pengaruh signifikan, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dianggap sebagai standar dasar oleh pengguna. Sebaliknya, information quality memiliki pengaruh positif signifikan, menegaskan bahwa informasi yang akurat, relevan, dan terkini adalah faktor kunci dalam menciptakan kepuasan pengguna. Sementara itu, service interaction quality memiliki pengaruh

signifikan negatif, mengindikasikan bahwa layanan yang tidak memenuhi ekspektasi, seperti respons yang lambat atau solusi kurang efektif, dapat menurunkan kepuasan pengguna. Temuan ini menyoroti pentingnya meningkatkan kualitas informasi dan layanan pelanggan untuk memastikan pengalaman pengguna yang optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Hanifah, M., Ali, I., Aldyan, F., Ghifari, D., & Fatwa, M. (2022). Analisis Metode Webqual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA) pada Kualitas Website E-Health Surabaya (Studi Kasus: E-Health Surabaya). *Journal Information System and Artificial Intellegence*, 2(2), 1-8.
- [2] Ding, K. and Jiang, P., 2017. RFID-based production data analysis in an IoT-enabled smart job-shop. *IEEE/CAA Journal of Automatica Sinica*.
- [3] Irawan, J.D., Prasetyo, S. and Wibowo, S.A., 2016. IP Based Module for Building Automation System. In *Proceedings of Second International Conference on Electrical Systems, Technology and Information 2015 (ICESTI 2015)* (pp. 337-343). Springer Singapore.
- [4] Sharma T, Aarthy SL. An automatic attendance monitoring system using RFID and IOT using Cloud. In *Green Engineering and Technologies (IC-GET)*, 2016 Online International Conference on 2016 Nov 19 (pp. 1-4). IEEE.
- [5] Andiaty, A., & Oktaviana, S. (2022). Analisis Kualitas Dan Kepuasan Pengguna Website Istyle.id Dengan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Tekno Kompak*, 16(2), 111-123.
- [6] Zulfahri, A. F., Wibowo, D. A., & Noor, A. (2024). Penilaian Kepuasan Pengguna Website Shopee Menggunakan Webqual 4.0. *Jurnal Sains dan Teknologi (JSIT)*, 4(1), 46-52.
- [7] Handayani, P. W., & Nurhayati, S. L. (2012). Pendefinisian Instrumen Evaluasi Website E-Commerce Business To Consumer (B2C). *Jurnal Sistem Informasi*, 6(1), 10-19.
- [8] Traveloka. (2021) about us. <https://www.traveloka.com/id-id/about-us>
- [9] Barnes, S., & Vidgen, R. (2000). WebQual: an exploration of website quality. *ECIS 2000 proceedings*, 74.
- [10] Nurlatifah, A., Widowati, S., & Riskiana, R. R. (2019). Implementasi Webqual 4.0 Untuk Pembangunan Aplikasi Pengukuran Kualitas Website (webqtools). *eProceedings of Engineering*, 6(2).
- [11] Aulia, R. Analisis pengaruh kualitas website traveloka.com terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna menggunakan metode Webqual 4.0 dan ES-Qual (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- [12] Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran usability website e-commerce Sambal Nyoss menggunakan metode Skala Likert. *Jurnal Compiler*, 7(1), 54-61
- [13] Az-zahra, R. N., Tyo, M. P., Rahman, F., Sidiq, M. Z., & Sanjaya, R. (2022). analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Kawasan Agrowisata Cicantayan Menggunakan Webqual 4.0. *Jurnal Edukasi Dan Penelitian Informatika (JEPIN)*, 8(1), 13. <https://doi.org/10.26418/jp.v8i1.51056>.
- [14] Marlina, R. R. (2020). Partial least square-structural equation modeling pada hubungan antara tingkat kepuasan mahasiswa dan kualitas Google classroom berdasarkan metode webqual 4.0. *Jurnal Matematika, Statistika Dan Komputasi*, 16(2), 174-186.
- [15] ST, M. F. R., & Salim, R. A. (2020). Comparative Analysis of Pegipegi. com and Tiket. com website quality using the Webqual 4.0 Method for End User Satisfaction.
- [16] Wijaya, H. O. L., & Putra, B. M. (2020). Evaluasi Website Open Journal System Menggunakan Metode WEBQUAL. *Jurnal Teknologi Informasi Mura*, 12(01), 68-75.
- [17] Riyanto, R. E., & Bachri, O. S. (2019). Analisis pengukuran kualitas website terhadap kepuasan pengguna berdasarkan webqual 4.0. *Jurnal Ilmiah Intech: Information Technology Journal of UMUS*, 1(01), 89-97.
- [18] Husain, T., & Budiyantera, A. (2018). Analisis End-User Computing Satisfaction (EUCS) Dan WebQual 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 4(2), 164-176.
- [19] HT, A. S. Rancang bangun sistem informasi E-Ticketing berbasis WEB menggunakan teknologi QR-Code (Bachelor's thesis, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).
- [20] Nurhalima, N., & Hadisaputro, E. L. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Traveloka dengan Menerapkan Metode TAM. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(4), 466-471.
- [21] Nada, N. Q., & Wibowo, S. (2015). Pengukuran kualitas layanan sistem informasi akademik menggunakan metode webqual 4.0. *Jurnal Informatika UPGRIS*, 1(2 Desember).
- [22] Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2002). An integrative approach to the assessment of e-commerce quality. *J. Electron. Commer. Res.*, 3(3), 114-127.
- [23] Yan, P., & Guo, J. (2010, February). The research of web usability design. In *2010 The 2nd International Conference on Computer and Automation Engineering (ICCAE)* (Vol. 4, pp. 480-483). IEEE.
- [24] Tarigan, J. (2008). User satisfaction using Webqual instrument: A research on stock exchange of Thailand (SET). *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 10(1), 24-47.
- [25] Napitupulu, D. (2017). Analysis of factors affecting the website quality based on WebQual approach (study case: XYZ University). *International Journal on Advanced*

- Science, Engineering and Information Technology*, 7(3), 792-798.
- [26] .Santoso, I. (2009). *Interaksi Manusia dan Komputer Edisi 2*. Penerbit Andi.a