

# Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Kualitas Website Upoint.Id Menggunakan Metode Webqual 4.0

1<sup>st</sup> Nabil Ahmad Naufal  
Fakultas Informatika  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

[nabilbull@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:nabilbull@student.telkomuniversity.ac.id)

2<sup>nd</sup> Yanuar Firdaus ArieWibowo  
Fakultas Informatika  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

[yanuar@telkomuniversity.ac.id](mailto:yanuar@telkomuniversity.ac.id)

3<sup>rd</sup> Kusuma Adi Achmad  
Fakultas Informatika  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

[adikusuma@telkomuniversity.ac.id](mailto:adikusuma@telkomuniversity.ac.id)

**Abstrak** - UPoint.ID adalah salah satu *website* penyedia layanan *top up game* dan *entertainment* milik anak perusahaan Telkom Indonesia yaitu PT. Nuon Digital Indonesia. Pada tahun 2020 ditemukan adanya keluhan dari pelanggan yang dituliskan pada forum Google Play terkait pembelian produk yang telah dibayarkan namun produk tersebut tidak diterima oleh pengguna dan pengguna tersebut merasa tidak ada kejelasan dari pihak UPoint.ID terkait hal ini sehingga *service interaction quality* masih kurang pada UPoint.ID. Tujuan dari penelitian ini ialah mengkaji korelasi antara kinerja UPoint.ID dan kepuasan pengguna *website* UPoint.ID melalui metode WebQual 4.0 mencakup variabel *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* pada *website* UPoint.ID. Perolehan data penelitian dilakukan dengan kuisioner terhadap 103 responden melalui teknik analisis regresi linear berganda dan SPSS 29 serta pengukuran skala likert. Pengolahan data menghasilkan pemahaman pengguna secara stimulan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan pengguna, namun secara parsial dimensi kualitas informasi tidak berdampak signifikan pada kepuasan pengguna sehingga diperlukan adanya peningkatan kembali.

**Kata Kunci:** UPOINT.ID, *website*, Webqual 4.0, kepuasan pengguna

## I. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini kehadiran *website* memiliki peranan penting dalam memudahkan pengguna mengakses berbagai layanan salah satunya *top up game*. Layanan ini memiliki peluang pasar yang besar mengingat jumlah pengguna *video game* yang terus meningkat. Berdasarkan data pada [statista.com](https://www.statista.com), jumlah pengguna pasar *video game* di Indonesia pada tahun 2023 diperkirakan mencapai 55,9 juta dengan proyeksi pendapatan mencapai US\$1.117,00 juta.

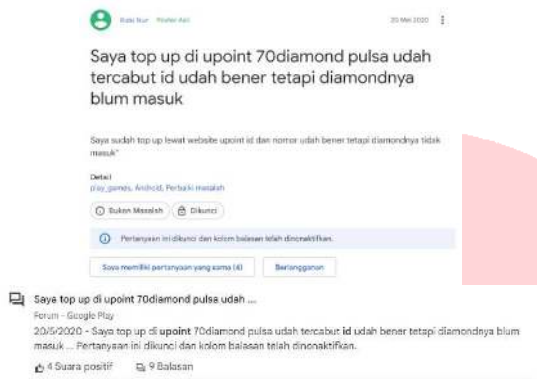
Sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa bisnis pada industri ini dinilai sebagai bisnis yang sangat menjanjikan.

UPOINT.ID adalah salah satu *website* penyedia layanan *top up game* dan *entertainment* milik anak perusahaan Telkom Indonesia yaitu Melon Indonesia yang kini telah berganti nama menjadi Nuon Digital Indonesia. *Website* yang diluncurkan di tahun 2019 ini menyediakan berbagai macam produk seperti *top up game*, *voucher game*, hingga *voucher streaming* untuk musik dan video. Terjangkaunya harga produk yang ditawarkan ditambah berbagai promo menarik serta proses pembelian yang mudah dan cepat membuat UPOINT.ID berhasil memiliki pengguna aktif sebanyak 27 juta dan terdapat lebih dari 260 juta transaksi yang bernilai 6 milyar pada tahun 2023.



GAMBAR 1. 1  
UPOINT.ID 2023 Performance  
(Sumber: Nuon Digital Indonesia)

Untuk meningkatkan kualitas layanan yang berkaitan dengan pengalaman serta kepuasan pengguna UPOINT.ID berupaya dengan menyediakan fitur Upoint Club. Fitur ini memungkinkan para penggunanya menerima UPoint Credits setiap kali melakukan transaksi pada akun UPoint Club. Nantinya point yang telah dikumpulkan dapat ditukarkan kembali menjadi berbagai hadiah menarik yang ditawarkan oleh UPOINT.ID.



GAMBAR 1. 2  
Keluhan Pengguna UPOINT.ID  
(Sumber : Google Play)

Peneliti menemukan adanya keluhan yang disampaikan oleh beberapa pengguna UPOINT.ID melalui forum Google Play terkait pembelian salah satu produk yang ditawarkan oleh UPOINT.ID, yang dimana pengguna tersebut telah melakukan pembayaran namun produk yang dibeli tidak masuk pada akun pengguna tersebut. Terkait hal ini, pengguna merasa tidak adanya kejelasan dan jawaban dari pihak UPoint.ID atas keluhan yang telah disampaikan.

Kepuasan pengguna merupakan tolak ukur keberhasilan suatu *website*. Pada konteks ini, kepuasan pengguna merujuk pada rasa puas terhadap layanan dalam suatu *website*. Survei kepuasan pengguna bertujuan untuk menilai tingkatan kepuasan pengguna serta *feedback* dari pengguna terkait suatu layanan, hasil dari survei nantinya dapat dijadikan bahan evaluasi untuk menjaga kualitas *website* seiring berjalannya waktu [1].

Stuart Barnes dan Richard Vigen pertama kali mengembangkan metode Web Quality (WebQual) sebagai model untuk menilai tingkat kepuasan pengguna *website* berdasarkan pemahaman pengguna. WebQual 4.0 mencakup tiga dimensi yaitu kegunaan (*usability quality*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dengan total tolak ukur di dalamnya sebanyak 22 [2].

Adanya permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk mempelajari secara lebih detail terkait *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality website* UPoint.ID saat ini sudah lebih baik dibandingkan dengan sebelumnya atau masih ada kekurangan yang perlu ditingkatkan kembali sehingga menjadikan hal tersebut sebagai topik penelitian berjudul “Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Kualitas *Website* UPOINT.ID Menggunakan Metode WebQual 4.0.”

## II. KAJIAN TEORI

### A. WebQual 4.0

WebQual 4.0 ialah metode yang dapat menilai kualitas *website* berdasar atas pemahaman pengguna. Model ini ialah bentuk perkembangan model yang umum dipergunakan untuk menilai kualitas jasa yaitu Servqual, dan pertama kali dikembangkan pada 1998 dan terus mengalami penyesuaian pada penyusunan dimensi dan pertanyaan di dalamnya seiring berjalannya waktu [3].

### B. Website UPoint.ID

UPoint.ID merupakan *website* hiburan yang beralamatkan di <https://www.upoint.id/>. UPoint.ID adalah salah satu *website* yang di produksi oleh PT. Nuon Digital Indonesia yang memiliki tujuan untuk menjadikan UPoint.ID sebagai *website top up game*. *Website* yang diluncurkan di tahun 2019 ini menyediakan berbagai macam produk seperti *top up game*, *voucher game*, hingga *voucher streaming* untuk musik dan video.

### C. Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear dapat menilai tingkatan dampak variabel independen X terhadap variabel dependen Y menurut penjelasan Raharjo [4]. Regresi linear berganda ini berdasar atas ikatan fungsional maupun kausal (sebab-akibat) yang menentukan apakah variabel seperti *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* berdampak pada variabel kepuasan pengguna.

## III. METODE PENELITIAN

### A. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data kuantitatif melalui kuesioner dengan responden pengguna *website* UPoint.ID. Data diperoleh dengan mengumpulkan 25 kuesioner.

TABEL 3. 1  
Skala Likert

Nilai	Jawaban
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

### B. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas menggunakan rumus korelasi Product Moment untuk menilai setiap item pada kuisisioner. Uji validitas ini melibatkan perhitungan korelasi antara angka masing-masing dari item atau total angka dari pertanyaan melalui penghitungan angka total berdasarkan setiap jawaban dari

responden. Hasil dari perhitungan ini menghasilkan koefisien korelasi yang menandakan tingkat validitas. Jika suatu item menunjukkan korelasi yang signifikan dengan skor total, maka menunjukkan bahwa item tersebut dapat memperoleh data yang akurat atau dianggap sebagai item yang valid.

Uji reliabilitas juga dilakukan untuk menilai konsistensi kuisioner, yang merupakan indikator suatu variabel. Disini peneliti menggunakan rumus Cronbach's Alpha. Jika nilai Alpha < 0,6, reliabilitas dari instrument dinilai buruk, jika nilai Alpha antara 0,6 – 0,8 maka reliabilitas masih diterima, dan jika nilai Alpha > 0,8 maka reliabilitas baik.

### C. Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif ialah kegiatan meneliti, mendeskripsikan, serta menjelaskan suatu hal yang dipelajari secara apa adanya. Penarikan kesimpulan dalam metode ini berdasar atas pengamatan terhadap fenomena melalui angka-angka [5]. Metode analisis deskriptif hanya berisikan gambaran variabel penelitian sehingga pengujian hipotesis tertentu tidak ditujukan dalam metode ini [6]. Oleh karena itu, tujuan digunakannya metode analisis deskriptif dengan tujuan mendeskripsikan tingkat kepuasan pengguna Upoint.ID dimana penyajian data berbentuk persentase.

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

### D. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan sebelum analisis regresi linear berganda. Elemen pengujian pada penelitian ini meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji item heterokedastisitas [7]. Kesemua pengujian ini dilakukan untuk memverifikasi bahwa asumsi dasar dari analisis regresi linear berganda terpenuhi agar hasil analisis dapat dianggap akurat dan diandalkan.

### E. Analisis Regresi Linear Berganda

Uji regresi linear dapat menilai tingkatan dampak variabel independen X dengan variabel dependen Y menurut penjelasan Raharjo [4]. Regresi linear berganda ini berdasar atas ikatan fungsional maupun kausal (sebab-akibat) yang menentukan apakah variabel seperti *usability quality*, *information quality*, dan *service interaction* berdampak pada variabel kepuasan pengguna.

#### 1. Uji F

Uji F bertujuan untuk mencari apakah variabel independen secara stimulan memberikan pengaruh

kepada variabel dependen berarti melalui uji ini dapat terlihat bagaimana dampak keseluruhan dari variabel bebas secara stimulan terhadap variabel dependen. Penggunaan uji F pada penelitian ini ialah untuk menyelidiki hipotesis variabel independen berdampak signifikan pada variabel dependen.

#### 2. Uji T

Dalam analisis regresi linear berganda, uji T dilakukan untuk mengkaji hipotesis penelitian terkait dampak variabel bebas secara parsial pada variabel terikat. Dalam hal ini terjadi adanya perbandingan antara nilai t yang dihitung terhadap nilai t tabel sesuai tingkat signifikansi yang ditetapkan yaitu 0,05.

#### 3. Uji Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk menilai kemampuan model menjelaskan dampak dari variabel independen secara stimulan dalam memengaruhi variabel dependen yang diindikasikan oleh nilai adjusted R – Squared [7].

## IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

TABEL 4.1  
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	72 orang	72,82%
Wanita	38 orang	27,18%
Total	103 orang	100%

Berdasarkan tabel tersebut dapat terlihat jumlah responden pria ialah 72 orang atau 72,82% sedangkan jumlah responden wanita yaitu 38 orang atau 27,18%, berarti responden tersebut didominasi oleh pria.

### B. Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan

TABEL 4.2  
Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pendidikan

Status Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
Pelajar	21 orang	20,39%
Mahasiswa/ Mahasiswi	82 orang	79,61%
Total	103 orang	100%

Berdasarkan tabel tersebut diketahui jumlah responden berdasarkan status pendidikan pelajar ialah 21 orang atau 20,39% sedangkan untuk jumlah responden yang berstatus sebagai mahasiswa/mahasiswi ialah 82 orang atau 79,61% berarti responden penelitian didominasi oleh mahasiswa/mahasiswi.

### C. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

TABEL 4.3  
Hasil Uji Validitas

Dimensi Webqual	Item	Nilai R		Ket
		R Hasil	R Tabel	
Usability Quality	U1	0,648	0,194	Valid
	U2	0,467	0,194	Valid
	U3	0,547	0,194	Valid
	U4	0,571	0,194	Valid
	U5	0,603	0,194	Valid
	U6	0,524	0,194	Valid
	U7	0,544	0,194	Valid
	U8	0,598	0,194	Valid
Information Quality	I1	0,572	0,194	Valid
	I2	0,551	0,194	Valid
	I3	0,546	0,194	Valid
	I4	0,630	0,194	Valid
	I5	0,607	0,194	Valid
	I6	0,597	0,194	Valid
	I7	0,589	0,194	Valid
Service Interaction Quality	S1	0,589	0,194	Valid
	S2	0,630	0,194	Valid
	S3	0,710	0,194	Valid
	S4	0,609	0,194	Valid
	S5	0,568	0,194	Valid
	S6	0,611	0,194	Valid
	S7	0,655	0,194	Valid
User Satisfaction	Y1	0,625	0,194	Valid
	Y2	0,764	0,194	Valid
	Y3	0,617	0,194	Valid

Dari tabel tersebut diketahui hasil uji validitas pada keseluruhan item pertanyaan dianggap valid untuk menilai variabel kepuasan pengguna, terlihat dari adanya korelasi dimana dimensi *usability quality* lebih tinggi dibandingkan dengan nilai R-tabel dengan korelasi di atas 0,4. Pada nilai dimensi *information quality* juga menunjukkan keunggulan yang lebih tinggi daripada nilai R-tabel dengan korelasi di atas 0,5.

Selanjutnya nilai dimensi *service interaction quality* lebih unggul dibandingkan nilai R-tabel dengan korelasi di atas 0,5, serta nilai *user satisfaction* lebih unggul daripada nilai R-tabel dengan korelasi di atas 0,6 sehingga diketahui keseluruhan item dalam kuesioner ini valid dan dapat digunakan.

TABEL 4.4  
Hasil Uji Reliabilitas Per Dimensi

Dimensi	Cronbach's Alpha	Batas Kritis	Ket
---------	------------------	--------------	-----

<i>Usability Quality</i>	0,783	0,6	Reliabel
<i>Information Quality</i>	0,803	0,6	Reliabel
<i>Service Interaction Quality</i>	0,883	0,6	Reliabel
<i>User Satisfaction</i>	0,715	0,6	Reliabel

Hasil uji reliabilitas dengan metode Cronbach's Alpha pada dimensi *usability quality*, *information quality*, *service interaction quality*, dan *user satisfaction* ini dianggap konsisten, karena nilai alpha dari setiap dimensi berada terhadap rentang 0,70-0,90. Hal ini memperlihatkan tingkatan reliabilitas yang tinggi.

TABEL 4.5  
Uji Reliabilitas Total Responden

Cronbach's Alpha	Batas Kritis	Keterangan
0,925	0,6	Reliabel

Dari gambar dan tabel diketahui nilai Cronbach's Alpha 0,925, nilai tersebut sangat jauh dari batas kritis yang ditetapkan yaitu 0,6 berarti pertanyaan dari kuesioner ini berhasil dikatakan sempurna. Oleh karena itulah hasil dalam penelitian ini dapat dipercaya dan menghasilkan data yang konsisten.

D. Analisis Deskriptif

TABEL 4.6  
Hasil Analisis Deskriptif

Dimensi	Kategori Skor					Skor Total	Skor Ideal	Persentase
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju			
U1	0	0	12	49	42	442	515	86%
U2	0	0	8	55	40	444	515	86%
U3	0	1	10	65	27	427	515	83%



U4	0	0	11	59	33	43	51	84%
U5	2	1	19	35	46	43	51	84%
U6	0	4	7	66	26	42	51	82%
U7	0	2	17	57	27	41	51	81%
U8	0	1	16	53	33	42	51	83%
I1	0	0	17	57	29	42	51	82%
I2	0	0	12	59	32	43	51	84%
I3	0	1	13	48	41	43	51	85%
I4	0	2	5	59	37	44	51	85%
I5	0	3	14	56	30	42	51	82%
I6	0	0	12	59	32	43	51	84%
I7	0	0	11	56	36	43	51	85%
S1	1	0	14	42	46	44	51	86%
S2	0	0	12	50	41	44	51	86%
S3	0	4	13	46	40	43	51	84%
S4	0	2	19	51	32	42	51	82%
S5	0	4	19	61	19	40	51	78%
S6	0	0	9	55	39	44	51	86%
S7	0	1	8	58	36	43	51	85%
Y1	0	3	12	49	39	43	51	84%
Y2	0	4	6	51	42	44	51	85%
Y3	0	0	19	53	31	42	51	82%
<b>Total Keseluruhan</b>						10	12	84%
						78	87	
						3	5	
<b>Rata-Rata Keseluruhan</b>						43	51	84%
						1,	5	
						4		

Berdasarkan tabel analisis deskriptif di atas dapat disimpulkan bahwa website Upoint.ID memiliki rata-rata persentase sebesar 84%. Berdasarkan kriteria analisis deskriptif yang sudah ditentukan, hal ini

menunjukkan bahwa seluruh item sudah memenuhi ekspektasi pengguna dan di kategorikan “Sangat Baik”.

E. Uji Asumsi Klasik  
1. Uji Normalitas Data

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		103
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		
Mean		.0000000
Std. Deviation		1.09562303
Most Extreme Differences		
Absolute		.072
Positive		.066
Negative		-.072
Test Statistic		
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>e</sup>		
Sig.		.202
99% Confidence Interval		
Lower Bound		.192
Upper Bound		.213

GAMBAR 4.1  
Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Hasil dari uji normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Test nilai dari Monte Carlo Sig. (2-tailed) > 0,05 sebesar 0,202. Dengan signifikansi lebih tinggi dari 0,05, sehingga hasil uji normalitas dikatakan terdistribusi secara normal dan nilai residual tidak mengalami gangguan distribusi normal. Dalam hal ini, uji normalitas dilakukan dengan melihat *scatter plot* dalam grafik normal *probability plot*.

2. Uji Multikolinearitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

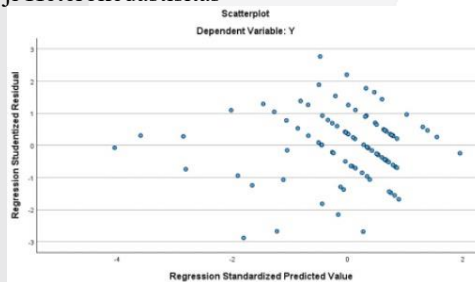
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.142	1.145		-.998	.321		
	X1	.158	.048	.317	3.308	.001	.430	2.324
	X2	.092	.052	.166	1.785	.077	.460	2.175
	X3	.196	.045	.394	4.367	<.001	.486	2.060

a. Dependent Variable: Y

GAMBAR 4.2  
Hasil Uji Multikolinearitas

Pada setiap variabel terdapat nilai toleransi di atas 0,1 sedangkan nilai Faktor Inflasi Varians (VIF) di bawah 10 maka kesimpulannya tidak terjadi keterikatan variabel X1, X2, dan X3 atau tidak terdapatnya multikolinearitas dalam model regresi.

3. Uji Heterokedastisitas



GAMBAR 4.3  
Diagram Scatterplot

Titik menyebar tidak beraturan, sesuai dengan pedoman uji heterokedastisitas berarti pada uji tersebut tidak terjadi heterokedastisitas dalam regresi

sehingga model regresi ini layak dipakai dan uji heterokedastisitas dikatakan baik.

Tabel 4.7 Hasil Uji White

Chi Square Hitung	Chi Square Tabel	Keterangan
10,3	126,574	Tidak Terjadi Heterokedastisitas

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa Chi Square Hitung menunjukkan angka yang lebih rendah dibandingkan Chi Square Tabel yang ditetapkan dalam tabel referensi. Maka, dapat diambil kesimpulan tidak terjadi heterokedastisitas pada data.

F. Analisis Regresi Linear Berganda

TABEL 4.8 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Dimensi	B
Constant	-1,142
Usability Quality (X1)	0,158
Information Quality (X2)	0,092
Service Interaction Quality (X3)	0,196

Berikut penjelasan terkait tabel di atas:

1. Nilai konstanta (a) bernilai negatif -1,142, artinya tanda negatif ini menunjukkan bahwa variabel independen dan dependen tidak searah. Sehingga tidak terjadi adanya perubahan pada keseluruhan nilai variabel dimana nilai agresivitas *user satisfaction* adalah -1,142.

(1). Nilai koefisien regresi variabel X1 bernilai positif 0,158 berarti jika variabel ini menunjukkan adanya peningkatan sebesar 1% maka agresivitas tersebut pun mengalami peningkatan sebesar 0,158 beranggapan variabel lainnya tetap konstan yang menunjukkan bahwa variabel independen dan variabel dependen searah.

(2). Nilai koefisien regresi variabel X2 bernilai positif 0,092 sehingga jika terlihat adanya peningkatan 1% pada variabel X2, maka agresivitas variabel tersebut pun mengalami peningkatan sebesar 0,092 dengan anggapan bahwa variabel lainnya tetap konstan dan berarti variabel independen dan variabel dependen searah.

(3). Nilai koefisien regresi variabel X3 bernilai positif 0,196 yang menunjukkan apabila variabel ini mengalami peningkatan sebesar 1% maka agresivitas variabel tersebut pun akan mengalami kenaikan sebesar 0,196 dengan anggapan bahwa variabel lainnya tetap konstan serta variabel independen dan variabel dependen searah.

G. Uji Hipotesis

1. Uji F

TABEL 4.9

Hasil Uji F

Variabel	F Hitung	F Tabel	Kriteria
X1, X2, X3	51,326	2,696	Berpengaruh

Data di atas memperlihatkan F-hitung memiliki angka 51,326 dengan tingkat signifikan 0,001. Sehingga perhitungan  $F_{Hitung} > F_{Tabel}$  ( $51,326 > 2,696$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,001 < 0,05$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_4$  diterima dimana variabel bebas *usability quality, information quality, dan service interaction quality* secara serentak berdampak pada *user satisfaction* (Y).

2. Uji T

TABEL 4.10 Hasil Uji T

Variabel	T Hitung	T Tabel	Kriteria
X1	3,308	1,984	Berpengaruh
X2	1,785	1,984	Tidak Berpengaruh
X3	4,367	1,984	Berpengaruh

Berikut penjelasan pada uji parsial di atas:

1. Hasil pengujian menunjukkan nilai T hitung variabel X1 ialah 3,308 sedangkan nilai pada T tabel menunjukkan angka 1,984 berarti bahwa T hitung pada variabel tersebut lebih tinggi dibandingkan nilai T tabel yaitu nilai Sig.  $\alpha$   $0,001 < 0,05$ . Oleh sebab itu, hal ini menunjukkan adanya penolakan terhadap  $H_0$  sedangkan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat ditarik bahwa variabel X1 berdampak signifikan terhadap variabel Y.

2. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai T hitung pada variabel X2 adalah 1,785 sedangkan T tabel menunjukkan angka 1,984 artinya nilai T hitung lebih kecil daripada nilai T tabel yaitu nilai Sig.  $\alpha$   $0,077 > 0,05$ . Sehingga menunjukkan adanya penerimaan pada  $H_0$  sedangkan  $H_2$  ditolak. Kesimpulan terkait hal ini ialah variabel X2 tidak berdampak signifikan terhadap variabel Y.

3. Hasil pengujian menunjukkan nilai T hitung pada variabel X3 adalah 4,367 sedangkan T tabel ialah 1,984 berarti nilai T hitung lebih tinggi dibandingkan nilai T tabel, dengan nilai Sig.  $\alpha$   $0,001 < 0,05$ . Hal tersebut menunjukkan adanya penolakan pada  $H_0$  dan penerimaan pada  $H_3$ . Kesimpulan dari hal ini adalah variabel X3 berdampak signifikan terhadap *user satisfaction* (Y).

H. Uji Koefisien Determinasi

Dari hasil uji koefisien determinasi menunjukkan hasil sebesar 59,7%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel bebas (X1, X2, X3) terhadap variabel terikat Y sebesar 59,7% sementara untuk

40,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian ini ialah:

1. Presentase yang diperoleh terhadap ketiga variabel adalah 84% berarti dapat dikatakan “Sangat Baik” dimana pengguna setuju bahwa ketiga variabel X dan variabel Y pada *website* UPoint.ID memiliki tampilan yang menarik, mudah digunakan oleh siapa saja, memiliki informasi yang akurat dan terpercaya, layanan yang baik, dan memuaskan pengguna.
2. Ketiga variabel X tersebut berdampak positif dan signifikan pada variabel Y UPoint.dibuktikan dengan nilai F Hitung pada uji F sebesar 51,326, jauh lebih tinggi dibandingkan nilai F Tabel yang hanya 2,696. Namun, pada Uji T variabel X2 secara individu tidak berdampak signifikan pada variabel Y, karena nilai T Hitung  $1,785 < T$  tabel 1,984. Apabila ketiga variabel X tersebut digabungkan maka akan berdampak signifikan terhadap variabel Y, tetapi ketika variabel dianalisis secara terpisah, variabel X2 tidak berdampak pada variabel Y.

### B. Saran

Peneliti memberikan saran baik untuk perusahaan maupun peneliti selanjutnya berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan sebagai acuan atau pertimbangan berikut:

1. Saran untuk Perusahaan
  - a.Mengembangkan fitur-fitur baru atau menyempurnakan fitur yang sudah ada berdasarkan rekomendasi atau *feedback* dari pengguna. Mengidentifikasi masalah yang sering dikeluhkan oleh pengguna saat menggunakan *website* UPoint.ID dan lebih memperhatikan hal-hal yang mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna.
  - b.Berdasarkan tanggapan pengguna, pihak *development* UPoint.ID dari PT. Nuon Digital Indonesia perlu memperhatikan kualitas tampilan *website* untuk membuatnya lebih menarik lagi.
  - c.Kemudian lebih memperketat lagi kualitas keamanan UPoint.ID terutama pada keamanan pada transaksi dan keamanan data pribadi. Hal ini perlu diperhatikan jika tidak maka akan menimbulkan rasa kurang puas dan tidak percaya dalam menggunakan UPoint.ID.
2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya
  - a. Melakukan analisis kuantitatif dan kualitatif agar mendapatkan hasil penelitian yang maksimal.
  - b. Peneliti selanjutnya dapat memperluas jangkauan pengguna karena penelitian ini terbatas untuk pelajar dan mahasiswa/mahasiswi saja.

c. Peneliti selanjutnya dapat membuat penelitian melalui metode yang sama tetapi menggunakan *website top up game* lain agar dapat dijadikan perbandingan.

## REFERENSI

- [1] D. Rahayu, E. Utami, and E. T. Luthfi, “Analysis of Quality from Users Perspective for Develop Website,” J. Phys. Conf. Ser., vol. 1140, no. 1, 2018.
- [2] I. Fitriah, S. H. Wijoyo, and B. S. Prakoso, “Evaluasi Kualitas Website Perpustakaan Universitas Brawijaya Menggunakan Metode Webqual 4 . 0 Dan Importance Performance Analysis “, Studi Pada Perpustakaan Universitas Brawijaya,” vol. 4, no. 11, pp. 3795–3803, 2020.
- [3] S. J. Barnes, N. Zealand, and R. Vidgen, “ Measuring Web site quality improvements : a case study of the forum on strategic management knowledge exchange “, pp. 297–309, 2000.
- [4] Warjiyono, “ Pengukuran Kualitas Website Pemerintah Desa Jagalempeni Menggunakan Metode WebQual 4.0 “, J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput. Univ. Brawijaya Malang (Submit Pap. 26 Februari 2018), vol. 5, no. 2, pp. 139–146, 2018.
- [5] Listiani, N. M., “ Pengaruh Kreativitas Dan Motivasi Terhadap Hasil Belajar Mata Pelajaran Produktif Pemasaran Pada Siswa Kelas XI SMK Negeri 2 Tuban “, Jurnal Ekonomi Pendidikan Dan Kewirausahaan, vol. 2, no. 2, pp. 263, 2017. <https://doi.org/10.26740/jepk.v2n2.p263-275>
- [6] Marlina, E., “ Pengembangan Model Pembelajaran Blended Learning Berbantuan Aplikasi Sevima Edlink “, Jurnal Padeagogik, vol. 3, no. 2, pp. 104–110, 2020.
- [7] Ghozali, I. (2016) Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.