

## ANALISA KUALITAS *WEBSITE* UNIVERSITAS INDO GLOBAL MANDIRI PALEMBANG DENGAN MENGGUNAKAN METODE *WEBQUAL 4.0*

Agustina Heryati<sup>1\*</sup>

<sup>1</sup>Sistem Informasi, Universitas Indo Global Mandiri, Palembang  
Corresponding author: agustina.heryati@uigm.ac.id

*ABSTRACT: Indo Global Mandiri University (IGM) is the largest private education provider in the city of Palembang. In presenting information, IGM University provides website services that can be accessed by users or the public, related to University information as well as suggestions and input in improving the quality and quality of services at the University. The problem is that at least users and people visit their website, there is an influence on ranking in webometrics and it has not met the satisfaction of users or the community. The purpose of the research is to analyze the quality of the website in order to explain the information desired by users or the community and increase the number of visits to the IGM University website. In analyzing the quality of the website using the webqual 4.0 method, three variables are used, namely usability, information quality, and service interaction quality. Data management using SmartPLS tools. The results showed that usability variable did not have a positive and significant effect on user statistics, Information Quality had a positive and significant effect on user statistics, and Service Interaction Quality had a significant effect on user statistics. Based on the test results of the validity of the indicator, U3 has the lowest value of 0.567 and then on U5 with a value of 0.596. In conclusion, the quality of the website of IGM University is good and on the Usability variable, it is stated that there must still be improvements and improvements to the appearance and interaction of the website in order to increase the quality on the website, increase website visits and expand the reach of IGM University.*

*Keywords: webqual 4.0, website, quality, SmartPLS*

**ABSTRAK:** Universitas Indo Global Mandiri (IGM) merupakan penyelenggara pendidikan partikelir terbesar yang terdapat dikota Palembang. Dalam menyajikan informasi Universitas IGM menyediakan layanan website yang dapat diakses oleh pengguna atau masyarakat, terkait informasi Universitas juga saran dan masukan dalam memperbaiki mutu dan kualitas layanan pada Universitas tersebut. Permasalahannya sedikitnya pengguna dan masyarakat mengunjungi websitenya adanya pengaruh peringkat dalam webometric serta belum penuh kepuasan dari pengguna atau masyarakat. Tujuan dari penelitian untuk menganalisa kualitas website agar dapat menjelaskan informasi yang diinginkan oleh pengguna atau masyarakat serta meningkatkan jumlah kunjungan pada website Universitas IGM. Dalam menganalisa kualitas website memakai metode webqual 4.0 menggunakan tiga variabel yakni usability, Information Quality, dan Service Interaction Quality. Pengelolaan data menggunakan tools SmartPLS. Hasil Penelitiannya menunjukkan variabel usability tidak memiliki pengaruh positif serta signifikan terhadap user satisfaction, Information Quality berpengaruh positif serta signifikan terhadap user satisfaction, dan Service Interaction Quality berpengaruh signifikan terhadap user satisfaction. Berdasarkan hasil uji validitas indikator U3 memiliki nilai yang terendah yaitu 0,567 lalu pada U5 dengan nilai sebesar 0,596. Kesimpulannya kualitas dari website Universitas IGM sudah baik dan pada variabel Usability dinyatakan masih harus adanya peningkatan dan perbaikan pada tampilan serta interaksi website agar dapat naiknya kualitas diwebsite, kunjungan diwebsite bertambah serta memperluas jangkauan Universitas IGM.

**Kata Kunci:** *webqual 4.0, website, kualitas, SmartPLS*

### PENDAHULUAN

Di era pandemi covid-19, Kegunaan teknologi perlu dikedepankan karena aka mendorong perkembangan informasi. Penyebaran informasi dengan menggunakan teknologi cukup bermanfaat karena dengan teknologi kita dapat menyebarkan informasi keseluruh wilayah dengan tanpa batas waktu. Teknologi dapat diproses

secara online tidak adanya pemisah yang dapat dikerjakan oleh semua manusiayang tersambung internet (Basuki, 2009). Universitas IGM sangat perlu mengadakan analisa kualitas *website* agar dapat menempati posisi tertinggi di kota Palembang. Pengukurannya suatu kualitas *website* dilihat dari sudut kepuasan pengguna (*user satisfaction*) yang dapat mengoptimalkan memanfaatkan *website* dengan baik.

Untuk faktor-faktor lain pengukuran *website* juga dilihat dari tampilan *website* yang mudah diakses, indah, penuh warna, bahasa mudah dimengerti, penempatan yang sesuai serta menarik. Untuk itu di butuhkan penganalisaan terhadap *website* Universitas IGM agar kualitas *websitenya* merupakan sumber informasi yang dapat diakses secara online memiliki kualitas *website* yang bervariasi. (Bernstein *et al.*, 2021). (Medyawati and Mabruhi, 2012).

Website merupakan setiap web memiliki halaman berhubungan satu sama yang lain berupa sekumpulan informasi berupa teks, gambar, animasi, audio, video, atau kombinasi diantaranya, diperlukan untuk pribadi, organisasi, serta bisnis yang akan dibuat. Pilihan desain situs web yang berbeda dapat mempengaruhi persepsi individu secara luas yang berbeda (Nissen and Krampe, 2021). Pada bidang pendidikan menggunakan *website* sebagai media untuk penyajian informasi dan memberikan pelayanan kepada pengguna atau masyarakat tentang kegiatan yang berhubungan dengan universitas (Basuki, 2009). Analisa ini memberikan informasi, masukan dan saran kepada Universitas IGM. Peranan *website* tersebut telah menjadi salah satu bagian penting bagi Universitas tersebut termasuk juga pada Universitas IGM.

Universitas IGM adalah satu diantara penyelenggara pendidikan partikelir terbesar yang ada di kota Palembang. Informasi mengenai Universitas IGM dapat kunjungi di *website* Universitas IGM <http://www.uigm.ac.id/>. *Website* tersebut memberikan informasi kepada pengguna atau masyarakat yang butuh informasi seputar Universitas IGM, serta bisa dijadikan promosi yang efektif dan efisien untuk mengetahui tentang Universitas tersebut.

*Website* ini harus memiliki kualitas yang dapat diandalkan sebagai salah satu bentuk pelayanan atau *service* kepada pengguna atau masyarakat. (Raji, Mahmud and Abubakr, 2013). (Hasanov and Khalid, 2015). Untuk itu dibutuhkan pengetahuan seberapa besar penilaian kepuasan pengguna terhadap layanan *website* Universitas IGM. Pembangunan *website* yang berkelanjutan agar dapat menjawab dan mengatasi permasalahan pengguna atau masyarakat dengan cepat. (Katiliute and Daunoriene, 2015). Semakin baiknya kualitas pada suatu *website* sehingga pengguna atau masyarakat akan banyaknya berkunjung untuk mengakses seperti informasi, konten, *cost*, isi, dll (Gürtin and Tiemann, 2021), maka dapat berpengaruh terhadap perangkangan *website* yang akan mengalami peningkatan yang signifikan naik.

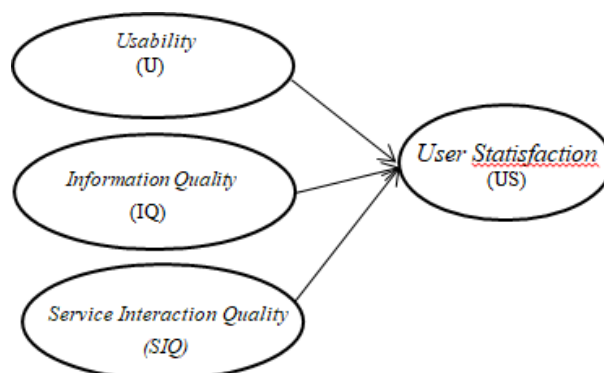
Perangkangan *website* melakukan penilaian dengan menentukan seberapa sering *website* di *update* dan banyaknya jumlah kunjungan pengguna atau masyarakat

pada tiap harinya. (Feeney and Brown, 2017). Dalam dapat meningkat, kepuasan pengguna atau masyarakat terpenuhi, serta informasi yang jelas dan *uptodate* (Rita, Oliveira and Farisa, 2019). Hasil yang didapatkan dari analisis juga diharapkan bisa menjadi rekomendasi bagi Universitas IGM dalam mengembangkan *website* dan menjadi tolak ukur dalam meningkatkan kualitas sehingga dapat bermanfaat sesuai dengan tujuannya.

## METODE PENELITIAN

Untuk jenis penelitian memakai penelitian kuantitatif dan pendekatan penelitian tersebut yakni pendekatan deskriptif (*descriptive research*).

Penganalisan kualitas *website* ini melalui metode *webqual* 4.0, yang diketahui metode ini berdasarkan persepsi dari masyarakat atau pengguna dalam mengelola sebuah kualitas *website* (Hasanov and Khalid, 2015). *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality* terhadap *user satisfaction* merupakan katagori dari metode *webqual* 4.0. Hubungan gambaran tersebut di lihat pada gambar bawah ini dari model konseptualnya:



Sumber : (Warjiyono and Hellyana, 2018), (Syaifullah and Soemantri, 2016a)

Gambar 1 Model Konseptual *Webqual* 4.0

Gambar I menunjukkan bahwa penelitian ini, untuk variabel bebas yang digunakan yaitu *usability* (U), *Information Quality* (IQ), *Service Interaction Quality* (SIQ) sedangkan *User Statisfaction* (US) sebagai variabel terikat. Variabel ini digunakan menganalisa mutunya *website* pada Universitas IGM menggunakan model konseptual *Webqual* 4.0.

Tabel 1 *Usability* (Kegunaan)

Variabel	Indikator	Pernyataan
<i>Usability</i> (Kegunaan) (U)	U1	Saya merasa mudah untuk mengoperasikan <i>website</i> Universitas IGM

	U2	Menurut saya <i>website</i> Universitas IGM jelas dan mudah dimengerti
	U3	Menurut saya <i>website</i> Universitas IGM mempunyai tampilan yang menarik
	U4	Menurut saya <i>website</i> Universitas IGM memiliki petunjuk arahan yang jelas
	U5	Menurut saya <i>website</i> Universitas IGM memberikan tanggapan yang cepat
	U6	Menurut saya <i>website</i> ini kompetensi

Sumber : (Andre and Tileng, 2019), (Syaifullah and Soemantri, 2016a), (Abdu" a and Wasiyanti, 2019)

Pada Tabel 1 menerangkan untuk variable *Usability* (U) terdiri dari 6 indikator U1-U6. *Usability* menganalisa diantaranya operasi, tampilan, kemudahan, petunjuk arah, tanggapan yang cepat serta kompetensi.

Tabel 2 *Information Quality* (Kualitas Informasi)

Variabel	Indikator	Pernyataan
<i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi) (IQ)	IQ1	Menurut saya <i>website</i> Universitas IGM menyediakan informasi yang cukup akurat
	IQ2	Menurut saya informasi yang diberikan dapat dipercaya
	IQ3	Menurut saya informasi yang disediakan cukup relevan
	IQ4	Menurut saya informasi <i>website</i> mudah di mengerti
	IQ5	Menurut saya <i>website</i> ini menyajikan informasi dengan cukup detail
	IQ6	Menurut saya <i>website</i> ini menampilkan informasi dengan format yang sesuai

Sumber : (Andre and Tileng, 2019), (Syaifullah and Soemantri, 2016a), (Abdu" a and Wasiyanti, 2019)

Tabel 2 *Information Quality* (IQ), terdiri dari 6 indikator IQ1-IQ6 yang didasarkan informasi untuk analisa kualitas *website* secara akurat, dapat dipercaya, relevan, mudah di mengerti, detail, serta format sesuai.

Tabel 3 *Service Interaction Quality* (Kualitas Interaksi Pelayanan)

Variabel	Indikator	Pernyataan
<i>Service Interaction Quality</i> (Kualitas Interaksi Pelayanan) (SIQ)	SIQ1	Menurut saya <i>Website</i> ini memiliki reputasi baik
	SIQ2	Saya merasa aman untuk akses <i>website</i> ini
	SIQ3	Menurut saya <i>website</i> memberi rasa aman mengenai data personal
	SIQ4	Menurut saya <i>website</i> memberikan kemudahan dalam memberikan masukan/saran
	SIQ5	Menurut saya <i>website</i> memberikan kemudahan dalam berkomunikasi dengan organisasi
	SIQ6	Menurut saya pengelola tanggap dalam merespon pertanyaan dan saran yang diberikan

Sumber: (Andre and Tileng, 2019), (Syaifullah and Soemantri, 2016a), (Abdu" a and Wasiyanti, 2019)

Untuk Tabel 3 *Service Interaction Quality* (SIQ), menerangkan indikator SIQ1-SIQ6 yakni reputasi yang baik, aman dalam akses, aman data personal, mudah berkomunikasi, respon terhadap pertanyaan atau saran.

Tabel 4 *User Satisfaction* (kepuasan pengguna)

Variabel	Indikator	Pernyataan
<i>User Satisfaction</i> (kepuasan pengguna)	US1	Menurut saya tampilan <i>website</i> Universitas IGM secara keseluruhan baik

Sumber : (Faizal, 2019), (Syaifullah and Soemantri, 2016a), (Abdu" a and Wasiyanti, 2019)

Selanjutnya Tabel 4 *User Satisfaction* (US), menjelaskan indikator US1 kepuasan pengguna terhadap kualitas *website* Universitas IGM secara keseluruhan.

Dipenelitian ini memakai populasi dan sampel sebanyak adalah 97 responden.

Untuk metode pengumpulan datanya yakni:

1. Observasi  
Observasi dengan pengamatan langsung pada *website* Universitas IGM.
2. Wawancara, dilakukan dengan pengguna atau masyarakat.
3. Kuesioner Pengumpulan data yang dilakukan dengan dibagikan bentuk link form yaitu (<https://forms.gle/GW8A7tYsj8XcpyHE6>).

4. Studi Literatur Studi literatur yaitu didapatkan dari jurnal, artikel, internet dan penelitian terdahulu.

Alat bantu analisis data pada penelitian yaitu menggunakan *SmartPLS*. Dan skala pengukuran menggunakan skala *likert*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk tampilan *website* memiliki banyak fitur dan berisi tentang informasi dan kegiatan yang di lakukan oleh Universitas. Informasi yang di sajikan antara lain informasi tentang Universitas IGM, Yayasan IGM, Akademik, PKKMB 2020, Fasilitas, Alumni, PMB, Email, Contact. Serta terdapat fitur tambahan *student, application from for international applicants, pendaftaran online mahasiswa/i baru, Alumni kuesioner, email uigm, e-learning, eprint uigm, lecturer, e-journal, berita terbaru UIGM, informasi UIGM, agenda UIGM* serta informasi mengenai covid.



Sumber: [www.uigm.ac.id](http://www.uigm.ac.id)  
Gambar 2. Tampilan Utama Universitas IGM

Pada Gambar 2, Tampilan Utama dari *website* Universitas IGM, yang menyajikan informasi seputar kegiatan yang telah di laksanakan serta promosi yang ditawarkan tentang Universitas IGM.



Sumber: [www.uigm.ac.id](http://www.uigm.ac.id)  
Gambar 3. Tampilan Berita Terbaru UIGM

Pada Gambar 3, menerangkan berita terbaru dari Universitas IGM, semua kegiatan terbaru yang bau di lakukan, di tiap kegiatannya baik di dalam maupun diluar dari Universitas IGM.

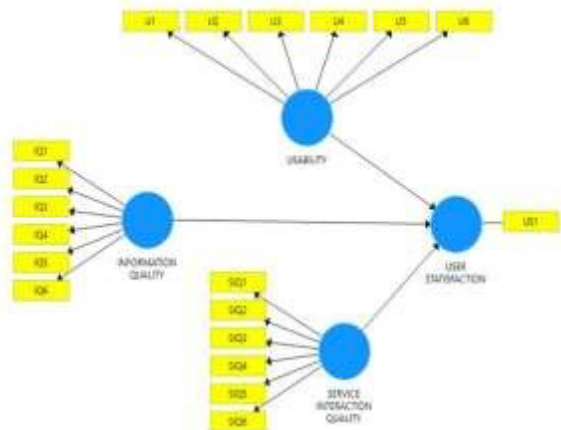


Sumber: [www.uigm.ac.id](http://www.uigm.ac.id)  
Gambar 4. Tampilan Agenda dan Informasi UIGM

Pada Gambar 4, menjelaskan agenda yang akan di lakukan kedepan dan juga berisikan informasi yang telah di infomasikan sebelumnya, dapat di lihat kembali di Informasi UIGM.

Hipotesa pada penelitian ini memiliki :

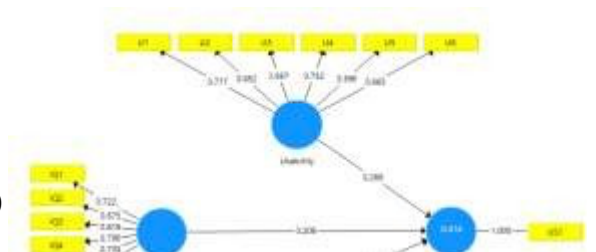
1. H1 : Memiliki pengaruh yang positif diantara *usability* dan *User Satisfaction*.
2. H2 : Memiliki pengaruh yang positif antara *information quality* dan *User Satisfaction*
3. H3 : Memiliki pengaruh yang positif antara *service interaction quality* dan *User Satisfaction*.



Sumber : Pengolahan data *SmartPLS*  
Gambar 5 Hipotesa Penelitian

Pada Gambar 5, merupakan Hipotesa Penelitian yang akan di analisa kualitas *websitenya*. Informasi gambar tersebut melihat pengaruh dari ketiga variabel dependen (*Usability, Information Quality, Service Interaction Quality*) terhadap variabel terikat (*User Satisfaction*).

Berikut hasil perhitungan uji validitas dilihat gambar dan tabel dibawah ini diolah dengan melakukan perhitungan *SmartPLS* :



Dari Hasil Uji Validitas pada Tabel 5 dengan pengolahan data menggunakan *SmartPLS*, maka didapat bahwa semua indikator dinyatakan valid. Untuk variabel *Usability* (U) terdapat indikator yang memiliki tingkat hubungan “Sedang” yaitu U3 dan U5, pada variabel *Information Quality* (IQ) terdapat indikator yang memiliki tingkat hubungan “sangat kuat” yaitu IQ3, pada *Service Interaction Quality* (SIQ) semua indikator memiliki tingkat hubungan “kuat” dan *user satisfaction* memiliki tingkat hubungan “sangat kuat”.

Sumber : Pengolahan data *SmartPLS*  
Gambar 6 Perhitungan Model Validasi

Pada Gambar 6, dapat diketahui antara *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* berpengaruh dengan *user satisfaction* (kepuasan pengguna). Pada variabel *usability* terdapat 6 indikator yaitu U1-U6. Pada variabel *usability* U1 memiliki nilai korelasi yang tertinggi yaitu 0,777 dan U3 nilai korelasi yang terendah yaitu 0,567. Pada variabel *Information Quality* terdapat 6 indikator yaitu IQ1-IQ6. Pada variabel *Information Quality* IQ3 memiliki nilai korelasi yang tertinggi yaitu 0,816 dan IQ2 nilai korelasi yang terendah yaitu 0,675. Pada variabel *Service Interaction Quality* ada 6 indikator yakni SIQ1-SIQ6. Untuk variabel *Service Interaction Quality* SIQ3 mempunyai nilai korelasi tertinggi yaitu 0,777 dan SIQ4 memiliki nilai korelasi yang terendah yaitu 0,610. Sedangkan *User Satisfaction* memiliki 1 indikator yaitu US1 dengan nilai korelasi 1,000

Tabel 5 Hasil Uji Validasi

Variabel	Indikat or	Korelasi	Tingkat hubungan	Ket
<i>Usability</i> (Kegunaan)	U1	0,777	Kuat	Valid
	U2	0,652	Kuat	Valid
	U3	0,567	Sedang	Valid
	U4	0,752	Kuat	Valid
	U5	0,596	Sedang	Valid
	U6	0,665	Kuat	Valid
<i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi)	IQ1	0,722	Kuat	Valid
	IQ2	0,675	Kuat	Valid
	IQ3	0,816	Sangat Kuat	Valid
	IQ4	0,790	Kuat	Valid
	IQ5	0,735	Kuat	Valid
	IQ6	0,705	Kuat	Valid
<i>Service Interaction Quality</i> (Kualitas Interaksi Pelayanan)	SIQ1	0,615	Kuat	Valid
	SIQ2	0,713	Kuat	Valid
	SIQ3	0,777	Kuat	Valid
	SIQ4	0,610	Kuat	Valid
	SIQ5	0,720	Kuat	Valid
	SIQ6	0,679	Kuat	Valid
<i>User Satisfaction</i>	US1	1,000	Sangat kuat	Valid

Sumber : Pengolahan data *SmartPLS*

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Croanbach's alpha</i>	Keterangan
<i>Usability</i>	0,838	Reliabel
<i>Information Quality</i>	0,782	Reliabel
<i>Service Interaction Quality</i>	0,758	Reliabel
<i>User Satisfaction</i>	1,000	Reliabel

Sumber : Pengolahan data *SmartPLS*

Untuk uji reliabilitas hasilnya di dapat Tabel 6, empat variabel diatas memiliki semua reliabel atau nilai *Croanbach's alpha* >0,60 sehingga disimpulkan untuk data yang diukur konsisten dan dapat dipercaya.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh variabel *usability* terhadap *user satisfaction* pada *website* Universitas IGM

Pada nilai t-statistik lebih kecil nilai t-tabel sebesar 1,923 yang menerangkan bahwa H1 diterima tetapi variabel *usability* tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *user satisfaction*. Maksudnya kualitas *usability* tidak berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction website*.

Penelitian juga selaras yang pernah dilakukan sebelumnya pada Analisis pengaruh kualitas *website* PPDB terhadap kepuasan pengguna yang menyatakan perolehan nilai t-tabel untuk tingkatan signifikan 0,05 bernilai 1.986. Hasilnya untuk menganalisa nilai t-hitung < t-tabel (1,923 < 1,986). maksudnya bearti H1 ditolak atau tidak pengaruh secara parsial diantara kualitas kegunaan terhadap kepuasan pengguna (Utami, Ishaq and Maulidiyah, 2018). Sehingga dapat disimpulkan bahwa membutuhkan peningkatan dari item-item indikator didalam *usability*. Misalnya membetulkan penampilan *website* menjadi tampilan yang lebih baik dan dapat di mengerti pemakai. Variabel *usability* perlu kesadaran di tingkatkan pada dimensi afektif desain, termasuk warna, gambar, dan bentuk, memengaruhi persepsi keseluruhan pengguna tentang emosi pengguna, motivasi, situasi penggunaan, dan lainnya.(Kraus, Wechsung and Möller, 2017).

2. Pengaruh variabel *Information Quality* terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*) pada *website* Universitas IGM

*Information Quality* untuk nilai t-statistik terhadap kepuasan pengguna nilai t-tabel lebih besar 1,989 menerangkan bahwa H2 diterima. Artinya *Information Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website*. Sehingga dapat tarik kesimpulan bahwa semakin baiknya kualitas informasi maka kepuasan pengguna juga makin baik sebaliknya apabila kualitas informasi tidak bagus maka kepuasan pengguna juga turun.

Selaras dengan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya pada *website* zamrudtv.com yang menyatakan bahwa  $H_a$  diterima dengan nilai t-hitung variabel kualitas informasi (*Information Quality*)  $4,029 > t$ -tabel. Maksudnya variabel kualitas informasi pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* (Syaifullah and Soemantri, 2016b).

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *Information Quality website* terhadap *user satisfaction* Universitas IGM sudah baik, informasi yang disampaikan selalu *update*, mudah dimengerti serta lengkap.

3. Pengaruh variabel *Service Interaction Quality* terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*) pada *website* Universitas IGM

Nilai t-statistik pada *Service Interaction Quality* terhadap kepuasan pengguna nilai t-tabel lebih besar yakni sebesar 3,140 yang menjelaskan untuk H2 diterima. Maksudnya *Service Interaction Quality* pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna *website*. Ditarik simpulan meningkatnya sebuah kualitas pelayanan maka kepuasan pengguna terus naik sebaliknya apabila kualitas pelayanan tidak baik maka kepuasan pengguna turun. Selaras dengan penelitian yang pernah dilakukan pada *website* zamrudtv.com hasil uji T yang telah dilaksanakan maka didapatkan hasil t-hitung variabel interaksi pelayanan sebesar  $5,867 > \text{nilai } t$ -tabel dan hipotesis  $H_a$  diterima. Maksudnya variabel interaksi pelayanan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* zamrudtv.com. Pengujian ini juga dihasilkan dari jawaban hasil responden penyusain pada kategori interaksi pelayanan yakni P16 “memiliki pandangan baik” menerangkan 47% bahwa cukup setuju untuk interaksi pelayanan dari *website* memiliki pandangan yang baik, untuk P17 “mendapatkan keamanan” melalui persentasi 50% menerangkan cukup setuju bahwa interaksi pelayanan *website* memiliki keamanan cukup baik dan pada P22 “informasi diterangkan sangat tinggi untuk level kepercayaan” dengan persentasi 50 % menunjukkan cukup setuju untuk tingkat kepercayaan cukup tinggi dalam interaksi pelmemiliki informasi yang dipercaya cukup tinggi (Syaifullah and Soemantri, 2016b).

Penelitian sebelumnya pada Analisis pengaruh kualitas *website* PPDB terhadap kepuasan pengguna

didapatkan nilai t-tabel pada level signifikansi 0,05 1.986. Menganalisa data untuk hasilnya t-hitung  $> t$ -tabel, yakni  $4,283 > 1.986$  pada level signifikansi sebesar 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Maksudnya, adanya pengaruh (secara parsial) diantara variabel kualitas interaksi terhadap kepuasan pengguna (Utami, Ishaq and Maulidiyah, 2018)

Sehingga *Service Interaction Quality* terhadap *user satisfaction* Universitas IGM perlu di tingkatkan lagi dalam hal merespon saran dan masukkan dan cepat memberikan tanggapan mengenai informasi yang berkaitan dengan *website* Universitas IGM misalnya tanggapan tentang masukkan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan layanan atau service seperti tanggapan yang cepat misalnya pada pengelola jurnal, kritik dan saran, yang bertujuan untuk membangun menjadi lebih baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hail pengujian validitas yang dilakukan, semua indikator menunjukkan korelasi  $> 0,3$  yang bearti bahwa semua indikator dari masing-masing variabel dijelaskan valid. Sedangkan semua variabel pada uji reliabilitas dihasilkan reliabel karena nilai *croanbach's alpha* yang didapatkan diatas 0,60.

Hasil uji t terdapat 1 hipotesis yang tidak berpengaruh positif signifikan dan hipotesis ditolak yaitu variabel *usability* (kegunaan) terhadap kepuasan pengguna atau  $H_1$ . Karena diketahui bahwa nilai t-statistik pada *usability* adalah 1,923 dan lebih kecil dari t-tabel. Kemudian 2 hipotesis berpengaruh positif dan signifikan bearti kedua hipotesis diterima yaitu *Information Quality* terhadap terhadap kepuasan pengguna atau  $H_2$  dan pada *Service Interaction Quality* terhadap kepuasan pengguna atau  $H_3$ . Nilai t-statistik pada *Information Quality* terhadap terhadap kepuasan pengguna lebih besar dari nilai t-tabel bernilai 1,989 dan nilai t-statistik pada *Service Interaction Quality* terhadap terhadap kepuasan pengguna nilai t-tabel lebih besar yakni sebesar 3,140.

Dari hasil pengujian validitas, uji reliabilitas, dan uji t maka diperoleh bahwa kualitas *website* Universitas IGM secara kegunaan memerlukan adanya peningkatan dan perbaikan dalam sistem. Karena berdasarkan hasil uji validitas indikator U3 memiliki nilai yang terendah yaitu 0,567 lalu pada U5 dengan nilai sebesar 0,596. Dengan demikian *website* membutuhkan peningkatan pada tampilan *website* dan interaksi *website*. Untuk tampilan *website* harus di perhatikan tata letak dan perpaduan warna yang tidak terlalu mencolok, kontras, gambar yang menarik serta mudah dalam aksesnya. Untuk interaksi *website* ditingkatkan pada bagian layanan seperti tanggapan yang cepat pada layanan pengelola jurnal, masukan, kritik dan saran.

Untuk peneliti selanjutnya agar memperbanyak jumlah responden dan memperluas cakupan wilayah dari responden, Diharapkan dapat menambah kategori lain dijadikan sebagai variabel independen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu'a, A. R. and Wasiyanti, S. (2019) „Pengukuran Kualitas E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0“, *Paradigma - Jurnal Komputer dan Informatika*, 21(2), pp. 143–148. doi: 10.31294/p.v21i2.6357.
- Andre, Y. and Tileng, K. G. (2019) „Analisis Kualitas Website Perpustakaan Universitas X Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan Importance-Performance Analysis (IPA)“, *Aiti*, 16(1), pp. 49–64. doi: 10.24246/aiti.v16i1.49-64.
- Basuki, M. A. (2009) „Analisa Website Universitas Muria Kudus“, *Jurnal Sains*, 2(2), pp. 1–16.
- Bernstein, M. T. et al. (2021) „Do anxiety websites have the answers people are looking for?“, *Patient Education and Counseling*. Elsevier, (xxxx), pp. 0–1. doi: 10.1016/j.pec.2021.08.002.
- Faizal, M. (2019) „Analisis kualitas website Dewan Perwakilan Mahasiswa Universitas Telkom menggunakan WebQual 4.0“, *Jurnal Manajemen Maranatha*, 19(1), pp 49 - 60
- Feeney, M. K. and Brown, A. (2017) „Are small cities online? Content, ranking, and variation of U.S. municipal websites“, *Government Information Quarterly*. Elsevier Inc., 34(1), pp. 62–74. doi: 10.1016/j.giq.2016.10.005.
- Gürtin, Z. B. and Tiemann, E. (2021) „The marketing of elective egg freezing: A content, cost and quality analysis of UK fertility clinic websites“, *Reproductive Biomedicine and Society Online*, 12, pp. 56–68. doi: 10.1016/j.rbms.2020.10.004.
- Hasanov, J. and Khalid, H. (2015) „The Impact of Website Quality on Online Purchase Intention of Organic Food in Malaysia: A WebQual Model Approach“, *Procedia Computer Science*. Elsevier Masson SAS, 72, pp. 382–389. doi: 10.1016/j.procs.2015.12.153.
- Katiliute, E. and Daunoriene, A. (2015) „Dissemination of Sustainable Development on Universities Websites,“, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. Elsevier B.V., 191, pp. 865–871. doi: 10.1016/j.sbspro.2015.04.337.
- Kraus, L., Wechsung, I. and Möller, S. (2017) „Psychological needs as motivators for security and privacy actions on smartphones“, *Journal of Information Security and Applications*. Elsevier Ltd, 34, pp. 34–45. doi: 10.1016/j.jisa.2016.10.002.
- Medyawati, H. and Mabururi, A. (2012) „Website Quality: Case Study on Local Government Bank and State Own Bank in Bekasi City“, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. The Authors, 65(ICIBSoS 2012), pp. 1086–1091. doi: 10.1016/j.sbspro.2013.02.121.
- Nissen, A. and Krampe, C. (2021) „Why he buys it and she doesn't – Exploring self-reported and neural gender differences in the perception of eCommerce websites“, *Computers in Human Behavior*. Elsevier Ltd, 121(April), p. 106809. doi: 10.1016/j.chb.2021.106809.
- Raji, S. O., Mahmud, M. and Abubakr, A. (2013) „Evaluation of University Teaching Hospital Websites in Nigeria“, *Procedia Technology*. Elsevier B.V., 9, pp. 1058–1064. doi: 10.1016/j.protcy.2013.12.118.
- Rita, P., Oliveira, T. and Farisa, A. (2019) „The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping“, *Heliyon*. Elsevier Ltd, 5(10), p. e02690. doi: 10.1016/j.heliyon.2019.e02690.
- Syaifullah and Soemantri, D. O. (2016b) „Pengukuran Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual 4.0 (Studi Kasus: CV. Zamrud Multimedia Network)“, *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(1), pp. 19–25.
- Utami, L. A., Ishaq, A. and Maulidiyah, N. (2018) „Analisa Pengaruh Kualitas Website PPDB Terhadap Kepuasan Pengguna“, *Sinkron*, 3(1), pp. 31–37. doi: 10.33395/sinkron.v3i1.10146.
- Warjiyono, W. and Hellyana, C. M. (2018) „Pengukuran Kualitas Website Pemerintah Desa Jagalempeni Menggunakan Metode Webqual 4.0“, *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 5(2), p. 139. doi: 10.25126/jtiik.201852666.