

**ANALISIS KUALITAS WEBSITE LAKU6.COM MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL DAN
IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA)**

(Studi Kasus Pengguna Website LAKU6.COM)

**ANALYSIS OF LAKU6.COM WEBSITE QUALITY USING WEBQUAL AND IMPORTANCE
PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) METHODS**

(LAKU6.COM Website User Case Study)

Gaia Evan Permana, Tri Indra Wijaksana,S.Sos,M.Si

Progam studi Administrasi Bisnis, Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom

Gaiaevan11@gmail.com

Abstrak

Bagi sebuah perusahaan, memiliki *website* adalah suatu keharusan sebagai wujud eksistensinya secara *online*. Kepuasan *User* merupakan ukuran penting kualitas *website*. tujuan dari penelitian ini adalah Mengetahui besarnya jarak persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas situs Laku6.com

Menurut Barnes dan Vidgen (dalam Punyani, 2015) terdapat 22 instrumen dari Usability, Information Quality, dan Service Interaction dengan pengukuran ini, kekuatan dan kelemahan dari situs sicepat dapat diidentifikasi, dan kualitas serta kegunaan dari situs web dapat ditingkatkan.

Objek penelitian ini adalah Pelanggan Laku6 yang pernah mengakses situs Laku6.com. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Teknik yang diambil dari *nonprobability sampling* adalah teknik *purposive sampling*. Analisis data ini menggunakan deskriptif dan *Importance Performance Analysis*.

Nilai gap yang diperoleh negatif, menandakan perusahaan harus melakukan perbaikan dengan lebih meningkatkan kualitas pada atribut *WebQual*. Terdapat empat kuadran hasil pengolahan yaitu kuadran A, B, C, dan D. Dimensi yang memiliki gap terbesar adalah *Service Interaction* dengan selisih gap sebesar - 0.29. Hasil tersebut menunjukkan nilai negatif yang berarti bahwa kualitas aktual (Persepsi) yang dirasakan saat ini belum dapat memenuhi kualitas ideal (Harapan) yang diinginkan pengguna, maka tingkat kualitas dinyatakan masih kurang baik. Bagi penelitian lain, dapat melakukan penelitian lebih lanjut dari penelitian ini dengan menggunakan analisis terhadap hubungan antara tingkat kepuasan pengguna dengan karakteristik pengguna.

Kata kunci: *WebQual, IPA, Laku6, Website*

Abstract

For a company, having a website is a must as a form of online existence. User satisfaction is an important measure of website quality. the purpose of this study is to find out the distance of perception and expectations of customers to the quality of the site Laku6.com.

According to Barnes and Vidgen (in Punyani, 2015) there are 22 instruments from Usability, Information Quality, and Service Interaction with these measurements, the strengths and weaknesses of the site quickly can be identified, and the quality and usability of the website can be improved.

The object of this study is Laku6 customers who have accessed the Laku6.com site. Data collection was obtained through distributing questionnaires to 100 respondents. The technique taken from nonprobability sampling is purposive sampling technique. This data analysis uses descriptive and Importance Performance Analysis.

The gap value obtained is negative, indicating the company must make improvements by further improving the quality of the WebQual attribute. There are four quadrants of processing, namely quadrants A, B, C, and D. The dimension that has the largest gap is Service Interaction with a gap of -0.29. These results indicate a negative value which means that the actual quality (Perception) perceived at this time has not been able to meet the ideal quality (Expectations) desired by the user, then the quality level is stated to be still not good. For other studies, can do further research from this study by using an analysis of the relationship between the level of user satisfaction with user characteristics.

Keywords: WebQual, IPA, Laku6, Website

Telkom
University

1. Pendahuluan

Dengan masih banyaknya komentar-komentar negatif mengenai kualitas aplikasi Laku6, menunjukkan bahwa laku6.com belum sepenuhnya memberikan kualitas pelayanan yang maksimal terhadap kepuasan konsumen. Laku6.com telah menciptakan *website* mereka sendiri untuk memuat informasi yang berkaitan dengan berbagai kegiatan jual beli Handphone. Hal ini untuk memudahkan pengguna dalam mengakses informasi dengan mudah dengan kurun waktu singkat. Peranan *website* pada Laku6 tidak hanya terbatas sebagai media jual beli Handphone namun juga merupakan salah satu barometer yang dipakai untuk mengukur kualitas sebuah perusahaan tersebut.

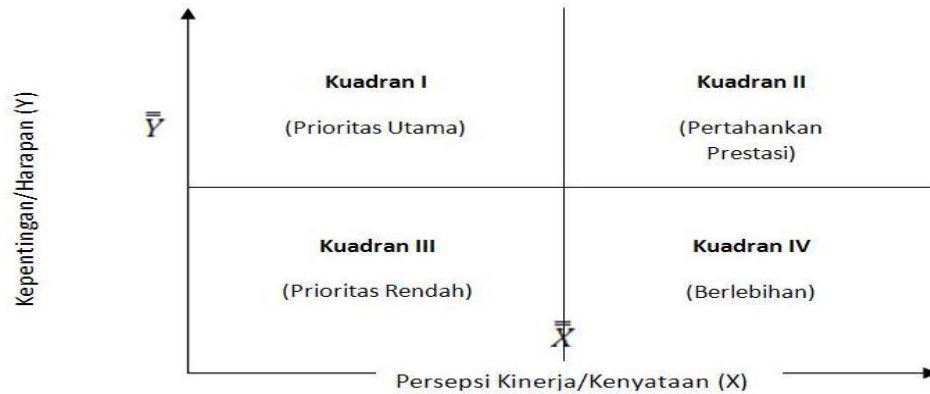
Terdapat beberapa fenomena yang terjadi mengenai kualitas *website* Laku6 yang diperoleh berdasarkan hasil pretest kepada 30 responden, pengguna merasa kesulitan untuk berkomunikasi dengan Laku6, Pengguna merasa *website* Laku6 kurang memberikan informasi sesuai dengan format, Pengguna merasa *website* Laku6 kurang memahami *website* Laku6, dan Pengguna merasa kurang aman mengakses *website* Laku6.

Salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui kualitas *website* Laku6 dalam sudut pandang pengguna adalah metode *WebQual* 4.0. Peneliti menggunakan metode *WebQual* 4.0 karena diharapkan mampu mengukur kualitas *website* yang berfokus pada *usability*, *information quality* dan *service interaction*. Metode *Importance Performance Analysis* digunakan untuk mengukur sejauh mana persepsi tentang mutu layanan *website* yang dirasakan (actual) dengan tingkat harapan (ideal). Berdasarkan uraian latar belakang, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui persepsi dan harapan pelanggan, serta besarnya jarak persepsi dan harapan pelanggan terhadap kualitas *website* Laku6.

2. Tinjauan Penelitian

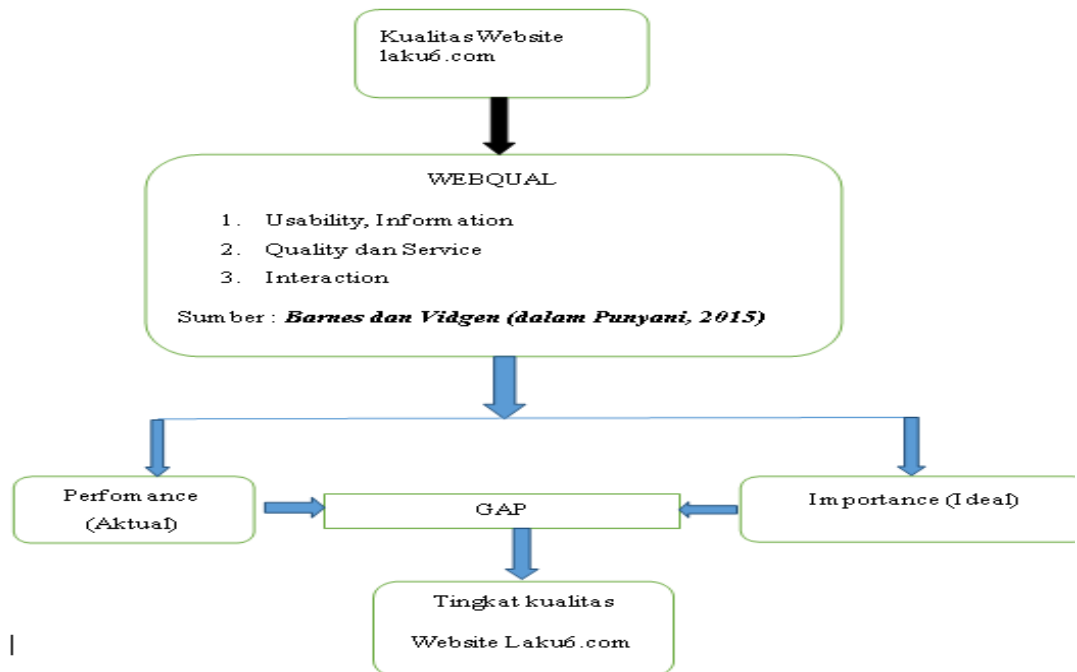
WebQual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna. *WebQual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaan. *Webqual* merupakan alat untuk mengukur *usability* (kegunaan), *information quality* (kualitas informasi), dan *interaction quality* (kualitas interaksi). (Barnes and Vidgen, 2000). Menurut Barnes dan Vidgen (dalam Punyani, 2015) terdapat 22 instrumen dari *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction*. *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa mereka. Dimensi kepentingan (Harapan) menunjukkan seberapa penting atribut kualitas menurut para pengguna, Sedangkan dimensi kinerja (Persepsi) menunjukkan seberapa baik dari atribut kualitas tersebut dirasakan pengguna secara nyata. Salah satu pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara menganalisis kepentingan dan kinerja dari suatu perusahaan. Teknik *Importance Performance Analysis* (IPA) dikemukakan pertama kali oleh (Martilla & James 1997) dalam artikel mereka yang dipublikasikan

di Jurnal Of Marketing. (Martilla & James 1997) yang dikutip oleh (Tjiptono dan Chandra 2016: 222-223) memaparkan bahwa “dalam teknik ini, respon diminta untuk menilai tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan (perceived performance) pada masing-masing atribut tersebut. Hasil dari IPA dipetakan dalam matriks Persepsi-Harapan yang dibagi menjadi empat kuadran.



Gambar 1

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu seperti yang telah diuraikan diatas, untuk lebih memudahkan pemahaman tentang kerangka pemikiran penelitian ini, maka dapat dilihat pada Gambar 2 sebagi berikut



3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri,

baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat atau menghubungkan antara satu dengan variabel lain (Sugiyono 2013:11).

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 metode kuantitatif adalah metode tradisional, karena metode ini sudah cukup lama digunakan sehingga sudah mentradisi sebagai metode untuk penelitian. Metode ini sering disebut sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah/ *scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/ empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode *discovery*, karena metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2013:7). Penelitian dilakukan pada bisnis Laku6 dengan menggunakan analisis faktor menggunakan *software SPSS* versi 23.

Menurut Sugiyono (2017:92) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif. Terdapat beberapa macam-macam skala pengukuran salah satunya adalah Skala *Likert*. Penilaian kuisioner dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rentang skala *Likert*. Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala ordinal yang berisi tingkat preferensi jawaban. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Laku6 yang pernah mengakses situs Laku6.com yang tidak diketahui jumlahnya dengan pasti. Berdasarkan perhitungan rumus Bernoulli, diperoleh jumlah sampel sebesar 100 responden.

Teknik pengujian data dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Berdasarkan perhitungan statistik variabel yang penulis teliti dinyatakan valid dan reliabel. Teknis analisis data yang dipakai adalah analisis deskriptif dan *Importance Performance Analysis* menggunakan bantuan software SPSS. Statistik deskriptif adalah bagian dari statistik yang mempelajari cara pengumpulan dan penyajian data sehingga mudah untuk dipahami. Statistik deskriptif hanya menguraikan atau memberikan keterangan mengenai suatu data dan fenomena. *Importance Performance Analysis*

adalah salah satu metode analisis untuk mengidentifikasi area atau atribut dalam peningkatan kualitas layanan.

4. Hasil Penelitian

Hasil analisis dari penelitian ini menyatakan bahwa pelanggan Bukalapak yang pernah mengakses situs bukalapak.com mayoritas berjenis kelamin pria dan mayoritas sudah menggunakan *website* bukalapak selama kurang dari satu tahun. Rekapitulasi tanggapan responden terhadap kinerja dan harapan adalah sebagai berikut:

Tabel 1 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Aktual

No	Dimensi	Skor Total	Skor Ideal	%
1	<i>Usability</i>	2592	4000	64.8%
2	<i>Information Quality</i>	2395	3500	68.4%
3	<i>Service Interaction</i>	2361	3500	67.5%
Total Skor		7348	11000	66.8%

Sumber: Data Primer Olahan Penulis, 2019

Tabel 1 menggambarkan tanggapan responden mengenai persepsi aktual. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk persepsi aktual adalah 7348 atau 66.8%. Dengan demikian persepsi aktual berada pada kategori cukup setuju.

Tabel 2 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Harapan

No	Dimensi	Skor Total	Skor Ideal	%
1	<i>Usability</i>	2599	4000	65.0%
2	<i>Information Quality</i>	2335	3500	66.7%
3	<i>Service Interaction</i>	2466	3500	70.5%
Total Skor		7400	11000	67.3%

Sumber: Data Primer Olahan Penulis, 2019

Tabel 2 menggambarkan tanggapan responden mengenai persepsi harapan. Berdasarkan hasil pengolahan yang disajikan pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa skor total untuk persepsi harapan adalah 7400 atau 67.3%. Dengan demikian persepsi harapan berada pada kategori cukup setuju.

Tabel 3 Nilai Kesenjangan (Gap)

No	Pernyataan	Performance	Importance	Gap
1	apakah Website Laku6.com mudah dipelajari penggunaanya	3.07	3.06	0.01
2	Interaksi User dengan Website Laku6.com jelas dan mudah dipahami	3.16	3.16	0.00
3	Website Laku6.com mudah dinavigasikan	3.26	3.26	0.00
4	apakah Website laku6.com mudah digunakan	3.31	3.26	0.05
5	apakah Desain sesuai dengan jenis Website	2.98	3.02	-0.04
6	Website Memiliki tampilan yang Menarik	3.16	3.32	-0.16
7	Website Memiliki kemampuan menguasai	3.69	3.67	0.02
8	Website menciptakan pengalaman yang positif	3.29	3.24	0.05
9	Website Menyediakan Informasi	3.07	3.26	-0.19
10	Website Menyediakan Informasi yang dapat dipercaya	3.31	3.34	-0.03
11	Website Menyediakan Informasi yang tepat Waktu	3.51	3.44	0.07
12	Website menyediakan Informasi yang Relevan	3.64	3.48	0.16
13	Website Menyediakan Informasi dengan tingkat detail yang tepat	3.40	3.28	0.12
14	Website Menyediakan Informasi yang mudah dimengerti	3.44	3.24	0.20
15	Website laku6.com Menyediakan Informasi dalam Format yang sesuai	3.58	3.31	0.27
16	Website Memiliki Reputasi yang baik	3.15	3.44	-0.29
17	Merasa aman untuk melakukan transaksi	3.21	3.50	-0.29
18	Merasa aman terhadap informasi pribadi pengguna	3.41	3.56	-0.15

19	Website laku6.com memberikan ruang untuk Personalitas	3.48	3.55	-0.07
20	Website laku6.com memberikan ruang untuk komunitas	3.25	3.46	-0.21
21	Website memberikan Kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi	3.43	3.55	-0.12
22	Merasa yakin bahwa barang atau jasa akan dikirim sebagaimana yang telah dijanjikan	3.68	3.60	0.08
Rata-rata Total		3.34	3.36	-0.02

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

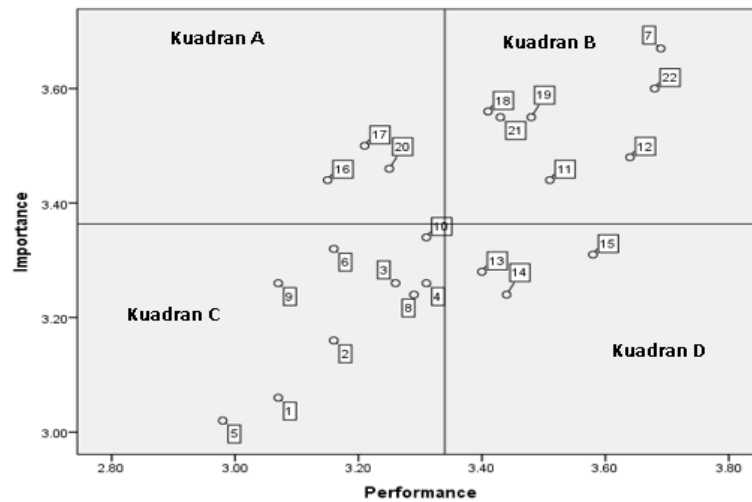
Tabel 3 menunjukkan nilai kesenjangan (gap) masing-masing pernyataan pada kualitas website. Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa nilai selisih antara kualitas aktual (Persepsi) dan kualitas ideal (Harapan) dari semua pernyataan bernilai negatif. Nilai selisih rata-rata gap sebesar -0.02. Indikator pernyataan yang memiliki gap terbesar adalah “Website Memiliki Reputasi yang baik” dan “Merasa aman untuk melakukan transaksi “yaitu sebesar 0.29.

Tabel 4.10 Nilai Kesenjangan dengan Metode WebQual

No	Pernyataan	Performance	Importance	Gap
1	Website Memiliki tampilan yang Menarik	3.16	3.32	-0.16
2	Website laku6.com Menyediakan Informasi dalam Format yang sesuai	3.58	3.31	0.27
3	Website Memiliki Reputasi yang baik	3.15	3.44	-0.29
4	Merasa aman untuk melakukan transaksi	3.21	3.50	-0.29
Rata-rata Total		3.28	3.39	-0.12

Sumber : Data Olahan Peneliti, 2019

Tabel 4 menunjukkan nilai kesenjangan (gap) dalam variabel WebQual. Secara keseluruhan, nilai selisih antara kualitas aktual (Persepsi) dan kualitas ideal (Harapan) dari semua indikator bernilai negatif. Nilai selisih rata-rata sebesar -0,12. Dimensi yang memiliki gap terbesar adalah *Service Interaction* dengan selisih gap sebesar -0.29. Hasil tersebut menunjukkan nilai negatif yang berarti bahwa kualitas aktual (Persepsi) yang dirasakan saat ini belum dapat memenuhi kualitas ideal (Harapan) yang diinginkan pengguna, maka tingkat kualitas dinyatakan masih kurang baik.



Kuadran A

Kuadran A menunjukkan variabel yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen dan dianggap sangat penting, tetapi perusahaan belum dapat melaksanakan sesuai keinginan konsumen. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Website Memiliki Reputasi yang baik (16)
- Merasa aman untuk melakukan transaksi (17)
- Website laku6.com memberikan ruang untuk komunitas (20)

Dengan demikian item tersebut menjadi skala prioritas utama perusahaan untuk diperbaiki.

Kuadran B

Kuadran B menunjukkan variabel yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib diperhatikan. Dianggap sangat penting dalam hal memuaskan konsumen. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Website Memiliki kemampuan menguasai (7)
- Website Menyediakan Informasi yang tepat Waktu (11)
- Website menyediakan Informasi yang Relevan (12)
- Merasa aman terhadap informasi pribadi pengguna (18)
- Website laku6.com memberikan ruang untuk Personalitas (19)
- Website memberikan Kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi (21)
- Merasa yakin bahwa barang atau jasa akan dikirim sebagaimana yang telah dijanjikan (22)

Dengan demikian item-item tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh pihak perusahaan.

Kuadran C

Kuadran C menunjukkan variabel yang dianggap kurang penting dan kurang memuaskan konsumen. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- apakah Website Laku6.com mudah dipelajari penggunaanya (1)
- Interaksi User dengan Website Laku6.com jelas dan mudah dipahami (2)

- c) Website Laku6.com mudah dinavigasikan (3)
- d) apakah Website laku6.com mudah digunakan (4)
- e) apakah Desain sesuai dengan jenis Website (5)
- f) Website Memiliki tampilan yang Menarik (6)
- g) Website menciptakan pengalaman yang positif (8)
- h) Website Menyediakan Informasi (9)
- i) Website Menyediakan Informasi yang dapat dipercaya (10)

Dengan demikian item-item tersebut perlu dipertimbangkan kembali kinerjanya oleh pihak perusahaan.

Kuadran D

Kuadran D menunjukkan variabel yang memuaskan tetapi pelaksanaannya terlalu berlebihan dan dianggap kurang penting oleh konsumen. Indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a) Website Menyediakan Informasi dengan tingkat detail yang tepat (13)
- b) Website Menyediakan Informasi yang mudah dimengerti (14)
- c) Website laku6.com Menyediakan Informasi dalam Format yang sesuai (15)

Dengan demikian item-item tersebut perlu dikurangi kinerjanya oleh pihak perusahaan.

5. Kesimpulan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Persepsi pengguna situs Laku6.com terhadap kualitas situs Laku6.com berada pada kategori Cukup Setuju sebesar 66,8%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan laku6 Cukup Setuju menggunakan *website* Laku6.com karena *Usablity*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* telah tersampaikan dengan baik kepada responden.
2. Harapan pengguna terhadap kualitas situs Laku6.com berada pada kategori Cukup Setuju yaitu sebesar 67,3%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan Laku6.com Cukup Setuju menggunakan *website* Laku6.com karena *Usablity*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* telah tersampaikan dengan baik kepada responden.
3. Berdasarkan perhitungan *WebQual*, nilai selisih terbesar pada variabel *Usablity*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* yaitu. Nilai selisih rata-rata sebesar -0,12. Dimensi yang memiliki gap terbesar adalah *Service Interaction* dengan selisih gap sebesar -0,29. Hasil tersebut menunjukkan nilai negatif yang berarti bahwa kualitas aktual (Persepsi) yang dirasakan saat ini belum dapat memenuhi kualitas ideal (Harapan) yang diinginkan pengguna, maka tingkat kualitas dinyatakan masih kurang baik.

5.2 Saran

Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuarikan di atas, peneliti dapat memberikan saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi Bukalapak, yaitu:

1. *Website* Laku6.com agar mempertahankan strategi pada kuadran B yaitu Saya merasa *Website* Memiliki kemampuan menguasai, *Website* Menyediakan Informasi yang tepat Waktu, Saya merasa bahwa *Website* menyediakan Informasi yang Relevan, Merasa aman terhadap informasi pribadi pengguna, *Website* laku6.com memberikan ruang untuk Personalitas, *Website* memberikan Kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi, Merasa yakin bahwa barang atau jasa akan dikirim sebagaimana yang telah dijanjikan.
2. *Website* Laku6.com agar meningkatkan strategi pada kuadran I dan III yaitu Saya merasa aman memberikan informasi pribadi, *Website* Memiliki Reputasi yang baik Merasa aman untuk melakukan transaksi, *Website* laku6.com memberikan ruang untuk komunitas, *Website* Laku6.com mudah dipelajari penggunaannya, Interaksi User dengan *Website* Laku6.com jelas dan mudah dipahami, *Website* mudah dinavigasikan, *Website* mudah digunakan, Desain sesuai dengan jenis *Website*, Memiliki tampilan yang Menarik, *Website* menciptakan pengalaman yang positif, *Website* Menyediakan Informasi, dan *Website* Menyediakan Informasi yang dapat dipercaya.
3. Menurut analisis empat kuadran, atribut kualitas yang menjadi prioritas utama perbaikan adalah dimensi *Service Interaction* yaitu Saya merasa aman memberikan informasi pribadi. Hal ini perlu menjadi perhatian dari manajemen Laku6 untuk perbaikan.

Saran Bagi Peneliti Perusahaan

Penelitian ini hanya meneliti tentang *website* Laku6.com, maka untuk peneliti selanjutnya disarankan:

1. Bagi penelitian lain, dapat melakukan penelitian lebih lanjut dari penelitian ini dengan menggunakan analisis terhadap hubungan antara tingkat kepuasan pengguna dengan karakteristik pengguna.
2. Bagi penelitian lain, dapat melakukan penelitian dengan metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna pada perusahaan jasa lainnya.

Daftar Pustaka

- Persentase Penggunaan Internet Di Dunia Sumber: www.internetworldstats.com (diakses tanggal 22 januari 2019)
- Apjii, 2017. Aktifitas Penggunaan Internet di Indonesia. Diakses 9 januari 2017, pada [https://apjii.or.id/content/read/39/27/PROFIL-PENGGUNA-INTERNE TINDONESIA-2017](https://apjii.or.id/content/read/39/27/PROFIL-PENGGUNA-INTERNE%20TINDONESIA-2017)
- Pengguna internet di Indonesia mengakses layanan chatting. (sumber: <http://teknopreneur.com>)
- Punyani, Gazal. 2015. *An Assessment of Customers' E-Service Quality Perception through Webqual Scale. Journal: A Study on Online Banking Services.*
- Suparyanto & Rosad (2015:1). Manajemen pemasaran, analisis Manajemen Pemasaran
- Buchari Alma (2014:130).Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Miller & Layton (2000). (Fandy Tjiptono 2014 : 3) Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler dan Keller (2016:27) Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jilid I dan II. Erlangga: Jakarta
- Nugroho, S.A. (2016).E-Commerce; Teori dan Implementasi.Yogyakarta: Ekuilibria
- Wardhana (2016) *E-commerce,E-commerce and E-Bussiness.*
- Ahmadi (2013:35) E-Commerce, E-Business & E-Commerce. Yogyakarta: Andi.
- Yuhefizar (2013:2) “*Website Elex Media Komputindo. Indonesia: Handoko, Ikhwan Arief, Yuhefizar*
- Asropudin (2013:109), *Web*, Kamus Teknologi Informasi. Bandung: Titian Ilmu.
- Martila, J.A. and J.C.James,(1997). *Importance-Performance Analysis, Journal of Marketing 41, 77-99.*
- Suyanto dalam alhasanah dkk (2014:4) Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAP
- Lupiyoadi dan Bramulya (2015:240) Model Importance Performance analysis. Praktikum Metode Riset Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Martinez (2003) Melakukan Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja dengan Important Performance Analysis (IPA). Dalam Bramulya (2015:240) Praktikum Metode Riset Bisnis (hal. 240). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler dan Keller (2016:434) Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jilid I dan II. Erlangga: Jakarta
- Muhammad Ichsan (2017) Analisis Kualitas Website SHOPEE.CO.ID menggunakan Metode WEBQUAL dan Importance Performance Analysis (IPA)
- Pratama, Yoga. (2015). Pengukuran Kualitas Website CDC Universitas Telkom Menggunakan Metode Webqual 4.0. Skripsi pada SOC Universitas Telkom: tidak dipublikasikan.
- Yusuf Riyanto (2017), “Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Website Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0
- Intan Permatasari (2012) Analisis Penilaian Kualitas Layanan Internet Banking Dengan Metode Webqual 4.0 Terhadap Nasabah BNI dan BCA Wilayah Jakarta
- YUANNISA AULIA (2018) Analisis Perbandingan Kualiatas Website Blibli.com dan Website Blanja.com dengan menggunakan *Metode WEBQUAL 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA)*

Nour Mohammad Yaghoubi, dkk (2011) *internet Bookstore QualityAssesment: Iranian Ewidence*

N. Elangovan (2013) *Evaluating Perceived Quality of B-School Websites*

Rola Hengki (2014) *Analysis Quality Dino Tour Travel Management Website Using WebQual 4.0 Case Study*

Long-Sheng dan Pao-Chung Chang (2010) *Identifying Crucial Website Quality Factors of Virtual Communities.*



Telkom
University