

Analisis Kualitas *Website* Telkomsel Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan *Importance Performance Analysis*

Telkomsel Website Quality Analysis Using Webqual 4.0 and Importance Performance Analysis Method

Muhammad Abigail Athallah¹, K Kraugusteeliana^{2*})

^{1,2}Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta; Jl. Rs. Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, 12450, +627656971

Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, DKI Jakarta

e-mail: ¹mabigail@upnvj.ac.id, ²kraugusteeliana@upnvj.ac.id

Abstrak

Bisnis saat ini telah memasuki bisnis digital terutama dalam bidang pemasaran yang disebabkan oleh perkembangan teknologi. Salah satu teknologi yang dapat membantu bisnis dalam bidang pemasaran yaitu website. Website telkomsel dibuat berdasarkan konsep pemasaran e-commerce akan tetapi akibat perkembangan teknologi yang pesat, mereka harus bersaing dalam menarik minat pelanggan. Hal yang dilihat oleh pelanggan salah satunya yaitu terkait kualitas dari website tersebut. Penelitian ini bertujuan menganalisis kualitas website telkomsel dengan menggunakan metode webqual 4.0 dan importance performance analysis. Untuk menganalisis apakah kinerja atau aktual kualitas website telkomsel berdasarkan dimensi yang terlibat sudah sesuai dengan kepentingan atau harapan pengguna, maka metode importance performance analysis dapat digunakan. Hasil akhir yang didapatkan yaitu terdapat perbedaan signifikan antara persepsi kinerja atau aktual dengan kepentingan atau harapan terhadap kualitas website telkomsel berdasarkan dimensi usability, information, dan service interaction. Persentase tingkat kesesuaian sebesar 94,73% dan nilai kesenjangan sebesar -0,226. Pernyataan kuadran I yang menjadi fokus konsentrasi yaitu website telkomsel belum memiliki pengalaman yang positif dalam menggunakannya serta belum aman dalam melakukan transaksi.

Kata kunci— *Website Telkomsel, Webqual 4.0, Importance Performance Analysis, Kualitas Website.*

Abstract

The current business has gotten into digital business mainly in marketing because of the technology development. One example of technology that helps businesses in marketing is website. The Telkomsel Website is made of e-commerce marketing concepts and because of the rapid development of technology, they must compete in order to attract customers. One thing that is seen by customers is the quality of websites. The purpose of this research is to analyze the quality of telkomsel website using webqual 4.0 and importance performance analysis method. In order to analyze whether the performance or actual quality of telkomsel website based on the involvement of its dimension is suitable with the importance or expectation of users, then importance performance analysis can be used. The result shows that there are significant differences between the performance or actual perception with the importance or expectation of the telkomsel website quality according to usability, information, and service interaction dimensions. The percentage of conformity is 94,73% and the gap score is -0,226. First quadrant

statements that becomes the concentration focus are that telkomsel website does not have positive experience within its used and does not safe when doing transaction

Keywords— *Telkomsel Website, Webqual 4.0, Importance Performance Analysis, Website Quality.*

1. PENDAHULUAN

Perubahan bisnis perusahaan terutama dalam bidang pemasaran telah bergeser dari bentuk pemasaran konvensional menjadi bentuk pemasaran digital. Perubahan dalam bidang pemasaran ini dipengaruhi oleh perkembangan teknologi yang semakin pesat. Berbagai macam teknologi yang diciptakan oleh manusia saat ini memiliki manfaat yang besar. Manfaat-manfaat yang didapatkan dari teknologi yaitu memudahkan pekerjaan manusia menjadi lebih efektif dan efisien, berkomunikasi dengan seseorang yang berjarak jauh, mengurangi biaya pengeluaran bagi perusahaan, serta mampu memasarkan produk atau layanan yang dijual oleh perusahaan sebagai penunjang strategi pemasaran. Salah satu teknologi yang digunakan dalam menunjang pemasaran perusahaan yaitu *website*.

Website adalah kumpulan-kumpulan halaman situs atau *webpage* yang mengandung berbagai informasi dalam format gambar, teks, audio, atau animasi dengan menggunakan internet dalam mengaksesnya [1]. Fungsi-fungsi yang dimiliki oleh *website* yaitu fungsi komunikasi, fungsi informasi, fungsi hiburan, dan fungsi transaksi [2]. Fungsi komunikasi pada *website* memberikan beberapa fitur yang dimiliki suatu *website*, seperti fitur *webmail*, *webchat*, dan *web-based video call*. *Website* Telkomsel merupakan *website* yang dibuat sebagai bentuk pemasaran dalam rangka menjual berbagai produk dan layanan telekomunikasi mereka. *Website* Telkomsel melibatkan suatu proses transaksi pengguna atau pelanggan terhadap produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan. *Website* tersebut merupakan jenis *website* yang menerapkan konsep *e-commerce*.

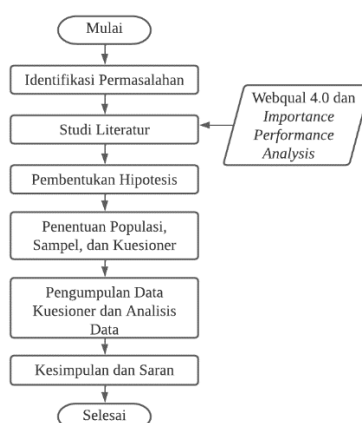
E-Commerce tersendiri adalah suatu konsep toko daring yang berkembang pesat di dalam dunia internet. *Website* yang menerapkan konsep ini memiliki tujuan untuk memasarkan produknya kepada pelanggan dengan cakupan yang lebih luas. Akibat perkembangan yang pesat ini, setiap *website e-commerce* perusahaan harus bersaing dalam meningkatkan *engagement* pelanggannya. Oleh karena itu, kualitas suatu *website* menjadi faktor terpenting dalam menilai *website e-commerce* perusahaan.

Berbagai macam metode yang dapat diterapkan untuk menilai kualitas suatu *website*. Metode-metode yang dapat diterapkan yaitu metode *Webqual 4.0* dan *Importance Performance Analysis*. Metode *webqual 4.0* memiliki tiga dimensi terhadap kualitas suatu *website*. Ketiga dimensi tersebut yaitu dimensi *usability*, *information*, dan *service interaction* [3]. Untuk mengukur dimensi kualitas *webqual 4.0*, maka diperlukan metode IPA (*Importance Performance Analysis*). Metode IPA mengukur penilaian kinerja terhadap penilaian harapan dari kualitas *website*.

Oleh karena itu, peneliti memiliki gagasan untuk menganalisis kualitas *website* telkomsel dengan menggunakan metode *webqual 4.0* dan *importance performance analysis*. Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui penilaian kinerja atau aktual terhadap penilaian kepentingan atau harapan yang diinginkan oleh pengguna *website* telkomsel, sehingga pihak perusahaan dapat mempertimbangkan hal-hal yang menjadi perbaikan serta pengembangan dari *website* tersebut.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan ini terdiri dari identifikasi permasalahan, studi literatur, pembentukan hipotesis, penentuan populasi, sampel, dan kuesioner, pengumpulan data, analisis data, dan kesimpulan dan saran. Berikut ini tahapan penelitian yang diilustrasikan pada gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1 Tahapan Penelitian

2.1 Identifikasi Permasalahan

Berdasarkan gambar 1 terkait tahapan penelitian, tahapan pertama yaitu identifikasi permasalahan yang dilakukan untuk mengetahui masalah-masalah yang terjadi oleh *website* telkomsel. Salah satu cara untuk mengidentifikasi masalah ini yaitu dengan melakukan wawancara. Wawancara diartikan sebagai jembatan komunikasi antara dua pihak atau lebih dengan penerapan secara tatap muka atau daring dimana satu pihak berperan sebagai pewawancara dan pihak lainnya berperan sebagai pihak yang diwawancarai [4]. Tujuan wawancara pada penelitian yaitu untuk mendapatkan informasi dan data yang lebih akurat dan lengkap [5]. Oleh karena itu, Wawancara dilakukan kepada bagian yang bertugas dalam pengoperasian *website* telkomsel.

2.2 Studi Literatur

Tahapan kedua pada gambar 1 di atas yaitu studi literatur dengan mengumpulkan berbagai sumber-sumber pustaka, seperti buku dan artikel yang berkaitan dan mendukung penelitian ini [6]. Studi pustaka yang digunakan yaitu hal-hal yang berhubungan dengan webqual 4.0 dan *importance performance analysis* sebagai metode yang digunakan dalam penelitian. Studi literatur yang dilakukan bersumber dari jurnal-jurnal ilmiah elektronik, *website* yang terpercaya, dan buku.

2.3 Pembentukan Hipotesis

Menurut gambar 1 mengenai tahapan penelitian, tahapan ketiga yaitu pembentukan hipotesis. Hipotesis merupakan pernyataan atau dugaan sementara terhadap sesuatu [7]. Pernyataan yang muncul dan menjadi latar belakang dari suatu penelitian dinyatakan pula sebagai hipotesis [8]. Pernyataan dari hipotesis tersebut harus dilakukan untuk memberikan landasan dugaan sementara dari penelitian yang dilakukan. Berikut ini hipotesis dari penelitian ini:

- 1) H1 = Terdapat perbedaan signifikan antara persepsi aktual dengan harapan responden terhadap dimensi *usability* dari kualitas *website* telkomsel
- 2) H2 = Terdapat perbedaan signifikan antara persepsi aktual dengan harapan responden terhadap dimensi Informasi dari kualitas *website* telkomsel
- 3) H3 = Terdapat perbedaan signifikan antara persepsi aktual dengan harapan responden terhadap dimensi interaksi layanan dari kualitas *website* telkomsel

2.4 Penentuan Populasi, Sampel, dan Kuesioner

Tahapan setelah pembentukan hipotesis berdasarkan gambar 1 di atas yaitu penentuan populasi, sampel, dan kuesioner. Populasi memiliki pengertian yaitu suatu wilayah umum yang mencakup objek dengan kualitas dan karakteristik tertentu untuk digunakan dalam penelitian sebagai bahan pertimbangan kesimpulan [9]. Populasi dari penelitian ini yaitu pengguna (*user*)

dengan karakteristik yaitu pernah mengakses atau membuka *website* telkomsel dari awal bulan januari 2022 sampai dengan akhir april 2022, yaitu sebesar 25.401.134 pengguna. Sampel diartikan sebagai suatu representasi dari populasi [10]. Oleh karena itu, sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebesar 130 orang yang terlibat sebagai responden.

Setelah sampel ditentukan, maka langkah selanjutnya yaitu menentukan kuesioner. Kuesioner didefinisikan sebagai instrumen pengumpulan data yang berisi daftar pertanyaan yang diajukan kepada pihak tertentu [11]. Kuesioner dibuat berdasarkan indikator pernyataan dengan berlandaskan kepada dimensi dari *webqual* 4.0, yaitu dimensi *usability*, *information*, dan *service interaction*. Berikut ini indikator pernyataan kuesioner dari penelitian ini:

Tabel 1 Indikator Pernyataan

No	Dimensi	Indikator Pernyataan	Kode Indikator Pernyataan
1.	<i>Usability</i>	<i>Website</i> telkomsel mudah dipelajari dan dioperasikan	US1
		Interaksi dengan <i>website</i> telkomsel jelas dan dimengerti	US2
		<i>Website</i> telkomsel mudah digunakan	US3
		Tampilan di <i>website</i> telkomsel menarik	US4
		<i>Website</i> telkomsel sudah sesuai dengan jenis <i>website e-commerce</i> pada umumnya	US5
		<i>Website</i> telkomsel memiliki pengalaman yang positif dalam menggunakannya	US6
2.	<i>Information</i>	<i>Website</i> telkomsel menyediakan informasi yang akurat	IQ1
		<i>Website</i> telkomsel menyediakan informasi yang terpercaya	IQ2
		<i>Website</i> telkomsel menyediakan informasi yang relevan	IQ3
		<i>Website</i> telkomsel menyediakan informasi yang mudah dimengerti	IQ4
		<i>Website</i> telkomsel menyediakan informasi yang detail (rinci)	IQ5
3.	<i>Service Interaction</i>	<i>Website</i> telkomsel menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya	SI1
		Keseluruhan tampilan <i>website</i> telkomsel baik	SI2
		<i>Website</i> telkomsel memiliki reputasi yang baik	SI3
		<i>Website</i> telkomsel aman dalam melakukan transaksi	SI4
		Layanan di <i>website</i> telkomsel terpercaya	SI5

Berdasarkan tabel 1 di atas, Indikator pernyataan kuesioner dikelompokkan berdasarkan indikator pernyataan aktual atau kinerja (*performance*) serta indikator pernyataan harapan atau kepentingan (*importance*) masing-masing sebesar 16 butir. Kode indikator pernyataan pada tabel 1 di atas dibentuk dengan singkatan dari setiap dimensi. Kode indikator pernyataan yang dimulai dari kode “US” merupakan indikator pernyataan berdasarkan dimensi *usability*. Kemudian, kode indikator pernyataan yang dimulai dari kode “IQ” merupakan indikator pernyataan berdasarkan dimensi *information*. Terakhir, kode indikator pernyataan yang dimulai dari kode “SI” merupakan indikator pernyataan berdasarkan dimensi *service interaction*.

2.5 Pengumpulan Data Kuesioner dan Analisis Data

Apabila seluruh responden mengisi kuesioner yang telah disebar, maka tahapan selanjutnya menurut gambar 1 di atas yaitu pengumpulan data kuesioner. Data-data responden dari kuesioner yang disebar akan dikumpulkan untuk segera dilakukan tahapan analisis data. Analisis yang dilakukan meliputi uji validitas dan reliabilitas, uji *paired sample t-test*, perhitungan

tingkat kesesuaian, perhitungan nilai *importance* dan *performance*, serta analisis kuadran *importance* dan *performance*.

2.6 Kesimpulan dan Saran

Tahapan terakhir yaitu dengan memberikan kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang diberikan mengacu kepada keseluruhan hasil dari penelitian yang dilakukan. Kesimpulan berisi penafsiran yang jelas dari hasil penelitian yang dapat mencakup seluruh studi kasus penelitian tersebut [12]. Setelah kesimpulan dibuat, maka peneliti akan memberikan saran. Saran yang diberikan untuk pihak telkomsel didasarkan kepada hasil analisis penelitian ini. Saran-saran yang diberikan merupakan saran terkait penelitian lebih lanjut.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner dapat mengukur hal yang diukur [13]. Selain itu, uji validitas menggambarkan suatu data dengan situasi aktual yang terjadi, sehingga data-data tersebut dapat digunakan sebagai bahan penelitian mendatang. Suatu data dikatakan valid apabila nilai R hitung > nilai R tabel [14].

Tabel 2 Uji Validitas

Kode Pernyataan	Nilai R Hitung	Nilai R Tabel	Nilai Signifikan 0,05	Keputusan
AUS1	0,556	0,1723	0,000	Valid
AUS2	0,453	0,1723	0,000	Valid
AUS3	0,464	0,1723	0,000	Valid
AUS4	0,473	0,1723	0,000	Valid
AUS5	0,370	0,1723	0,000	Valid
AUS6	0,438	0,1723	0,000	Valid
AIQ1	0,655	0,1723	0,000	Valid
AIQ2	0,522	0,1723	0,000	Valid
AIQ3	0,495	0,1723	0,000	Valid
AIQ4	0,433	0,1723	0,000	Valid
AIQ5	0,334	0,1723	0,000	Valid
ASI1	0,448	0,1723	0,000	Valid
ASI2	0,497	0,1723	0,000	Valid
ASI3	0,498	0,1723	0,000	Valid
ASI4	0,480	0,1723	0,000	Valid
ASI5	0,504	0,1723	0,000	Valid
HUS1	0,575	0,1723	0,000	Valid
HUS2	0,636	0,1723	0,000	Valid
HUS3	0,688	0,1723	0,000	Valid
HUS4	0,608	0,1723	0,000	Valid
HUS5	0,688	0,1723	0,000	Valid
HUS6	0,652	0,1723	0,000	Valid
HIQ1	0,705	0,1723	0,000	Valid
HIQ2	0,679	0,1723	0,000	Valid
HIQ3	0,686	0,1723	0,000	Valid
HIQ4	0,765	0,1723	0,000	Valid
HIQ5	0,715	0,1723	0,000	Valid
HSI1	0,730	0,1723	0,000	Valid
HSI2	0,708	0,1723	0,000	Valid
HSI3	0,760	0,1723	0,000	Valid

HSI4	0,644	0,1723	0,000	Valid
HSI5	0,632	0,1723	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 2 di atas mengenai uji validitas, untuk setiap indikator pernyataan yang telah dilakukan kepada 130 responden, menyatakan bahwa seluruh indikator pernyataan yang diuji yaitu valid dengan nilai R hitung lebih besar daripada R tabel ($R_{\text{tabel}} = 0,1723$).

3.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi dan stabilitas data-data yang didapatkan [15]. Suatu data dikatakan data yang reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 [16].

Tabel 3 Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0,935	32

Berdasarkan uji reliabilitas dari hasil tabel 3 di atas, untuk setiap indikator pernyataan yang telah dilakukan kepada 130 responden dengan item indikator pernyataan sebesar 32 butir pernyataan, menyatakan bahwa seluruh indikator pernyataan yang telah diuji yaitu bersifat reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,935, dimana nilai tersebut lebih besar daripada 0,6.

3.3 Uji Paired Sample t-Test

Uji *Paired Sample t-Test* merupakan teknik analisis data statistik deskriptif [17]. Uji hipotesis ini menentukan penerimaan atau penolakan terhadap hasil penelitian [18]. Hipotesis dapat diterima apabila nilai signifikan (*Two-Tailed*) > 0,05.

Tabel 4 Uji Paired Sample t-Test

Dimensi	Persepsi	Mean	t	Standar Deviasi	Standar Mean Error	Nilai Signifikan (<i>Two-Tailed</i>)
Usability	Aktual	4,055	-5,079	0,399	0,035	0,000
	Harapan	4,285		0,517	0,045	
Information	Aktual	4,063	-4,510	0,462	0,041	0,000
	Harapan	4,288		0,574	0,050	
Service Interaction	Aktual	4,082	-4,749	0,460	0,040	0,000
	Harapan	4,306		0,522	0,046	

Berdasarkan tabel 4 di atas terkait uji *paired sample t-test* terhadap dimensi *usability*, *information*, dan *service interaction*, nilai signifikan (*Two-Tailed*) sebesar 0,000. Nilai tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang nyata antara persepsi aktual dengan harapan responden berdasarkan dimensi *usability*, *information*, dan *service interaction* dari kualitas *website* telkomsel. Oleh karena itu hasil dari tabel 4 di atas menyatakan bahwa hipotesis H1, H2, dan H3 diterima.

3.4 Perhitungan Tingkat Kesesuaian

Pengukuran tingkat kesesuaian dilakukan untuk mengetahui perbandingan persepsi nilai skor aktual atau *performance* dan nilai skor harapan atau *importance* [19]. Apabila persentase tingkat kesesuaian sama dengan 100 persen, maka kualitas yang diberikan telah sesuai dengan kualitas yang diharapkan.

Tabel 5 Perhitungan Tingkat Kesesuaian

Kode Pernyataan	<i>Total Score of Performance</i>	<i>Total Score of Importance</i>	Tingkat Kesesuaian
US1	532	558	95,34%
US2	525	557	94,25%
US3	541	563	96,09%
US4	535	553	96,75%
US5	506	549	92,17%
US6	524	562	93,24%
IQ1	522	550	94,91%
IQ2	543	557	97,49%
IQ3	530	561	94,47%
IQ4	539	562	95,91%
IQ5	507	557	91,02%
SI1	517	550	94,00%
SI2	535	556	96,22%
SI3	535	555	96,40%
SI4	526	572	91,96%
SI5	540	566	95,41%
Average	528,5625	558	94,73%

Rata-rata persentase tingkat kesesuaian menurut hasil tabel 5 di atas yaitu sebesar 94,73%. Kemudian, nilai rata-rata skor antara persepsi aktual atau *performance* dengan persepsi harapan atau *importance* masing-masing bernilai 528,5625 dan 558. Persentase serta perbandingan nilai skor persepsi *performance* dengan *importance* tersebut menggambarkan bahwa kualitas *website* telkomsel yang diberikan belum sesuai dengan kualitas yang diharapkan oleh responden.

3.4 Perhitungan Nilai *Importance* dan *Performance*

Nilai *importance* dan *performance* didapatkan berdasarkan hasil kuesioner dari setiap indikator pernyataan harapan dan aktual. Penilaian webqual dilakukan dengan menjumlahkan seluruh jawaban dari setiap indikator pernyataan aktual dan harapan. Kemudian, nilai tersebut dibagi dengan total responden yaitu sebesar 130 responden. Hasil perhitungan tersebut akan mendapatkan nilai rata-rata setiap indikator pernyataan aktual (*performance*) dan harapan (*importance*).

Tabel 6 Perhitungan Nilai *Importance* dan *Performance*

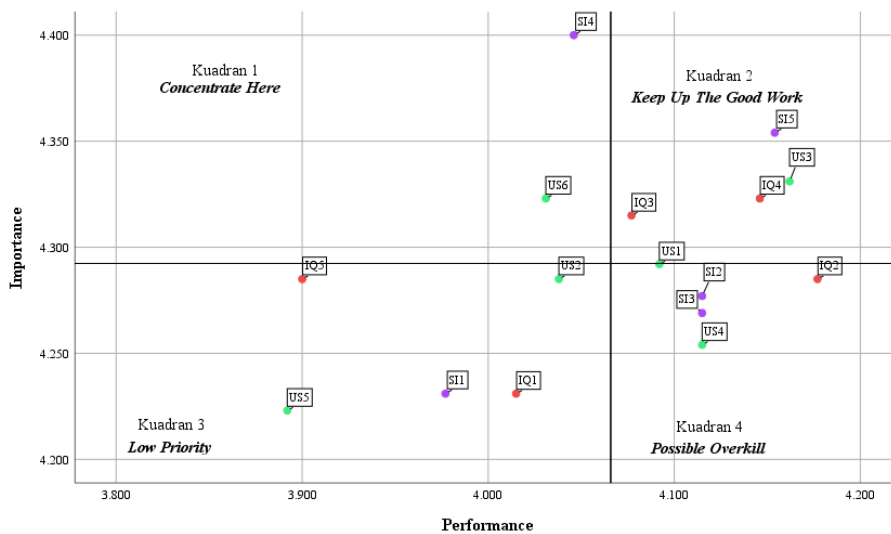
Kode Pernyataan	<i>Total Score of Performance</i>	<i>Total Score of Importance</i>	<i>Total Score of Performance Mean</i>	<i>Total Score of Importance Mean</i>	Nilai Gap
US1	532	558	4,092	4,292	-0,200
US2	525	557	4,038	4,285	-0,246
US3	541	563	4,162	4,331	-0,169
US4	535	553	4,115	4,254	-0,138
US5	506	549	3,892	4,223	-0,331
US6	524	562	4,031	4,323	-0,292
IQ1	522	550	4,015	4,231	-0,215
IQ2	543	557	4,177	4,285	-0,108
IQ3	530	561	4,077	4,315	-0,238
IQ4	539	562	4,146	4,323	-0,177
IQ5	507	557	3,900	4,285	-0,385
SI1	517	550	3,977	4,231	-0,254

SI2	535	556	4,115	4,277	-0,162
SI3	535	555	4,115	4,269	-0,154
SI4	526	572	4,046	4,400	-0,354
SI5	540	566	4,154	4,354	-0,200
Average	528,5625	558	4,066	4,292	-0,226

Tabel 6 di atas menggambarkan bahwa nilai rata-rata aktual (*performance*) yang dihasilkan yaitu sebesar 4,066 dan nilai rata-rata harapan (*importance*) sebesar 4,292. Apabila selisih nilai rata-rata aktual dan harapan tersebut dihitung, maka akan mendapatkan nilai gap (kesenjangan) sebesar -0,226. Hal ini menggambarkan bahwa kinerja atau aktual kualitas *website* telkomsel yang diberikan belum sesuai dengan kepentingan atau harapan kualitas responden.

3.5 Analisis Kuadran *Importance* dan *Performance*

Analisis *importance* dan *performance* atau IPA (*Importance Performance Analysis*) dilakukan pemetaan dalam empat kuadran untuk setiap atribut yang berkaitan dengan kualitas *website* telkomsel. Keempat kuadran tersebut menggambarkan skala prioritas [20]. Berikut gambar dan hasil penjelasan mengenai analisis kuadran *importance* dan *performance*:



Gambar 2 Analisis Kuadran *Importance* dan *Performance*

Keterangan:

- Dimensi *Usability*
- Dimensi *Information*
- Dimensi *Service Interaction*

1. Kuadran Pertama (*Concentrate Here*)

Berdasarkan gambar 2, Kuadran pertama berada di antara garis *high importance* dengan *low performance*. Atribut-atribut yang berada di dalam kuadran pertama antara lain:

- 1) Indikator pernyataan US6 yaitu “*website* telkomsel memiliki pengalaman yang positif dalam menggunakannya”. Hasil yang didapatkan yaitu bahwa *website* telkomsel belum memiliki pengalaman yang positif dalam menggunakannya sementara tingkat kepentingan tersebut tinggi.
- 2) Indikator pernyataan SI4 yaitu “*website* telkomsel aman dalam melakukan transaksi”. Hasil yang didapatkan yaitu bahwa *website* telkomsel belum aman dalam melakukan transaksi sementara tingkat kepentingan tersebut tinggi.

2. Kuadran Kedua (*Keep Up The Good Work*)

Kuadran kedua menurut gambar 2 di atas berada di antara garis *high importance* dengan *high performance*. Atribut-atribut yang berada di dalam kuadran kedua antara lain:

- 1) Indikator pernyataan US1 yaitu “*website* telkomsel mudah dipelajari dan dioperasikan”. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa *website* telkomsel mudah dipelajari dan dioperasikan serta sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan responden.
- 2) Indikator pernyataan US3 yaitu “*website* telkomsel mudah digunakan”. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa *website* telkomsel mudah digunakan dan sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan responden.
- 3) Indikator pernyataan IQ3 yaitu “*website* telkomsel menyediakan informasi yang relevan”. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa *website* telkomsel sudah menyediakan informasi yang relevan dan sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan responden.
- 4) Indikator pernyataan IQ4 yaitu “*website* telkomsel menyediakan informasi yang mudah dimengerti”. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa *website* telkomsel sudah menyediakan informasi yang mudah dimengerti dan sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan responden.
- 5) Indikator pernyataan SI5 yaitu “layanan di *website* telkomsel terpercaya”. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa layanan di *website* telkomsel sudah terpercaya dan sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan responden.

3. Kuadran Ketiga (*Low Priority*)

Pada gambar 2, kuadran ketiga berada di antara garis *low importance* dengan *low performance*. Atribut-atribut yang berada di dalam kuadran ketiga antara lain:

- 1) Indikator pernyataan US2 yaitu “interaksi dengan *website* telkomsel jelas dan dimengerti”. Hal yang didapatkan yaitu bahwa interaksi dengan *website* telkomsel belum jelas dan dimengerti serta hal tersebut tidak begitu penting dan kurang diharapkan oleh responden.
- 2) Indikator pernyataan US5 yaitu “*website* telkomsel sudah sesuai dengan jenis *website e-commerce* pada umumnya”. Hal yang didapatkan yaitu bahwa *website* telkomsel belum sesuai dengan jenis *website e-commerce* pada umumnya serta hal tersebut tidak begitu penting dan kurang diharapkan oleh responden.
- 3) Indikator pernyataan IQ1 yaitu “*website* telkomsel menyediakan informasi yang akurat”. Hal yang didapatkan yaitu bahwa *website* telkomsel belum menyediakan informasi yang akurat serta hal tersebut tidak begitu penting dan kurang diharapkan oleh responden.
- 4) Indikator pernyataan IQ5 yaitu “*website* telkomsel menyediakan informasi yang detail (rinci)”. Hasil yang didapatkan yaitu bahwa *website* telkomsel belum menyediakan informasi yang detail (rinci) serta hal tersebut tidak begitu penting dan kurang diharapkan oleh responden.
- 5) Indikator pernyataan SI1 yaitu “*website* telkomsel menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan saya”. Hasil yang didapatkan yaitu bahwa *website* telkomsel belum menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan responden serta hal tersebut tidak begitu penting dan kurang diharapkan oleh responden.

4. Kuadran Keempat (*Possible Overkill*)

Kuadran keempat berdasarkan gambar 2 di atas berada di antara garis *low importance* dengan *high performance*. Atribut-atribut yang berada di dalam kuadran keempat antara lain:

- 1) Indikator pernyataan US4 yaitu “tampilan di *website* telkomsel menarik”. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa tampilan di *website* telkomsel sudah menarik akan tetapi, hal tersebut tidak begitu penting oleh responden walaupun kinerjanya sudah baik.
- 2) Indikator pernyataan IQ2 yaitu “*website* telkomsel menyediakan informasi yang terpercaya”. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa *website* telkomsel sudah menyediakan informasi yang terpercaya akan tetapi, hal tersebut tidak begitu penting oleh responden walaupun kinerjanya sudah baik.

- 3) Indikator pernyataan SI2 yaitu “keseluruhan tampilan *website* telkomsel baik”. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa keseluruhan tampilan *website* telkomsel sudah baik akan tetapi, hal tersebut tidak begitu penting oleh responden walaupun kinerjanya sudah baik.
- 4) Indikator pernyataan SI3 yaitu “*website* telkomsel memiliki reputasi yang baik”. Hal ini menghasilkan kesimpulan bahwa *website* telkomsel sudah memiliki reputasi yang baik akan tetapi, hal tersebut tidak begitu penting oleh responden walaupun kinerjanya sudah baik.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi aktual dengan harapan responden berdasarkan dimensi *usability*, *information*, dan *service interaction* dari kualitas *website* telkomsel.
2. Persentase tingkat kesesuaian sebesar 94,73% dan nilai kesenjangan sebesar -0,226 menggambarkan kualitas *website* telkomsel yang diberikan belum sesuai dengan kualitas *website* telkomsel yang diharapkan.
3. Indikator pernyataan yang berada di kuadran 1 yaitu dengan kode US6 dan SI4 menggambarkan bahwa tingkat kepentingan tinggi akan tetapi, tingkat kinerja rendah. Kemudian, Indikator pernyataan yang berada di kuadran 2 yaitu dengan kode US1, US3, IQ3, IQ4, dan SI5 menggambarkan bahwa tingkat kepentingan dan tingkat kinerja tinggi. Selanjutnya, Indikator pernyataan yang berada di kuadran 3 yaitu dengan kode US2, US5, IQ1, IQ5, dan SI1 menggambarkan bahwa tingkat kepentingan dan tingkat kinerja rendah. Terakhir, Indikator pernyataan yang berada di kuadran 4 yaitu dengan kode US4, IQ2, SI2, dan SI3 menggambarkan bahwa tingkat kepentingan rendah akan tetapi, tingkat kinerja tinggi.

5. SARAN

Saran-saran yang dapat diberikan oleh peneliti terkait penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil dari penelitian terkait kualitas *website* telkomsel, apabila dilihat dari analisis kuadran *importance* dan *performance*, hal yang menjadi fokus konsentrasi yaitu pada kuadran satu (*concentrate here*) dimana nilai kinerja atau aktual rendah sementara nilai kepentingan atau harapan tinggi. Oleh karena itu, saran-saran yang dapat dilakukan oleh pihak telkomsel antara lain:
 - a. Agar pengguna memiliki pengalaman yang positif dalam menggunakan *website* telkomsel, saran yang dapat diberikan untuk pihak telkomsel yaitu dengan melakukan pengembangan berkelanjutan terhadap *website* telkomsel yang sesuai dengan kebutuhan pengguna (*user needs*).
 - b. Agar pengguna mendapatkan keamanan dalam melakukan transaksi di dalam *website* telkomsel, saran yang dapat diberikan untuk pihak telkomsel yaitu dengan memperkuat sistem *security* proses transaksi terutama pada bagian *payment gateway*.
- 2) Saran-saran yang diberikan bagi peneliti selanjutnya antara lain:
 - a. Melakukan analisis terhadap *website* telkomsel menggunakan metode lain, seperti metode TAM (*Technology Acceptance Model*) untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan suatu *website*.
 - b. Diharapkan peneliti selanjutnya mendapatkan lebih banyak responden agar hasil penelitian menjadi lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. R. Bahijzahy, "Aplikasi Company Profile CV. Metrika Teknik Berbasis Website," Undergraduate Thesis, Universitas Dinamika, 2022.
- [2] T. P. Oyana, "Pengaruh Mekanisme Tata Kelola Perusahaan Terhadap Luas Pengungkapan Informasi Strategis Pada Website Perusahaan Dalam Perspektif Akuntansi Islam," Skripsi, UIN Raden Intan Lampung, 2022.
- [3] Usman, J. N. U. Jaya, and A. Pratama, "Analisis Kepuasan Aplikasi Anjungan Pasien AWS Berbasis Website Menggunakan Metode WEBQUAL 4.0," *Jurnal Riset Komputer*, vol. 9, no. 2, pp. 420–426, Apr. 2022.
- [4] R. A. Fadhallah, *Wawancara*. UNJ Press, 2021.
- [5] H. Setiawan, W. Rahayu, and I. Kurniawan, "Perancangan Aplikasi Pemesanan Makanan dan Minuman pada Rumah Makan Cepat Saji D'besto," *Jurnal Riset dan Aplikasi Mahasiswa Informatika*, vol. 1, no. 3, pp. 347–354, 2020.
- [6] A. R. Idhartono, "Studi Literatur: Analisis Pembelajaran Daring Anak Berkebutuhan Khusus di Masa Pandemi," *Jurnal Studi Guru dan Pembelajaran*, vol. 3, no. 3, pp. 529–533, Dec. 2020.
- [7] K. Parang, J. Sidharta, and R. Lumbantoruan, "Pengaruh Penghindaran Pajak, Kepemilikan Institusional dan Profitabilitas Terhadap Biaya Hutang pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Tahun 2017-2019 di Bursa Efek Indonesia," *Fundamental Management Journal*, vol. 7, no. 1, pp. 61–80, Apr. 2022.
- [8] K. Yulawan, "Pelatihan Smartpls 3.0 untuk Pengujian Hipotesis Penelitian Kuantitatif," *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Membangun Negeri*, vol. 5, no. 1, pp. 43–50, Apr. 2021.
- [9] N. T. Ana, "Pengaruh Ulasan Pelanggan Online, Peringkat, dan Layanan Pelanggan Online sebagai Pilihan Berbelanja di Marketplace Tokopedia," *EMABI: Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 252–264, 2022.
- [10] A. Nurrahmah *et al.*, *Pengantar Statistika 1*. Bandung: Media Sains Indonesia, 2021.
- [11] R. P. Gala, "Pengaruh Penerapan Model Pembelajaran Siklus Belajar pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Kristen terhadap Tanggung Jawab Siswa Kelas 6 Sekolah Dasar Kristen Gamaliel Makassar," *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, vol. 7, no. 3, pp. 184–191, Jun. 2021.
- [12] I. Bouchrika, "How to Write a Conclusion for a Research Paper: Effective Tips and Strategies," *Research.com*, May 07, 2021. <https://research.com/research/how-to-write-a-conclusion-for-a-research-paper>, diakses tanggal 22 Juni 2022.
- [13] M. R. Zaen, "Analisis Pengaruh Kualitas, Kuantitas dan Ketepatan Waktu Ulasan Online pada Minat Beli Online Konsumen di E-Commerce Shopee Selama Pandemi Covid-19," *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, vol. 1, no. 2, pp. 217–224, Apr. 2022.

-
- [14] A. J. M, Syahidin, and Erma, “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Produksi Sere Wangi di Kecamatan Terangun Kabupaten Gayo Lues,” *Gajah Putih Journal of Economics Review*, vol. 3, no. 2, pp. 76–88, Oct. 2021.
- [15] A. Taufik and A. F. Hadining, “Analisa Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Loyalitas Pelanggan pada Bengkel Mobil Mitra Sejahtera,” *Jurnal Pendidikan Tambusai*, vol. 6, no. 1, pp. 1367–1373, Apr. 2022.
- [16] Widia and C. Gunawan, “Pengaruh Pemasaran Online dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Sosial*, vol. 1, no. 2, pp. 66–74, Feb. 2021.
- [17] D. N. N. Wicaksono, D. W. Rahayu, S. Kasiyun, and M. Taufiq, “Pengaruh Model Pembelajaran Kooperatif Tipe Think Pair Share terhadap Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Matematika Sekolah Dasar,” *Jurnal Riset Pendidikan Dasar*, vol. 3, no. 2, pp. 208–219, Oct. 2020.
- [18] N. D. Asriani, “Efektivitas Penggunaan Media Animasi Terhadap Penguasaan Mufrodat Siswa Kelas VII MTS Ma’arif NU 2 Cilongok Tahun Pelajaran 2020/2021,” Skripsi, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri, 2022.
- [19] M. Jufriyanto, “Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Kualitas Pelayanan Kedai Kopi Shelter,” *Jurnal Manajemen dan Teknik Industri-Produksi*, vol. 20, no. 2, pp. 79–90, Mar. 2020.
- [20] R. I. Wirasandi, “Rancang Bangun Aplikasi Analisis Kepuasan Mahasiswa Baru Menggunakan Metode Importance Performance Analysis pada Universitas Dinamika,” Skripsi, Universitas Dinamika, 2022.