

Analisis Pengaruh Kualitas Website Shopee (Webqual 4.0) terhadap Kepuasan Pengguna Shopee di Kota Batam

Fahriah Fadilla¹, Ancala Laras Putri²

fafafahriah@gmail.com¹, ancala@polibatam.ac.id²

Administrasi Bisnis Terapan, Administrasi Bisnis Terapan
Politeknik Negeri Batam

ABSTRAK

Seiring terus berkembangnya *e-commerce*, menjaga kualitas *website* yang tinggi menjadi semakin penting untuk memastikan kepuasan pengguna. Penelitian ini mengkaji pengaruh tiga dimensi kualitas *website* -- *usability*, *information quality*, dan *service interaction* -- terhadap kepuasan pengguna *website* Shopee di Kota Batam dengan menggunakan kerangka WebQual 4.0. Pendekatan kuantitatif digunakan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yang memiliki pengalaman menggunakan *website* Shopee, menggunakan teknik *purposive sampling*. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *usability* dan *service interaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai signifikansi masing-masing sebesar 0,002 dan 0,001. Sebaliknya, *information quality* tidak ditemukan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi sebesar 0,398. Selain itu, nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,670 menunjukkan bahwa ketiga dimensi kualitas *website* secara bersama-sama menjelaskan 67% variansi kepuasan pengguna. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan *usability* dan *service interaction website* perlu diprioritaskan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Kata Kunci: Website Shopee, Metode Webqual 4.0, Kepuasan Pengguna.

ABSTRACT

As e-commerce continues to grow, maintaining high website quality has become increasingly important to ensure user satisfaction. This study examines the effect of three website quality dimensions -- usability, information quality, and service interaction -- on user satisfaction with the Shopee website in Batam City using the WebQual 4.0 framework. A quantitative approach was used, distributing questionnaires to 100 respondents with prior experience using the Shopee website, selected through purposive sampling. The collected data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 25. The results show that usability and service interaction have a positive and significant effect on user satisfaction, with significance values of 0.002 and 0.001 respectively. In contrast, information quality was not found to have a significant effect on user satisfaction, indicated by a significance value of 0.398. In addition, an Adjusted R Square value of 0.670 shows that the three website quality dimensions jointly explain 67% of the variance in user satisfaction. These findings suggest that improving website usability and service interaction should be prioritized to enhance overall customer satisfaction.

Keywords: Shopee Website, Webqual 4.0 Method, User Satisfaction.

1. Pendahuluan

Pesatnya perkembangan teknologi internet berperan besar dalam mendorong pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia. Seiring semakin luasnya akses internet, konsumen semakin mengandalkan *platform* daring untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk membeli produk dan mengakses berbagai layanan. Dalam pasar digital yang sangat kompetitif saat ini,

kualitas *website e-commerce* menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi pengalaman dan kepuasan pengguna. *Website* yang mudah dinavigasi, informatif, dan mendukung interaksi yang lancar cenderung lebih mampu membangun kepercayaan pengguna untuk terus menggunakan *platform* tersebut.

Di antara banyak *platform e-commerce* yang beroperasi di Indonesia, Shopee telah menjadi salah satu *marketplace* daring terkemuka di negara ini. Menurut statistik SimilarWeb, Shopee mencatat jumlah pengunjung *website* tertinggi di antara *platform e-commerce* Indonesia pada tahun 2023, didukung pilihan produk yang luas, promosi yang menarik, dan kemudahan berbelanja. Mengingat dominasi Shopee dalam industri *e-commerce* Indonesia, mengevaluasi kualitas *website*-nya menjadi penting untuk lebih memahami bagaimana performa *website* memengaruhi kepuasan pelanggan.

Untuk menilai kualitas *website*, penelitian ini mengadopsi kerangka WebQual 4.0, yang mengevaluasi *website* berdasarkan tiga dimensi utama: *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Ketiga dimensi tersebut dijelaskan lebih rinci pada bagian Kajian Literatur. Banyak penelitian sebelumnya telah mengkaji hubungan antara kualitas *website* dan kepuasan pengguna, namun hasilnya belum konsisten: sebagian menemukan seluruh dimensi WebQual berpengaruh signifikan, sementara yang lain hanya menemukan dimensi tertentu yang berpengaruh. Perbedaan ini menunjukkan perlunya studi empiris lanjutan di lokasi geografis dan kelompok pengguna yang berbeda.

Kota Batam menjadi lokasi yang sesuai untuk penelitian ini karena tingkat penetrasi internet yang tinggi dan adopsi layanan *e-commerce* yang luas. Shopee tetap menjadi salah satu *platform* belanja daring paling populer di kota ini, sehingga relevan untuk mengkaji penilaian pengguna terhadap kualitas *website*. Oleh karena itu, penelitian ini menyelidiki bagaimana *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* memengaruhi kepuasan pengguna terhadap *website* Shopee dengan menggunakan kerangka WebQual 4.0.

2. Kajian Literatur

Kerangka yang digunakan untuk menilai kualitas *website* dalam penelitian ini adalah WebQual 4.0, yang mengevaluasi *website* berdasarkan tiga dimensi utama, yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*, terhadap kepuasan pengguna sebagai variabel dependen. *Usability* mengacu pada sejauh mana sebuah *website* memungkinkan pengguna untuk

mempelajari, menavigasi, dan mengoperasikannya dengan mudah. *Information Quality* mencerminkan persepsi pengguna terhadap akurasi, relevansi, kelengkapan, dan kegunaan informasi yang tersedia di *website*. *Service Interaction Quality* mengevaluasi seberapa efektif pengguna berinteraksi dengan *website*, termasuk elemen-elemen seperti keamanan, kepercayaan, dan komunikasi sepanjang transaksi daring.

Secara historis, WebQual dikembangkan oleh Barnes dan Vidgen sejak tahun 1998 sebagai perluasan dari metode SERVQUAL dan telah mengalami empat versi pengembangan (WebQual 1.0 hingga 4.0), dengan versi 4.0 menekankan kualitas website dari sudut pandang pengguna melalui dimensi usability, information quality, dan service interaction quality, menggantikan pendekatan versi sebelumnya yang lebih berorientasi pada pengembang. Konsep kepuasan pengguna didukung oleh Expectancy-Disconfirmation Theory -- kepuasan timbul ketika kinerja produk atau layanan memenuhi atau melampaui harapan pengguna -- serta Theory of Reasoned Action, yang mengaitkan kepuasan pengguna dengan niat mereka untuk terus menggunakan suatu platform. Shopee sendiri merupakan platform e-commerce berbasis aplikasi mobile yang masuk ke Indonesia sejak tahun 2015 dan dikenal melalui variasi produk, promosi menarik, serta layanan pengiriman dan pembayaran yang terintegrasi.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan desain penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei untuk menyelidiki hubungan antar variabel yang diajukan. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh beberapa variabel independen terhadap kepuasan pengguna melalui analisis statistik. Penelitian dilakukan terhadap pengguna *website* Shopee yang berdomisili di Kota Batam. Populasi target terdiri atas individu di Kota Batam yang pernah menggunakan *website* Shopee. Responden dipilih melalui *purposive sampling*, dengan kriteria utama berupa pengalaman sebelumnya dalam menggunakan *website* Shopee. Berdasarkan kriteria seleksi tersebut, penelitian ini melibatkan 100 responden, yang jumlahnya ditentukan dengan pendekatan Lemeshow karena populasi tidak diketahui secara pasti.

Perlu dicatat bahwa rumus Lemeshow pada dasarnya dikembangkan untuk konteks pengambilan sampel probabilitas (Lemeshow et al., 1990); dalam penelitian ini, rumus tersebut hanya digunakan sebagai acuan untuk menentukan jumlah minimum sampel yang memadai, mengingat ukuran populasi pengguna *website* Shopee di Kota Batam tidak diketahui secara pasti. Teknik

purposive sampling tetap dipilih sebagai teknik penarikan sampel aktual di lapangan karena pertimbangan praktis, yaitu untuk memastikan bahwa responden yang terlibat benar-benar memiliki pengalaman menggunakan *website* Shopee, sehingga data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian. Dengan demikian, rumus Lemeshow berfungsi sebagai pedoman kuantitatif untuk menetapkan ukuran sampel minimum, sedangkan *purposive sampling* digunakan sebagai teknik penentuan respondennya; kombinasi keduanya lazim diterapkan dalam penelitian sosial ketika kerangka sampel probabilitas tidak tersedia.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner terstruktur yang diberikan kepada para partisipan terpilih. Item-item kuesioner dikembangkan berdasarkan model WebQual 4.0, yang mencakup empat variabel: *Usability* (X1), *Information Quality* (X2), *Service Interaction Quality* (X3), dan Kepuasan Pengguna (Y). Setiap item kuesioner dinilai menggunakan skala Likert empat poin, di mana skor 1 menunjukkan "Sangat Tidak Setuju" dan skor 4 menunjukkan "Sangat Setuju".

Variabel independen dioperasionalkan sesuai dengan dimensi WebQual 4.0 sebagaimana dirangkum pada Tabel 1.

Tabel 1. Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
<i>Usability</i> (Kualitas Penggunaan) (X1) Said et al. (2020)	Mutu atau kualitas yang terkait dengan <i>website</i> , mulai dari tampilan, kemudahan dalam navigasi, peletakan informasi, kesesuaian tampilan dengan jenis <i>website</i> . Desain yang menarik dan juga kemudahan dalam menggunakan menjadi penunjang bagi pengguna <i>website</i> untuk mengakses dan mengunjungi <i>website</i> secara intens. (Purwandani et al., 2022)	Mudah dipelajari	Likert 1-4
		Jelas dan mudah dimengerti	
		Mudah untuk bernavigasi	
		Mudah untuk digunakan	
		Tampilan yang menarik	
		Kebutuhan informasi	
		Kompetensi yang baik	
		Kesan yang positif	
<i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi) (X2)	Kualitas informasi bisa dilihat dari pantas atau tidaknya informasi yang ditampilkan di <i>website</i> , apakah informasi yang disajikan dapat dipercaya dan memiliki informasi yang tepat. (Purwandani et al., 2022)	Informasi yang cukup jelas	Likert 1-4
		Informasi yang dapat dipercaya	
		Informasi yang tepat waktu/ <i>up to date</i>	

Variabel	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Said et al. (2020)		Informasi yang relevan	
		Informasi yang mudah dibaca dan dipahami	
		Informasi yang cukup detail	
		Kesesuaian fitur dan isi <i>website</i>	
<i>Service Interaction</i> (Kualitas Interaksi) (X3) Said et al. (2020)	Kualitas interaksi adalah mutu dari interaksi layanan yang diterima oleh pengguna ketika mengakses <i>website</i> yang terwujud dalam bentuk kepercayaan dan empati. (Purwandani et al., 2022)	Reputasi yang baik	Likert 1-4
		Aman bertransaksi	
		Data pribadi terjaga	
		Menarik minat dan perhatian	
		Adanya suasana komunitas	
		Mudah memberi masukan (<i>feedback</i>)	
		Kepercayaan penyampaian informasi	
<i>User Satisfaction</i> (Kepuasan Pengguna) (Y) Purwandani et al. (2022)	Variabel ini merupakan variabel dependen yang menunjukkan tampilan <i>website</i> secara keseluruhan baik. (Purwandani et al., 2022)	Memenuhi kebutuhan	Likert 1-4
		Efektif dalam penggunaan	
		Efisien dalam penggunaan	
		Kepuasan Secara keseluruhan	

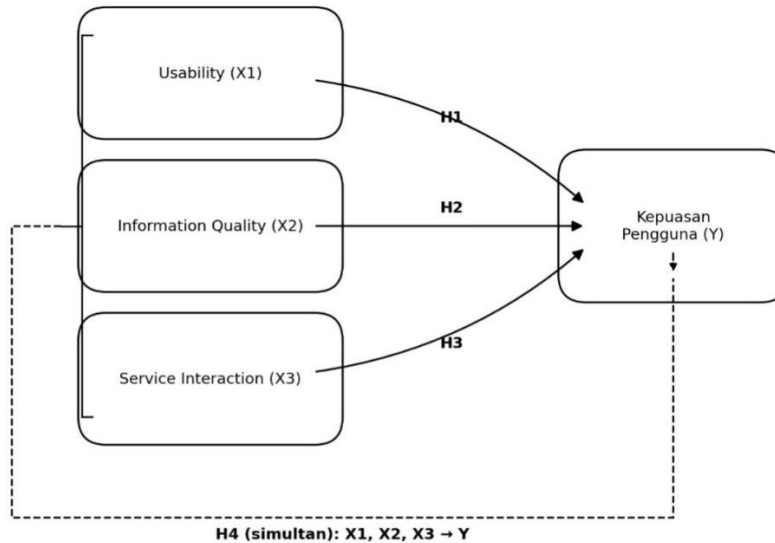
Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Respons yang terkumpul diolah dan dianalisis menggunakan SPSS versi 25. Sebelum pengujian hipotesis, data kuesioner terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan kualitas instrumen pengukuran. Selanjutnya, uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi memenuhi asumsi statistik yang disyaratkan. Analisis regresi linier berganda kemudian diterapkan untuk mengkaji pengaruh variabel independen terhadap kepuasan pengguna. Signifikansi masing-masing variabel independen dievaluasi menggunakan uji-t, sementara uji-F digunakan untuk menilai pengaruh gabungan seluruh variabel independen. Terakhir, koefisien

determinasi (Adjusted R²) dihitung untuk menentukan proporsi variansi kepuasan pengguna yang dijelaskan oleh model penelitian yang diajukan.

Hipotesis merupakan pernyataan yang dapat diuji dan dirumuskan berdasarkan kerangka konseptual yang telah ditetapkan. Berikut ini adalah hipotesis-hipotesis yang dikembangkan untuk penelitian ini berdasarkan kerangka penelitian pada Gambar 1.

Gambar 1. Model Penelitian



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

H1: *Usability website* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* Shopee.

H2: *Information quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* Shopee.

H3: *Service interaction quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* Shopee.

H4: *Usability website, information quality, dan service interaction quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna *website* Shopee.

Untuk mengkaji pengaruh dimensi-dimensi kualitas *website* terhadap kepuasan pengguna, penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan: Y = Kepuasan Pengguna; a = Konstanta; b1, b2, b3 = Koefisien regresi; X1 = *Usability*; X2 = *Information Quality*; X3 = *Service Interaction Quality*; e = *Error term*.

4. Hasil dan Pembahasan

Hasil

1. Karakteristik Responden

Tabel 2. Karakteristik Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Perempuan	57	57
Laki-laki	43	43
Total	100	100,0
Usia		
18 - 25 Tahun	39	39
26 - 35 Tahun	32	32
36 - 45 Tahun	29	29
46 - 55 Tahun	0	0
Total	100	100,0
Frekuensi akses		
3 - 5	31	31
6 - 10	34	34
Lainnya	35	35
Total	100	100

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Profil responden terdiri atas 100 individu yang memiliki pengalaman menggunakan *website* Shopee. Partisipan perempuan menyumbang 57% dari sampel, sementara responden berusia 18-25 tahun mewakili kelompok usia terbesar (39%). Dari segi frekuensi akses, mayoritas responden mengakses *website* Shopee sebanyak 6-10 kali dalam periode yang diukur (34%), diikuti oleh responden dengan frekuensi akses lainnya (35%) dan yang mengakses sebanyak 3-5 kali (31%), yang menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan merupakan pengguna aktif dengan pengalaman yang memadai dalam menggunakan platform tersebut.

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen pengukuran secara akurat merepresentasikan variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap item kuesioner yang dikembangkan untuk mengukur *usability*, *information quality*, *service interaction*, dan kepuasan pengguna memperoleh nilai r-hitung yang

lebih besar dari nilai kritis r-tabel sebesar 0,195. Dengan demikian, seluruh indikator memenuhi syarat validitas dan dianggap layak untuk dianalisis statistik lebih lanjut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keputusan
Usability (X1)			
X1.1	0,672	0,195	VALID
X1.2	0,862	0,195	VALID
X1.3	0,784	0,195	VALID
X1.4	0,844	0,195	VALID
X1.5	0,794	0,195	VALID
X1.6	0,769	0,195	VALID
X1.7	0,836	0,195	VALID
X1.8	0,702	0,195	VALID
Information Quality (X2)			
X2.1	0,852	0,195	VALID
X2.2	0,87	0,195	VALID
X2.3	0,844	0,195	VALID
X2.4	0,876	0,195	VALID
X2.5	0,867	0,195	VALID
X2.6	0,847	0,195	VALID
X2.7	0,825	0,195	VALID
Service Interaction (X3)			
X3.1	0,849	0,195	VALID
X3.2	0,787	0,195	VALID
X3.3	0,871	0,195	VALID
X3.4	0,862	0,195	VALID
X3.5	0,796	0,195	VALID
X3.6	0,862	0,195	VALID
X3.7	0,913	0,195	VALID
Kepuasan Pengguna (Y)			
Y.1	0,829	0,195	VALID
Y.2	0,844	0,195	VALID
Y.3	0,878	0,195	VALID
Y.4	0,897	0,195	VALID

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Sebagaimana disajikan pada Tabel 3, seluruh nilai r-hitung berkisar antara 0,672 hingga 0,913 untuk keempat variabel penelitian, dengan nilai terendah pada item X1.1 (Usability) dan nilai tertinggi pada item X3.7 (Service Interaction). Karena seluruh nilai r-hitung berada di atas nilai r-tabel sebesar 0,195, seluruh item pernyataan pada variabel Usability, Information Quality, Service Interaction, dan Kepuasan Pengguna dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen pengukuran dalam penelitian ini.

Uji reliabilitas mengevaluasi konsistensi dan stabilitas instrumen penelitian dalam mengukur variabel yang sama pada pengukuran yang berulang. Analisis reliabilitas menunjukkan bahwa setiap variabel penelitian menghasilkan koefisien Cronbach's Alpha yang melebihi ambang batas

minimum yang direkomendasikan sebesar 0,60. Hasil ini menegaskan bahwa item-item pengukuran yang digunakan untuk menilai *usability*, *information quality*, *service interaction*, dan kepuasan pengguna menunjukkan konsistensi internal yang memuaskan. Oleh karena itu, seluruh konstruk dianggap reliabel dan layak untuk analisis statistik selanjutnya.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N item	Hasil
Usability (X1)	0,908	8	Reliabel
Information Quality (X2)	0,937	7	Reliabel
Service Interaction (X3)	0,94	7	Reliabel
Kepuasan Pengguna (Y)	0,9	4	Reliabel

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

3. Uji Asumsi Klasik

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

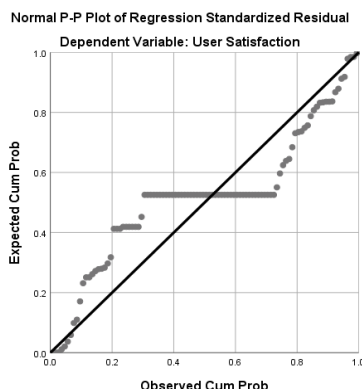
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.Deviation	1,02993359
Most Extreme Differences	Absolute	.226
	Positive	.204
	Negative	-.226
Test Statistic		.226
Asymp.Sig.(2-tailed)		.000 ^c

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000, yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05 sehingga secara formal uji ini menyatakan residual tidak berdistribusi normal. Nilai signifikansi yang sangat kecil ini wajar terjadi karena uji Kolmogorov-Smirnov sangat sensitif terhadap ukuran sampel yang relatif besar ($n = 100$); pada sampel sebesar ini, bahkan penyimpangan kecil dari distribusi normal sekalipun cenderung terdeteksi sebagai signifikan secara statistik, sehingga hasil uji formal semata tidak dapat dijadikan satu-satunya dasar penilaian normalitas. Oleh karena itu, normalitas residual juga dievaluasi secara visual melalui Normal P-P Plot, yang lebih andal digunakan pada sampel berukuran besar. Normal P-P Plot menunjukkan bahwa residual terdistribusi rapat di sekitar garis diagonal tanpa penyimpangan yang berarti. Data residual dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila titik-titik sebaran mengikuti pola yang mendekati garis diagonal secara konsisten, tanpa

membentuk pola melengkung atau menyebar jauh di ujung-ujung garis; pola seperti inilah yang teramati pada Gambar 2. Berdasarkan evaluasi grafis tersebut, residual dianggap mengikuti distribusi yang mendekati normal. Oleh karena itu, dengan mempertimbangkan keterbatasan uji Kolmogorov-Smirnov pada sampel besar dan didukung oleh bukti visual pada P-P Plot, model regresi tetap dinilai memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 2. Hasil Uji Normalitas pada P-Plot



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Uji multikolinearitas mengevaluasi ada tidaknya korelasi yang signifikan antar variabel independen dalam model regresi. Hasil pengujian menunjukkan bahwa setiap variabel independen memiliki nilai *tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) di bawah 10. Temuan ini menunjukkan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel independen, yang menegaskan bahwa model regresi memenuhi asumsi multikolinearitas.

Secara rinci, sebagaimana disajikan pada Tabel 6, variabel *Usability* memiliki nilai *tolerance* sebesar 0,320 dan VIF sebesar 3,123; *Information Quality* memiliki *tolerance* sebesar 0,184 dan VIF sebesar 5,436; sedangkan *Service Interaction* memiliki *tolerance* sebesar 0,209 dan VIF sebesar 4,774. Seluruh nilai tersebut masih berada dalam batas yang direkomendasikan (*tolerance* > 0,10 dan VIF < 10), sehingga tidak ditemukan indikasi multikolinearitas yang serius pada model regresi. Meski demikian, nilai VIF pada *Information Quality* yang relatif lebih tinggi dibandingkan dua variabel lainnya mengindikasikan adanya korelasi yang cukup erat antara variabel ini dengan *Usability* dan *Service Interaction*, meskipun belum sampai pada taraf yang mengganggu stabilitas estimasi koefisien regresi. Kondisi inilah yang turut menjelaskan mengapa pengaruh *Information Quality* secara parsial (uji-t) tidak signifikan meskipun secara simultan (uji-F) tetap signifikan, sebagaimana diuraikan lebih lanjut pada bagian Uji Parsial (Uji-T).

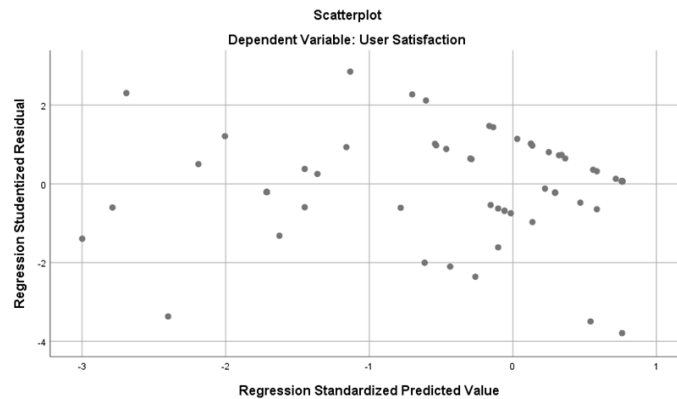
Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
Usability	0,320	3,123
Information Quality	0,184	5,436
Service Interaction	0,209	4,774

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

Scatterplot menunjukkan bahwa residual tersebar secara acak di atas dan di bawah garis nol tanpa membentuk pola tertentu. Distribusi ini menunjukkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi, yang menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah peneliti, 2025

4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengukur sejauh mana variabel independen secara simultan memengaruhi variabel dependen dan untuk menilai kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Model regresi menghasilkan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,670, yang menunjukkan bahwa *usability*, *information quality*, dan *service interaction* secara bersama-sama menjelaskan 67,0% variansi kepuasan pengguna. Sisanya sebesar 33,0% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang berada di luar cakupan penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model Summary	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.680	.670	1.04590

Sumber: Data diolah peneliti, 2025

5. Uji Simultan (Uji-F)

Uji-F dilakukan untuk menentukan apakah *usability*, *information quality*, dan *service interaction* secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pengguna. Analisis ini membandingkan nilai F hitung (F_{count}) dengan nilai F kritis (F_{table}). Dengan derajat kebebasan $df_1 = 3$ dan $df_2 = 96$, nilai F kritis adalah 2,70. Apabila nilai F hitung melebihi nilai kritis, maka variabel independen dianggap memiliki pengaruh gabungan yang signifikan secara statistik terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai F hitung lebih rendah dari nilai kritis, tidak ditemukan pengaruh simultan yang signifikan (Ghozali, 2016).

Tabel 8. Hasil Uji-F (ANOVA)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	223.574	3	74.525	68.127	<.001 ^b
	Residual	105.016	96	1.094		
	Total	328.590	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna						
b. Predictors: (Constant), Service Interaction, Usability, Information Quality						

Sumber: Data diolah peneliti, 2025.

Sebagaimana dilaporkan pada Tabel 8, uji-F menghasilkan nilai F hitung sebesar 68,127 dengan signifikansi (*p-value*) sebesar <0,001. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari ambang batas 0,05, maka H_0 ditolak sementara H_1 diterima. Hasil ini menunjukkan bahwa *usability*, *information quality*, dan *service interaction* secara bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan secara statistik terhadap kepuasan pengguna.

Temuan ini mengartikan bahwa, ketika diuji secara simultan, ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama cukup untuk menjelaskan variasi kepuasan pengguna secara signifikan secara statistik. Hasil ini sejalan dengan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,670 yang menunjukkan bahwa model regresi memiliki daya jelas yang kuat terhadap kepuasan pengguna. Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang juga melaporkan hubungan simultan yang signifikan antara dimensi kualitas *website* dan kepuasan pengguna. Dari perspektif praktis, meskipun ketiga dimensi WebQual 4.0 terbukti berpengaruh signifikan baik secara individual maupun bersama-sama, kepuasan pengguna kemungkinan juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti harga, preferensi individu, aktivitas promosi, kepercayaan, dan pengalaman belanja daring sebelumnya.

6. Uji Parsial (Uji-T)

Uji-t dilakukan untuk mengevaluasi kontribusi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Prosedur ini melibatkan perbandingan antara nilai t hitung (tcount) dengan nilai t kritis (ttable). Berdasarkan sampel penelitian, derajat kebebasan (df) adalah 96, sehingga menghasilkan nilai t kritis sebesar 1,985. Suatu variabel independen dianggap memiliki pengaruh parsial yang signifikan secara statistik apabila nilai t hitungnya melebihi nilai t kritis (Ghozali, 2016).

Tabel 9. Hasil Uji-T

Coefficients ^a						
Model		Unstadardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.056	1.045		1.010	.315
	Usability	.199	.062	.328	3.217	.002
	Information Quality	.066	.078	.114	.848	.398
	Service Interaction	.238	.069	.434	3.445	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Data diolah peneliti, 2025. Variabel dependen: Kepuasan Pengguna.

A. Pengaruh Usability (X1) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Analisis statistik menggunakan uji-t menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,002 untuk variabel *Usability*, lebih rendah dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, H0 ditolak dan H1 diterima, yang menunjukkan bahwa *Usability* berpengaruh signifikan secara statistik terhadap Kepuasan Pengguna.

B. Pengaruh Information Quality (X2) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Analisis uji-t menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,398 untuk variabel *Information Quality*, yang melebihi ambang batas signifikansi 0,05. Akibatnya, H0 diterima, sedangkan H2 ditolak. Hasil ini menunjukkan bahwa *Information Quality* tidak memiliki pengaruh parsial yang signifikan secara statistik terhadap Kepuasan Pengguna dalam konteks penelitian ini.

Hasil ini tampak berlawanan dengan temuan pada uji-F, di mana ketiga variabel independen secara simultan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Perbedaan ini dapat dijelaskan oleh adanya korelasi yang cukup tinggi antara *Information Quality* dengan *Usability* dan *Service Interaction*, sebagaimana tercermin dari nilai VIF *Information Quality* (5,436) yang lebih tinggi dibandingkan kedua variabel lainnya pada uji multikolinearitas. Ketika

ketiga variabel dimasukkan bersama-sama ke dalam model regresi, sebagian besar variasi yang mampu dijelaskan oleh Information Quality terhadap kepuasan pengguna sudah lebih dahulu "diserap" oleh Usability dan Service Interaction karena adanya tumpang tindih informasi di antara ketiganya. Akibatnya, kontribusi unik Information Quality terhadap model menjadi kecil dan tidak signifikan secara parsial (uji-t), meskipun secara bersama-sama dengan variabel lain ia tetap berkontribusi pada pengaruh simultan yang signifikan (uji-F), karena uji-F menilai kemampuan seluruh variabel independen secara kolektif dalam menjelaskan variasi variabel dependen, bukan kontribusi unik masing-masing variabel. Dari sisi konteks penelitian, hal ini juga masuk akal mengingat pengguna Shopee cenderung lebih merasakan langsung dampak kemudahan navigasi (Usability) dan keamanan/kepercayaan bertransaksi (Service Interaction) dibandingkan aspek kualitas informasi semata, sehingga pengaruh Information Quality lebih banyak bekerja melalui kedua variabel tersebut daripada secara langsung dan terpisah.

C. Pengaruh Service Interaction (X3) terhadap Kepuasan Pengguna (Y)

Hasil uji-t menunjukkan bahwa variabel *Service Interaction* memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001, berada di bawah taraf signifikansi 0,05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_3 diterima, yang menegaskan bahwa *Service Interaction* berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna.

Pembahasan

1. Pengaruh Usability terhadap Kepuasan Pengguna

Usability mengacu pada sejauh mana pengguna dapat dengan mudah memahami, mempelajari, menavigasi, dan mengoperasikan sebuah *website*. Temuan ini menunjukkan bahwa responden menilai *website* Shopee memiliki antarmuka yang sederhana dan ramah pengguna, dengan tata letak yang teratur dan navigasi intuitif sehingga memudahkan pencarian produk dan proses pembelian.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyawan & Setiawan (2023), yang melaporkan bahwa *usability* memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna saat menggunakan *website* Shopee. Kesimpulan serupa juga dikemukakan oleh Gunawan, Yunus, dan Sudirman (2022), yang menekankan bahwa kemudahan penggunaan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

Analisis deskriptif lebih lanjut menunjukkan bahwa pernyataan "*Website* Shopee jelas dan mudah dipahami" memperoleh skor rata-rata 3,75, yang termasuk dalam kategori sangat tinggi. Hal ini

menunjukkan bahwa responden secara umum menilai *website* Shopee memenuhi ekspektasi mereka dari segi *usability*.

2. Pengaruh Information Quality terhadap Kepuasan Pengguna

Information Quality mengacu pada sejauh mana informasi yang disediakan oleh sebuah *website* bersifat akurat, relevan, lengkap, mutakhir, dan mudah dipahami. Meskipun responden secara umum menilai informasi yang tersedia di *website* Shopee cukup jelas dan bermanfaat, aspek ini tidak teridentifikasi sebagai determinan utama kepuasan mereka secara keseluruhan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, Yunus, dan Sudirman (2022), yang juga melaporkan bahwa *Information Quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun, hasil ini berbeda dengan temuan Setyawan dan Setiawan (2023), yang menyimpulkan bahwa *Information Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Shopee.

Analisis deskriptif lebih lanjut menunjukkan bahwa sebagian responden merasakan ketidaksesuaian antara informasi produk yang ditampilkan di *website* dengan produk yang sebenarnya diterima. Pengguna sering mempertimbangkan ulasan pelanggan, rating, dan pengalaman belanja sebelumnya sebagai sumber informasi pelengkap.

3. Pengaruh Service Interaction terhadap Kepuasan Pengguna

Service interaction merepresentasikan kemampuan sebuah *website* untuk menciptakan lingkungan yang aman, tepercaya, dan nyaman bagi pengguna sekaligus memfasilitasi komunikasi antara pengguna dan sistem, maupun antara pembeli dan penjual. Responden dalam penelitian ini menilai bahwa *website* Shopee menawarkan platform yang aman untuk melakukan transaksi dan memberikan perlindungan yang memadai bagi informasi pribadi pengguna.

Temuan ini sejalan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, termasuk yang dilakukan oleh Setyawan & Setiawan (2023), yang melaporkan bahwa *service interaction* berkontribusi positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kesimpulan serupa juga dikemukakan oleh Adelin & Silviana (2019), yang mengidentifikasi kualitas *service interaction* sebagai determinan utama kepuasan pengguna *website*.

Hasil penelitian lebih lanjut menunjukkan bahwa pengguna Shopee merasa terbantu oleh berbagai fitur, seperti fasilitas komunikasi antara pembeli dan penjual, layanan pelacakan pesanan, dukungan pelanggan, dan sistem pembayaran yang aman.

4. Pengaruh Simultan Usability, Information Quality, dan Service Interaction terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil ini menegaskan bahwa setiap dimensi WebQual penting secara konseptual dalam membentuk pengalaman pengguna saat berinteraksi dengan sebuah *website*. Platform yang mudah dinavigasi, menyediakan informasi yang relevan, dan menawarkan interaksi yang aman dan andal secara umum diharapkan dapat menciptakan pengalaman belanja daring yang lebih positif.

Temuan ini sejalan dengan hasil yang dilaporkan oleh Setyawan & Setiawan (2023) serta Said dkk. (2020), yang juga menemukan bahwa *usability*, *information quality*, dan *service interaction* secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pengguna.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna *website* Shopee di Kota Batam mungkin dipengaruhi oleh faktor-faktor tambahan di luar ketiga dimensi WebQual yang diteliti dalam penelitian ini, seperti harga, program promosi, kepercayaan, kebiasaan belanja, ketersediaan produk, atau pengalaman pembelian sebelumnya.

5. Penutup

Kesimpulan

Penelitian ini mengkaji pengaruh dimensi-dimensi WebQual 4.0, yaitu *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction*, terhadap kepuasan pengguna *website* Shopee di Kota Batam. Temuan empiris menunjukkan bahwa *Usability* dan *Service Interaction* berkontribusi signifikan terhadap kepuasan pengguna, sementara *Information Quality* tidak ditemukan berpengaruh signifikan secara statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengguna cenderung lebih puas ketika *website* menawarkan antarmuka yang intuitif, navigasi yang nyaman, dan interaksi yang aman sepanjang proses pembelian. Sebagai perbandingan, kualitas informasi yang tersedia di *website* tampaknya berperan kurang menentukan dalam menentukan kepuasan responden secara keseluruhan.

Implikasi Penelitian

Dari perspektif praktis, temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan *usability website* dan pemeliharaan *service interaction* yang andal harus tetap menjadi prioritas bagi Shopee maupun pelaku *e-commerce* lain, misalnya melalui penyederhanaan navigasi, penguatan fitur keamanan

transaksi, serta layanan komunikasi antara pembeli dan penjual, guna meningkatkan pengalaman belanja daring dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, cakupan variabel independen hanya terbatas pada tiga dimensi WebQual 4.0 (*usability, information quality, dan service interaction*), sehingga belum menjangkau faktor lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pengguna, seperti harga, promosi, atau kepercayaan. Kedua, sampel penelitian terbatas pada 100 responden pengguna Shopee di Kota Batam yang dipilih melalui *purposive sampling*, sehingga generalisasi hasil ke populasi yang lebih luas perlu dilakukan dengan hati-hati.

Saran

Mengingat sebagian besar kepuasan pengguna dipengaruhi oleh faktor-faktor di luar model penelitian ini, penelitian mendatang disarankan untuk memasukkan variabel tambahan seperti harga, program promosi, kepercayaan, kebiasaan belanja, ketersediaan produk, atau pengalaman pembelian sebelumnya guna memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kepuasan pelanggan.

Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan apresiasi yang setulus-tulusnya kepada seluruh responden yang telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini. Terima kasih juga disampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, bantuan, dan dukungan sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdu'a, A. R., & Wasiyanti, S. (2019). Pengukuran Kualitas E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 21(2), 143-148. <https://doi.org/10.31294/p.v21i2.6357>
- Adelin, & Silviana, M. (2019). Website Services Quality Analysis Of PT. Semen Baturaja (Persero) Tbk Toward User Satisfaction By Using Webqual 4.0 Method. *Journal Of Physics: Conference Series*, 1361(1), 012084. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1361/1/012084>
- Ahmad, A., & Khan, M. N. (2017). Developing A Website Service Quality Scale: A Confirmatory Factor Analytic Approach. *Journal Of Internet Commerce*, 16(1), 104-126. <https://doi.org/10.1080/15332861.2017.1283927>

- Alfajrin, D., & Utama, D. P. (2022). Pengaruh Kualitas Barang Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Pembelian Menggunakan Aplikasi Shopee. *Jurnal Cafetaria*, 78-86.
- Badan Pusat Statistik Kota Batam. (2023). Kota Batam Dalam Angka 2023.
- Berata, D. A. N., & Supriyadi. (2016). Faktor-Faktor Jasa Pelayanan Yang Memengaruhi Kepuasan Konsumen Di Bank Pembangunan Daerah Bali. *Jurnal Psikologi Udayana*, 3(3), 445-452.
- Ghozali, I. (2013). Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS (7th ed.). Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, V. C., Yunus, A., & Sudirman. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Kualitas Website Shopee Pada Kalangan Remaja Makassar Menggunakan Metode Webqual 4.0. *JTRISTE*, 9(2), 65-78. <https://doi.org/10.55645/jtriste.v9i2.379>
- Hartono, A., & Wahyono. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Management Analysis Journal*, 153-162.
- Ihsan, A. A., Hidayati, U., & Mardinawati, M. (2022). Analisis Kualitas Website Dengan Metode Webqual 4.0 Dan Importance Performance Analysis. *Keunis*, 10(2), 29. <https://doi.org/10.32497/keunis.v10i2.3519>
- Islami, C. D., & Kusumahadi, K. (2023). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Pada E-Commerce Zalora Indonesia Di Kota Bandung). *Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan*, 17(1), 490. <https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1729>
- Japarianto, E., & Stephanie, A. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 35-43.
- Kresna, M., & Oktaviani, N. (2023). Analisis Kualitas E-Learning Lembaga Pendidikan Terpadu Nurul Ilmi Banyuasin Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Journal Of Information System Research (JOSH)*, 357-363.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr., D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1990). Adequacy Of Sample Size In Health Studies. John Wiley & Sons Ltd.
- Lestari, E., Ridjal, M., & Mulya, N. A. (2023). Sistem Informasi Pemasaran Produk UMKM Berbasis Web Pada Kue Melayu Mak Cik Camkota Medan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 125-134.
- Purwandani, I., Syamsiah, N. O., & Maulana, M. S. (2022). Applying TAM And SERVQUAL To Explore User Experience Of Mybest UBSI. *Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi (Justin)*, 10(2), 264. <https://doi.org/10.26418/justin.v10i2.56783>
- Rinaldi, S. F., & Mujiyanto, B. (2017). Metodologi Penelitian Dan Statistik. Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.

- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The Impact Of E-Service Quality And Customer Satisfaction On Customer Behavior In Online Shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Saffanah, K. N. (2023). Analisis Perancangan Website Museum Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Untuk Mendukung Proses Online Reservasi Penginapan Di Museum Tanah Dan Pertanian. *Jurnal Mediainfotama*, 100.
- Said, F., Astoni, K., Riana, D., & Wahyuni, A. (2020). Analysis Of Community Satisfaction Level Against The Ministry Of Health's Infection Emerging Websites Using Webqual 4.0. *Journal Of Physics: Conference Series*, 1641(1), 012050. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1641/1/012050>
- Sastika, W. (2018). Analisis Kualitas Layanan Dengan Menggunakan E-Service Quality Untuk Mengetahui Kepuasan Pelanggan Belanja Online Shopee (Studi Kasus: Pelanggan Shopee Di Kota Bandung 2017). *Ikra-Ith Humaniora: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 2(2), 69-74.
- Setiyorini, A. (2016). Analisa Pengukuran Kualitas Layanan Website Menggunakan Metode Webqual. *Jurnal Informasi Interaktif*, 26-33.
- Setyawan, A. A., & Setiawan, A. (2023). Analisis Kualitas Website E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Infokom (Informatika & Komputer)*, 11(1), 1-18.
- Shehu, E., Abou Nabout, N., & Clement, M. (2021). The Risk Of Programmatic Advertising: Effects Of Website Quality On Advertising Effectiveness. *International Journal Of Research In Marketing*, 38(3), 663-677. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2020.10.004>
- Simamora, H. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Gramedia.
- SimilarWeb. (n.d.). Shopee.co.id Traffic Analytics, Ranking & Audience [October 2024]. Diakses 19 November 2024, dari <https://www.similarweb.com/website/shopee.co.id/>
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (21st ed.). Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R Dan D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Triswandari, U. (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Makassar Timur [Skripsi]. Universitas Hasanuddin.
- Zuliestiana, D. A., & Muhsin, A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webqual) 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna Bukalapak Di Kota Bandung. *E-Proceeding Of Management*, 2425.

LAMPIRAN

[Tautan: <https://drive.google.com/drive/folders/1EFbSqwoQi6UIgqj0PiHIRnjHIWRqkN-g>]