

ANALISIS KUALITAS WEBSITE UDATA.ID TELKOM DIGITAL SERVICE MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) (STUDI KASUS PADA PENGUNJUNG WEBSITE UDATA.ID DIVISI DIGITAL SERVICE) 2017

Cyntia Lupita Sari, Sampurno Wibowo, S.E., M.Si.

Jurusan D3 Manajemen Pemasaran Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom
 cyntialupita3424@gmail.com, sampurnowibowo@yahoo.com

ABSTRAK

Website merupakan aplikasi teknologi informasi (TI) yang secara umum wajib di kembangkan saat ini. Udata.id adalah sebuah website dengan jenis produk big data analitik dari PT. Telkom Indonesia. Oleh karena itu peningkatan kualitas layanan berbasis *web* merupakan suatu upaya yang harus dilakukan secara berkesinambungan untuk meyakinkan pengguna agar tetap menggunakan layanannya sehingga dapat memberikan kepuasan kepada penggunanya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur tingkat kualitas *website* udata.id saat ini berdasarkan penilaian pengguna terhadap kualitas aktual yang dirasakan dan kualitas ideal yang diharapkan. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan dimensi WEBQUAL 4.0 yang dinilai berdasarkan perspektif tingkat kinerja (*performance*) dan tingkat kepentingan (*importance*) menggunakan metode *Importance Performance Analysis*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 96 responden dengan menggunakan teknik sampling *purposive*. Perhitungan menggunakan SPSS for windows version 23.0, hasil analisis deskriptif nilai *importance webqual 4.0* diperoleh persentase 81,72%, dapat diartikan bahwa kualitas *website* pada *udata* dinilai sangat penting bagi pengunjung, hasil analisis deskriptif mengenai nilai *performance webqual 4.0* diperoleh persentase 75,57%, dapat diartikan bahwa kinerja atau *performance website udata* dinilai baik oleh pengunjung *website*. Berdasarkan aspek kesenjangan (*gap*), tingkat kualitas *website udata* secara keseluruhan masih bernilai negatif yaitu $-(0,24)$ yang artinya kualitas *website udata* belum sesuai harapan pengguna. Hasil *Importance Performance Analysis* menunjukkan atribut-atribut *website* yang harus menjadi perhatian utama untuk perbaiki yaitu *website* menyediakan informasi yang akurat dan kemudahan untuk berkomunikasi dengan perusahaan.

Kata Kunci: *Quality Website, WEBQUAL.*

ABSTRACT

The website is the application of information technology (IT) are generally required to be developed at this time. Udata.id is a website with kind of big data analytical product from PT. Telkom Indonesia. Therefore improving the quality of web-based services is an effort that must be done continuously to convince users to keep using the service so as to provide satisfaction to its users. The purpose of this study is to measure the current level of quality of udata.id website based on the user's assessment of the actual perceived quality and ideal quality expected. This research is a quantitative descriptive research with WEBQUAL 4.0 dimension approach which is assessed based on performance and importance level using Importance Performance Analysis method. Respondents in this study amounted to 96 respondents by using purposive sampling technique. Calculation using SPSS for windows version 23.0, descriptive analysis value of importance of webqual 4.0 obtained percentage 81,72%, can be interpreted that quality of website at udata considered very important for visitor, result of descriptive analysis about value of webqual 4.0 performance obtained percentage 75,57% can be interpreted that the performance or performance of website is considered good by website visitors. Based on the aspect of the gap, the level of website quality as a whole is still negative value that is $-(0,24)$ which means the correct level of performance is still below consumer expectations. The results of Importance Performance Analysis show the attributes of the website that should be the main concern for improvement are the website provides accurate information and ease to communicate with the company.

Keywords: *Quality Website, WebQual.*

1. Pendahuluan

Website merupakan aplikasi teknologi informasi (TI) yang secara umum wajib di kembangkan saat ini. Udata.id adalah sebuah website dengan jenis produk big data analitik dari PT. Telkom Indonesia. Oleh karena itu peningkatan kualitas layanan berbasis *web* merupakan suatu upaya yang harus dilakukan secara berkesinambungan untuk meyakinkan pengguna agar tetap menggunakan layanannya sehingga dapat memberikan kepuasan kepada penggunanya. Proposal inovasi *Website Udata Analitik* adalah sebuah bentuk pengajuan pengembangan inovasi pada *website udata* ke pusat Divisi *Digital Service*. Proposal tersebut bertujuan untuk mengetahui pengembangan apa saja yang harus dilakukan dengan tepat. Berdasarkan pada surat pernyataan tentang proposal inovasi *Website Udata Analitik* di Divisi *Digital Service*, penanggungjawab Faisal Baharuddin dengan NIK 651195 dan bekerjasama bersama tim DDS, yang bertindak atas nama inovator sebagai berikut:

TABEL 1.1

Tabel Daftar Nama Inovator *Website Udata*

No	Nama	NIK	Loker
1	Arwin Taruna R	920115	BRE-DDS
2	Anna Mulyani	720346	MKT-DDS

3	Herdi Widiatoro		MKT-DDS
4	Nuning Wahyu		MKT-DDS

Sumber: Data Internal Perusahaan, 2017

Divisi *Digital Service* akan melakukan inovasi website *udata* analitik dengan mengajukan suatu proposal ke pusat guna melakukan peningkatan kualitas layanan berbasis web secara berkesinambungan. Oleh karena itu diperlukannya penelitian untuk mengukur kualitas website yang ada saat ini dari persepsi pengguna, sehingga dalam mengembangkan inovasi website, diharapkan sesuai dengan harapan pengunjung dan dapat mengetahui apa saja yang harus menjadi fokus dalam pengembangan. Website merupakan salah satu indikasi untuk membangun kredibilitas dan citra perusahaan.

Oleh karena itu berdasarkan informasi yang telah didapatkan maka dilakukan penelitian terhadap *website* dari TELKOM Divisi *Digital Service* (www.udata.id) dengan judul “ANALISIS KUALITAS WEBSITE UDATA.ID TELKOM DIGITAL SERVICE MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0 DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)” yang mana dengan dilakukan penelitian ini akan dapat meningkatkan kinerja dan kualitas *website udata.id* sesuai harapan konsumen.

2. Dasar Teori dan Metodologi Penelitian

2.1. Dasar Teori

2.1.1 Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler & Amstrong (2016:32), “*Maeketing management is the art and science of choosing target markets and building profitable relationship with them*”. Yang artinya, manajemen pemasaran adalah seni dan ilmu dari memilih pasar sasaran dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan mereka.

2.1.2 Internet

Menurut Saputra (2013:5), internet merupakan hubungan antar berbagai jenis komputer ataupun jaringan di dunia yang berbeda sistem operasi maupun aplikasinya dimana hubungan yang tercipta terjadi karena pemanfaatan teknologi media komunikasi yang lebih maju yang menggunakan protokol standar dalam berkomunikasi yaitu protocol *TCP/IP*.

2.1.3 Website

Menurut Rohi Abdulloh (2015:1), website adalah sekumpulan halaman yang yang terdiri dari beberapa laman yang berisi informasi dalam bentuk data digital baik berupa teks, gambar, video, audio, dan animasi lainnya yang disediakan melalui jalur koneksi internet.

2.1.4 Kualitas Website

Dikutip dari penelitian Fakhri Rahmawan (2016), WebQual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna terakhir. Metode ini merupakan pengembangan dari ServQual Zeithaml yang banyak digunakan sebelum pada pengukuran kualitas jasa. WebQual sudah dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa literasi dalam penyusunan dimensi item – item pertanyaan. WebQual sendiri disusun berdasarkan 3 dimensi yang membentuk kualitas desain *web content* (Barnes, Vidgen, 2003) yaitu:

1. Kualitas informasi *website* (*web information quality*)
2. Kualitas desain *website* (*site design quality*)
3. Kualitas Penggunaan (*usability quality*)

2.1.5 Dimensi WebQual

Webqual 4.0 disusun berdasarkan tiga area utama yaitu *usability*, kualitas interaksi, dan kualitas informasi. Barnes & Vidgen (2003). Berikut adalah dimensi dan variabel pertanyaan dari WebQual 4.0:

TABEL 2.1

Dimensi dan Variabel Instrumen WebQual (*Website Quality*)

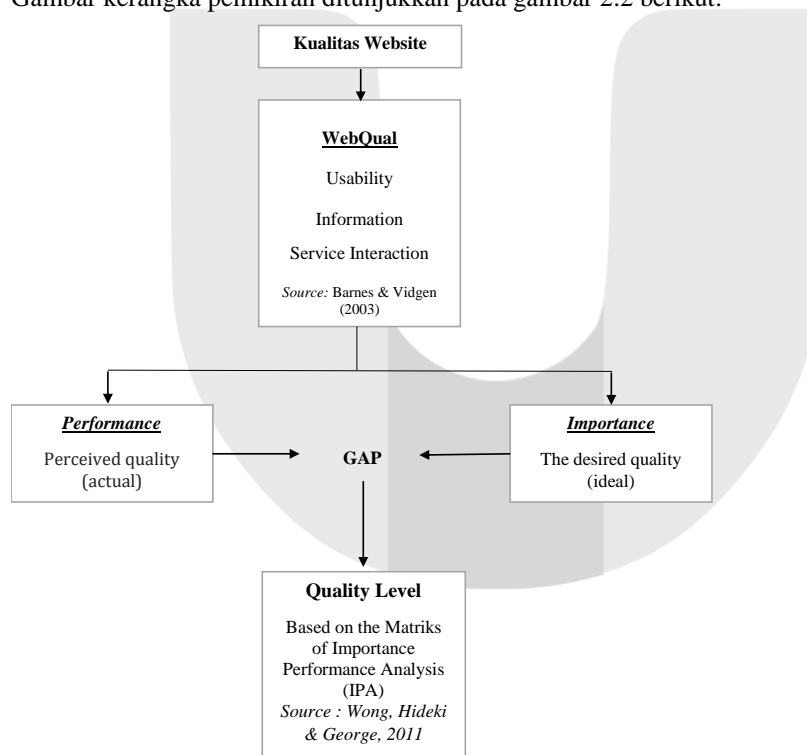
Dimensi	Variabel WebQual 4.0
Kegunaan (<i>Usability</i>)	1. Kemudahan untuk dioperasikan 2. Interaksi dengan <i>website</i> jelas dan dapat dimengerti 3. Kemudahan untuk navigasi 4. Tampilan yang atraktif 5. Tampilan sesuai dengan jenis <i>website</i> 6. Adanya tambahan pengetahuan dari informasi

	<i>website</i> 7. Tepat dalam penyusunan tata letak informasi 8. Kemudahan untuk menemukan alamat <i>website</i>
Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>)	9. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya 10. Menyediakan informasi yang <i>up to date</i> 11. Menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami 12. Menyediakan informasi yang cukup detail 13. Menyediakan informasi yang relevan 14. Menyediakan informasi yang akurat 15. Menyajikan informasi dalam format yang sesuai
Kualitas Interaksi Pelayanan (<i>Service Interaction Quality</i>)	16. Mempunyai reputasi yang baik 17. Menyediakan keamanan untuk melengkapi transaksi 18. Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi 19. Adanya suasana komunitas 20. Kemudahan untuk menarik minat dan perhatian 21. Kemudahan untuk berkomunikasi 22. Tingkat kepercayaan yang tinggi akan pengiriman barang/jasa

Sumber: Barnes & Vidgen, 2017

2.1.6 Kerangka Pemikiran

Gambar kerangka pemikiran ditunjukkan pada gambar 2.2 berikut:



2.2 Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini di kategorikan ke dalam penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut Zikmund (2013:49), tujuan utama dari penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan karakteristik objek, manusia, kelompok, organisasi, dan lingkungan. Menurut (Margono dalam buku Darmawan, 2013:38), penelitian deskriptif adalah penelitian mendeskripsikan hal-hal yang saat ini berlaku. Penelitian ini tidak

menguji hipotesis melainkan hanya mendeskripsikan informasi apa adanya sesuai dengan variabel yang diteliti. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk menggambarkan ciri-ciri orang tertentu, kelompok -kelompok, atau keadaan-keadaan. Penelitian deskriptif berusaha memberikan dengan sistematis dan cermat fakta-fakta aktual dan sifat populasi tertentu.

Sedangkan pendekatan kuantitatif sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2014:8), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Filsafat positivisme memandang realitas/gejala/fenomena itu dapat diklasifikasikan, relatif tetap, konkrit, teramati, terukur, dan hubungan gejala bersifat sebab akibat.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji validitas, menunjukkan bahwa nilai dari setiap item pernyataan dalam kuesioner sudah valid dengan signifikansi kurang dari 0,05 serta nilai r hitung lebih besar dari r tabel (rhitung > rtabel), sehingga pernyataan dianggap valid dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Hal ini berarti bahwa setiap item pernyataan dari kuesioner yang disebar kepada responden dapat dimengerti atau diterima. Uji reliabilitas juga menunjukkan bahwa nilai dari Cronbach’s Alpha dari setiap variabel lebih besar dari 0,6 sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner dalam penelitian ini reliabel. Dari perhitungan data IBM SPSS V.23.0 pernyataan pada semua indikator *importance* dan *performance* dianggap reliabel karena nilai *Cronbach’s Alpha Importance* sebesar 0,962 dan nilai *Cronbach’s Alpha Performance* sebesar 0,932.

3.2 Analisis Deskriptif

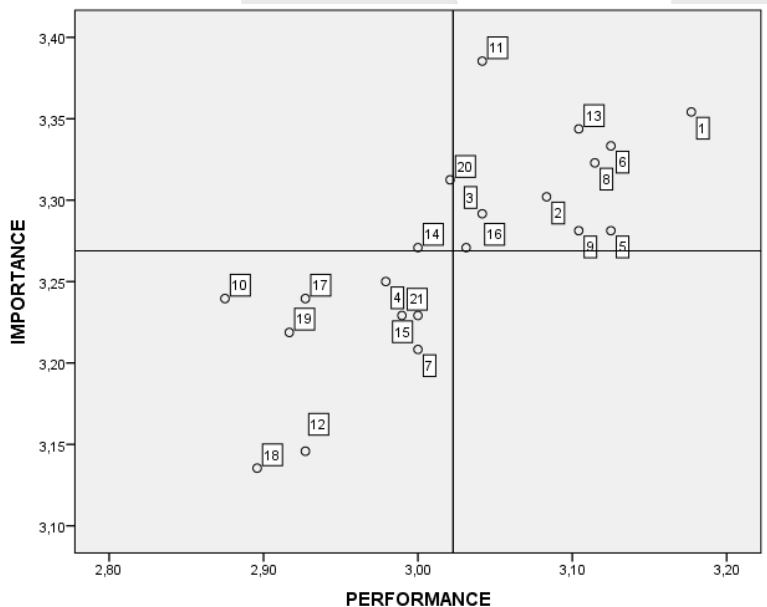
Dari hasil pengolahan data mengenai nilai *importance Webqual 4.0* diperoleh persentase sebesar 81,72%, angka tersebut berada dalam kategori sangat penting, yang berarti bahwa kualitas website *udata* dinilai sangat penting bagi pengunjung website *udata*. Dari hasil pengolahan data mengenai nilai *performance Webqual 4.0* diperoleh persentase sebesar 75,57%, angka tersebut berada dalam kategori baik.

3.3 Analisis Kesenjangan (Gap)

Untuk menentukan nilai kesenjangan, dapat dilihat dari selisih antara nilai kualitas aktual (*performance*) dan kualitas ideal (*importance*). Rata-rata *gap* pada penelitian ini adalah $-(0,24)$ yang berarti bahwa semua pernyataan mempunyai kesenjangan (*gap*). Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pada kualitas website saat ini masih berada dibawah harapan pengunjung.

3.4 Importance Performance Analysis (IPA)

Penelitian ini menggunakan metode analisis IPA yaitu pada analisis kuadran. Analisis kuadran digunakan untuk mengukur kinerja kepuasan yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerja kepuasan yang diterima oleh pelanggan (Algifari, 2016:70).



Berdasarkan Gambar 4.3 diperoleh hasil pemetaan variabel berdasarkan skala prioritasnya dengan metode IPA sebagai berikut :

1. Kuadran I

Indikator yang termasuk dalam kuadran I adalah indikator yang dianggap penting oleh pelanggan pengguna namun kinerjanya rendah (prioritas utama) sehingga perlu segera ditingkatkan yaitu sebagai berikut:

- (14) *Website* *udata.id* menyediakan informasi yang akurat
- (20) Adanya kemudahan untuk berkomunikasi dengan Perusahaan Menyediakan informasi yang cukup detail

Oleh karena ke-dua (2) indikator tersebut menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan.

2. Kuadran II

Indikator yang termasuk dalam kuadran II adalah indikator yang dianggap penting oleh pelanggan dan kinerjanya sudah baik berdasarkan persepsi pelanggan yaitu sebagai berikut:

- (1) Website *udata.id* mudah dioperasikan
- (2) Interaksi pada *website* *udata.id* jelas dan dapat dimengerti
- (3) Anda merasa mudah melakukan navigasi dalam *website*
- (5) Desain *website* *udata.id* sesuai dengan jenis *website*
- (6) Adanya tambahan pengetahuan dari informasi pada *website* *udata.id*
- (8) Alamat *website* *udata.id* mudah untuk ditemukan
- (9) Website *udata.id* menyediakan informasi yang dapat dipercaya
- (11) Website *udata.id* menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami
- (13) Website *udata.id* menyediakan informasi yang relevan
- (16) Website *udata.id* mempunyai reputasi yang baik

Oleh karena ke-sepuluh (10) indikator tersebut harus dipertahankan oleh organisasi.

3. Kuadran III

Indikator yang termasuk dalam kuadran III adalah indikator yang dianggap kurang atau tidak penting oleh pelanggan dan kinerjanya juga tidak baik yaitu sebagai berikut:

- (4) Website *udata.id* memiliki tampilan yang menarik
- (7) Tepat dalam penyusunan tata letak informasi
- (10) Website *udata.id* menyediakan informasi yang *up to date*
- (12) Website *udata.id* menyediakan informasi yang cukup detail
- (15) Website *udata.id* menyajikan informasi dalam format yang sesuai
- (17) Anda merasa aman dalam menyampaikan data pribadi pada *website* *udata.id*
- (18) Website *udata.id* menyampaikan rasa komunitas
- (19) Website *udata.id* menyediakan ruang untuk personalisasi
- (21) Anda merasa yakin bahwa pelaksanaan layanan akan sesuai sebagaimana yang telah dijanjikan

Dengan demikian ke-sembilan (9) indikator tersebut dapat diabaikan oleh organisasi karena dianggap kurang penting oleh pelanggan.

4. Kuadran IV

Indikator yang termasuk dalam kuadran IV adalah indikator yang dianggap kurang penting oleh pengunjung namun kinerjanya berlebihan. Dalam *website* *udata* indikator yang termasuk dalam kuadran IV tidak ada, yang berarti bahwa tidak ada indikator yang dianggap terlalu berlebihan oleh pengunjung *website*.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

1. Dari hasil analisis deskriptif mengenai nilai *importance webqual 4.0* diperoleh persentase 81,72%, dapat diartikan bahwa kualitas *website* pada *udata* dinilai sangat penting bagi pengunjung dengan hasil persentase tertinggi sebesar 83,85% yaitu pada item "*website* *udata.id* mudah dioperasikan" dan item pernyataan terendah dengan persentase 78,38% yaitu "*website* *udata.id* menyampaikan rasa komunitas".
2. Dari hasil analisis deskriptif mengenai nilai *performance webqual 4.0* diperoleh persentase 75,57%, dapat diartikan bahwa kinerja atau *performance* *website* *udata* dinilai baik oleh pengunjung *website* *udata* dengan hasil persentase tertinggi sebesar 79,42% yaitu pada item "*website* *udata.id* mudah dioperasikan" dan item pernyataan terendah dengan persentase 71,87% yaitu "*website* *udata.id* menyediakan informasi yang *up to date*".
3. Berdasarkan aspek kesenjangan (*gap*), tingkat kualitas *website* *udata* secara keseluruhan masih bernilai negatif yaitu -(0,24) yang artinya kualitas *website* *udata* belum sesuai harapan pengguna. Indikator yang

mempunyai nilai *gap* tertinggi yaitu indikator ke 10 “*website udata.id menyediakan informasi yang up to date*” yang berarti informasi yang disediakan pada website dianggap kurang sesuai harapan atau kurang *up to date*.

4. Berdasarkan hasil analisis kuadran diagram kartesius *Important Performance Analysis*, indikator-indikator yang menjadi perhatian utama yaitu indikator *website udata.id menyediakan informasi yang akurat dan adanya kemudahan untuk berkomunikasi dengan Perusahaan*. indikator-indikator tersebut dinilai penting namun kinerjanya redah, sehingga indikator tersebut merupakan prioritas utama untuk dilakukannya perbaikan.
5. Berdasarkan analisis IPA, dapat diketahui 10 item yang dianggap penting bagi pengunjung dan kinerjanya dianggap sudah baik berdasarkan persepsi pengunjung, yaitu *website udata.id mudah dioperasikan, interaksi pada website udata.id jelas dan dapat dimengerti, merasa mudah melakukan navigasi dalam website, desain website udata.id sesuai dengan jenis website, adanya tambahan pengetahuan dari informasi pada website udata.id, alamat website udata.id mudah untuk ditemukan, website udata.id menyediakan informasi yang dapat dipercaya, website udata.id menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami, website udata.id menyediakan informasi yang relevan, dan website udata.id mempunyai reputasi yang baik*, sehingga indikator-indikator tersebut harus dipertahankan kinerjanya oleh organisasi.

4.2 Saran

1. Berdasarkan aspek kesenjangan (*gap*), indikator yang mempunyai nilai *gap* tertinggi yaitu indikator ke 10 “*website udata.id menyediakan informasi yang up to date*” yang berarti informasi yang disediakan pada website dianggap kurang sesuai harapan pengunjung, *udata* harus secara rutin atau berkala memperbaharui informasi yang ada pada website, khususnya pada fitur menu *insight* terbaru, agar dapat menjadi tambahan pengetahuan lebih mendalam tentang pentingnya big data analitik sehingga kepuasan akan informasi *ter-update* untuk pengunjung terpenuhi.
2. Berdasarkan hasil analisis kuadran diagram kartesius *Important Performance Analysis*, indikator yang menjadi perhatian utama yaitu indikator *website udata.id menyediakan informasi yang akurat dan adanya kemudahan untuk berkomunikasi dengan Perusahaan*. Atribut-atribut tersebut dinilai oleh pengunjung belum baik sehingga masih memerlukan perbaikan dan peningkatan. Salah satu penunjang keakuratan sebuah informasi dilihat dari kelengkapan (*completeness*) informasi, Pada kualitas informasi *udata* dianggap kurang lengkap dari sisi informasi tentang produknya yang membuat pengunjung merasa bahwa informasi pada website *udata* kurang akurat. Diharapkan kelengkapan tentang penjelasan produk diperbaiki dengan baik, dengan menambah konten kelengkapan informasi dan juga relevansi pada pentingnya dan manfaat big data era sekarang. Indikator kedua yaitu, adanya kemudahan untuk berkomunikasi dengan Perusahaan, kurang adanya kemudahan bagi pengunjung untuk berkomunikasi dengan perusahaan karena komunikasi hanya dapat dilakukan dengan email dan nomor telepon yang kurang memudahkan pengunjung untuk mendapatkan informasi atau respon secara cepat. Oleh karena itu diharapkan untuk menabahkan fitur *online chatting* pada website, agar memudahkan pengunjung dalam melakukan komunikasi dan interaksi secara cepat, karena *online chatting* merupakan sebuah fitur yang dapat memudahkan pengunjung dalam berinteraksi dengan perusahaan dengan mudah dan cepat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Keller. (2016). *Marketing management*. 15e, Boston, Pearson Education.
- Barnes, S.J. dan Vidgen, R.T. (2003). *Measuring Web Site Quality Improvements a Case Study of The Forum on Strategic Management Knowledge Exchange*. Journal of Industrial Management and Data System.
- C. Laudon, Kenneth dan Traver, Carol Guercio (2009), “*E-Commerce: Business,Technology, Society*”, Prentice Hall.
- Saputra, Eka. (2013). *Jurus Hebat Download Apa Pun Gratis Di Internet*. Jakarta: PT. Mahadaya.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*, Cetakan ke 20. Bandung, ALFABETA
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke-22). Bandung: CV. Alfabeta.
- Zikmund, William G. Dan et.al. (2010). *Business Research Methods*. South Western: Cengage Learning.
- Ghozali, Imam, 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Yogyakarta: Badan Penerbit BPFE.
- Malhotra, Naresh, K. 2010. *Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Siagian. (2014:56). *Sistem Informasi Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Darmawan, Deni. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Dosa karya
- Tjiptono, Fendy. (2011). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Abdulloh, Rohi. (2015). *Web Programming is Easy*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

Penelitian Terdahulu

- Rahmawan. Fakhri. (2016). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Diskon Harbolnas dan WebQual 4.0. Lazada.co.id terhadap keputusan pembelian www.lazada.co.id (Studi Kasus pada Mahasiswa/i Telkom University)*. Tugas Akhir. Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Telkom.
- Hakim, Abdul. (2016). *Analisis Kualitas Website Pos Indonesia menggunakan Metode Webqual (Studi Pada Penjual Online di Kota Bandung)*. Jurnal Sistem Informasi (JSI).
- Candra, I. (2012). *Evaluasi Kualitas Website Pemerintah Daerah Dengan Menggunakan WebQual (Studi Kasus Pada Kabupaten Ogan Ilir)*. Jurnal Sistem Informasi (JSI), 4(2).
- Wong, M.S. N. Hideki dan P. George. 2011. *The Use of Importance-Performance Analysis (IPA) in Evaluating Japan's E-government Services*. Jurnal. Journal of Theoretical and Applied Electronic. Vol 6: halaman 21-22
- Chairunnisa, Faraz. (2017). *Analisis Kualitas Website Noss-A Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (Studi Kasus Pada Divisi Assurance PT. Telkom Kebayoran Baru, Jakarta Selatan)*. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
- Afif, Muharman Nur. (2015). *Analisis Electronic Retail Quality (eTailQ) LINE STORE Menggunakan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Pada Pelanggan Telkomsel yang Menggunakan Layanan Line Store)*. Skripsi. Jurusan Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom.
- Setyawan, Danny. (2016). *Analisis Kualitas Website Traveloka.com Menggunakan Pendekatan Webqual dan Importance Performance Analysis*. Skripsi. Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Telkom.
- Barnes, and Vidgen. (2003). *An Intergrtive Approach to The Assessment of E-Commerce Quality*. Journal of Electronic Commerce Research, Vol. 3, No. 3.

Website

Tentang Telkom. [Online]. www.telkom.co.id. [Diakses Pada 17 Maret 2017]

APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia). (2016). *Penetrasi Pengguna Internet.* [Online]. <https://www.apjii.or.id>. [Diakses Pada 23 Maret 2017]

Internet Users. [Online]. www.internetlivestats.com. [Diakses Pada 23 Maret 2017]

Pengguna Internet di Indonesia. [Online]. <http://tekno.kompas.com>. [Diakses Pada 23 Maret 2017]

