

## Analisis Kualitas Website Nusatrip.Com Terhadap User Satisfaction Menggunakan Metode Webqual 4.0

Ariq Nabil Athallah Purnama<sup>1</sup>, Alex Winarno<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ariqbroztito@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Administrasi Bisnis, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, winarno@telkomuniversity.ac.id

### Abstract

*The rapid and significant development of technology, one of the most striking innovations being the internet. In this context, businesses like Nusatrip and others have established online travel agencies through the use of the internet. Nusatrip.com is the only online travel agency in Indonesia that is accredited by the International Air Transport Association (IATA) and a member of the Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies (ASITA), both of which are based in Jakarta. However, Nusatrip's site engagement, including daily page views per visitor and duration, has decreased over the past year. Nusatrip has been under pressure from fierce competition to maintain the quality of its website in the hope of satisfying its customers. Non-probability incidental sampling of 385 respondents was used as the sampling method in this quantitative descriptive research study. The results of the study show that the variables Usability, Information Quality, and Service Interaction are all considered to be satisfactory, with an average score of 81.3%. However, only the usability variable has an effect on user satisfaction that is positive but not significant. With a significance level of  $0.00 < 0.05$ , and  $F\text{-Hitung} (27,501) > F\text{-Tabel} (2,63)$  the  $F\text{-test}$  results show that Usability, Information Quality, and Service Interaction all influence User Satisfaction simultaneously.*

*Keywords-website quality, user satisfaction, internet*

---

### Abstrak

Perkembangan teknologi yang pesat dan signifikan, salah satu inovasi yang paling mencolok adalah internet. Dalam konteks ini, bisnis seperti Nusatrip dan lainnya telah mendirikan agen perjalanan daring melalui penggunaan internet. Nusatrip.com adalah satu-satunya agen perjalanan daring di Indonesia yang diakreditasi oleh *International Air Transport Association (IATA)* dan anggota *Association of the Indonesian Tours and Travel Agencies (ASITA)*, keduanya berpusat di Jakarta. Namun, keterlibatan situs Nusatrip, termasuk tampilan halaman harian per pengunjung dan durasi, telah menurun selama setahun terakhir. Nusatrip telah berada di bawah tekanan dari persaingan yang ketat untuk mempertahankan kualitas situs webnya dengan harapan dapat memuaskan pelanggannya. Pengambilan sampel insidental non-probabilitas sebanyak 385 responden digunakan sebagai metode pengambilan sampel dalam penelitian deskriptif kuantitatif ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* semuanya dianggap memuaskan, dengan skor rata-rata 81,3%. Namun, hanya variabel *Usability* yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna yang positif tetapi tidak signifikan. Dengan tingkat signifikansi  $0,00 < 0,05$ , dan  $F\text{-Hitung} (27,501) > F\text{-Tabel} (2,63)$  hasil uji  $F$  menunjukkan bahwa *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* secara simultan berpengaruh terhadap *User Satisfaction*.

Kata Kunci-kualitas website, kepuasan pelanggan, internet

---

### I. PENDAHULUAN

Perubahan positif telah terjadi dalam kehidupan manusia sebagai dampak dari bangkitnya peradaban dan kemajuan teknologi. Sektor transportasi yang efektif sangat penting di era globalisasi, khususnya di Indonesia karena kepadatan penduduk dan kebutuhan aktivitas yang kompleks. Sistem teknologi informasi yang andal dan terintegrasi diperlukan dalam skala nasional dan regional karena kecepatan informasi sangat penting untuk penyelenggaraan transportasi dan penyelesaian masalah secara cepat.

Internet kini menjadi layanan yang dapat digunakan oleh semua kalangan kapan saja dan mudah digunakan. Internet saat ini menjadi keuntungan yang signifikan bagi para pelaku bisnis dalam menghadapi persaingan. Aktivitas menjadi lebih sederhana, semua berjalan lebih cepat, dan orang-orang memiliki lebih banyak waktu berkat teknologi internet seperti aplikasi dan situs web berbasis internet.

Portal layanan perjalanan daring Nusatrip, yang memulai debutnya pada April 2013, menawarkan informasi, harga, dan reservasi tiket hotel dan pesawat. Karena Nusatrip terhubung dengan lebih dari 200.000 hotel dan lebih dari 500 maskapai penerbangan di seluruh dunia, merencanakan perjalanan untuk bisnis atau liburan menjadi lebih mudah. Dengan sistem yang selalu siap siaga 24 jam sehari dan berjalan 7 hari seminggu, mereka menyediakan berbagai pilihan metode pembayaran populer di Indonesia, sehingga proses pemesanan menjadi cepat dan mudah.

Namun, peringkat Nusatrip secara global dan nasional justru menurun, yang mengindikasikan adanya penurunan kepuasan pengguna. Berdasarkan data yang ada, pada Oktober hingga November 2023 terjadi penurunan pengunjung yang cukup signifikan, yang berlangsung hingga Maret 2024. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti *Service Interaction*, *Information Quality*, dan *Usability* memengaruhi *User Satisfaction*. *American Society for Quality* menyebutkan bahwa reputasi, keandalan, dan keterlibatan global suatu perusahaan dipengaruhi oleh kualitas produk dan layanannya, yang juga memengaruhi kemampuannya untuk bersaing di pasar internasional.

## II. TINJAUAN LITERATUR

### A. *Usability*

*Usability*, sebagaimana didefinisikan oleh Barnes dan Vidgen (2002) dan Josua Tarigan (2008), adalah kualitas desain situs yang mencakup tampilan, kemudahan penggunaan, navigasi, dan kesan pengguna. Kualitas ini mencakup kemudahan situs untuk dipelajari, dipahami, dijelajahi, dan digunakan, serta daya tariknya yang tinggi, tampilannya yang menarik, kompetensi yang baik, dan pengalaman baru yang menyenangkan.

### B. *Information Quality*

*Information Quality*, sebagaimana didefinisikan oleh Barnes dan Vidgen (2002) dan Josua Tarigan (2008), adalah kualitas konten situs web, termasuk kesesuaiannya dengan kebutuhan pengguna dalam hal akurasi, format, dan relevansi. Menurut Barnes (2003), *Information Quality* mencakup hal-hal seperti akurasi, keandalan, ketepatan waktu, aktualitas, kemudahan pemahaman, tingkat detail yang tinggi, dan penyajian dalam format desain yang sesuai.

### C. *Service Interaction*

*Service Interaction*, sebagaimana dijelaskan oleh Barnes dan Vidgen (2002) serta Josua Tarigan (2008), merujuk pada kualitas hubungan antara pengguna dan layanan saat mereka berinteraksi di situs web. Interaksi ini mencakup unsur-unsur seperti kepercayaan dan empati, serta keamanan dalam transaksi dan pengelolaan informasi, pengiriman produk, personalisasi, dan komunikasi dengan pemilik situs. Kualitas ini juga mencakup kemampuan untuk memberikan rasa aman dalam bertransaksi, reputasi yang dapat diandalkan, kemudahan komunikasi, kedekatan emosional, kepercayaan terhadap pengelolaan informasi pribadi pengguna, kemampuan untuk membentuk komunitas yang lebih spesifik, serta keyakinan bahwa janji yang diberikan akan dipenuhi.

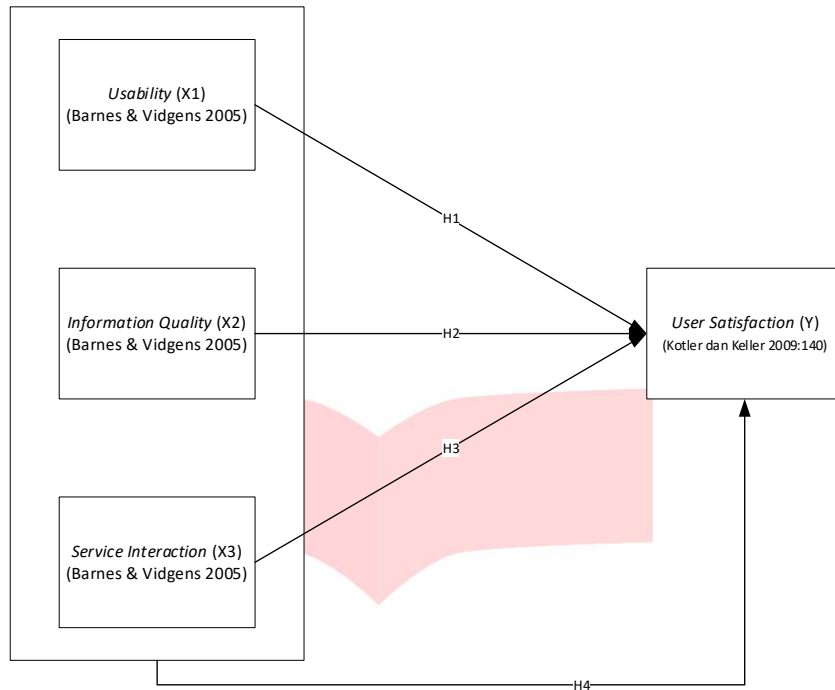
### D. *User Satisfaction*

Evaluasi komprehensif terhadap kualitas berbagai atribut yang ada dan penilaian keseluruhan terhadap kualitas keseluruhan situs web merupakan komponen kepuasan pengguna.

### E. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir merupakan model konseptual yang menurut Sugiyono (2018: 60), menggambarkan bagaimana teori berinteraksi dengan banyaknya faktor berbeda yang telah ditemukan sebagai elemen kunci dalam sebuah penelitian.

Berikut ini disajikan kerangka pemikiran dalam bentuk yang sistematis:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran  
 Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Hipotesis berikut dapat dirumuskan dengan menggunakan kerangka konseptual yang disajikan:

**H<sub>1</sub>:** *Usability* memiliki kaitan yang signifikan dan berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction*

**H<sub>2</sub>:** *Information Quality* memiliki kaitan yang signifikan dan berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction*

**H<sub>3</sub>:** *Service Interaction* memiliki kaitan yang signifikan dan berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction*

**H<sub>4</sub>:** *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* secara bersama-sama memiliki kaitan yang signifikan dan positif dengan *User Satisfaction*

III. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan pada tahun 2024 dengan menggunakan desain penelitian kuantitatif dan deskriptif. Survei kuisioner digunakan sebagai instrumen penelitian dalam penelitian ini. Situs web Nusatrip.com adalah subjek dari penyelidikan ini. Dalam penelitian ini, kuisioner dengan skala ordinal dan metode skala Likert 5 digunakan sebagai alat pendataan. Jenis kelamin, usia, profesi, dan provinsi asal responden semuanya termasuk dalam kuisioner yang digunakan. Rumus Bernoulli digunakan untuk mendapatkan sampel minimum, dan hasilnya adalah 384,16, Jumlah responden ditetapkan menjadi 385 untuk penelitian ini karena populasi pengunjung situs Nusatrip tidak diketahui secara pasti.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengguna Nusatrip berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada laki-laki dengan persentase 64%. Mayoritas berdomisili di Jawa Barat sebanyak 62%, kebanyakan berumur rentang 20-31 tahun dengan persentase 80%, dan yang terakhir mayoritas masih berstatus pelajar sebanyak 70%.

Tabel 1 Hasil Rekapitulasi Responden Terhadap Webqual (X)

No	Variabel	Persentase
1	<i>Usability</i>	81,5%

2	<i>Information Quality</i>	82,1%
3	<i>Service Interaction</i>	80,4%
Rata Rata		81,3%

Sumber: Data Primer Olahan Penulis, 2024

Secara keseluruhan, variabel *Webqual* (X) memiliki persentase sebesar 81.3%, dengan persentase *Information Quality* yang paling tinggi mencapai 82.1%. Sedangkan persentase terendah, yaitu *Service Interaction*, sebesar 80.4%. Berdasarkan Tabel 1, Jelaslah bahwa respon tipikal yang diterima dari responden menunjukkan sebesar 81.3%, yang artinya tergolong dalam kategori baik.

Tabel 2 Hasil Rekapitulasi Responden Terhadap User Satisfaction (Y)

No	Variabel	Persentase
1	<i>User Satisfaction</i>	83,8%

Sumber: Data Primer Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan Tabel 2, disimpulkan bahwa secara keseluruhan, variabel *User Satisfaction* pada situs Nusatrip dapat dianggap baik karena memperoleh nilai persentase skor total sebesar 83.8%. Nilai tersebut berada dalam rentang 68%-84%, sehingga dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden mengenai *User Satisfaction* situs Nusatrip termasuk dalam kategori baik.

B. Uji Normalitas

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		385
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	.2647844
	Std. Deviation	1.35080754
Most Extreme Differences	Absolute	.054
	Positive	.033
	Negative	-.054
Kolmogorov-Smirnov Z		1.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.219

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Dapat disimpulkan, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3 di atas, bahwa Asimptot. Nilai sig. dua sisi adalah 0,219. Karena Asimptot, ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini normal. Nilai sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Analisis histogram dan kurva juga dapat digunakan untuk menentukan kenormalan data selain tabel Kolmogorov-Smirnov.

C. Uji Multikolinearitas

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

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

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Usability	.886	1.128
	Information_Quality	.761	1.314
	Service_Interaction	.850	1.177

a. Dependent Variable: User\_Satisfaction

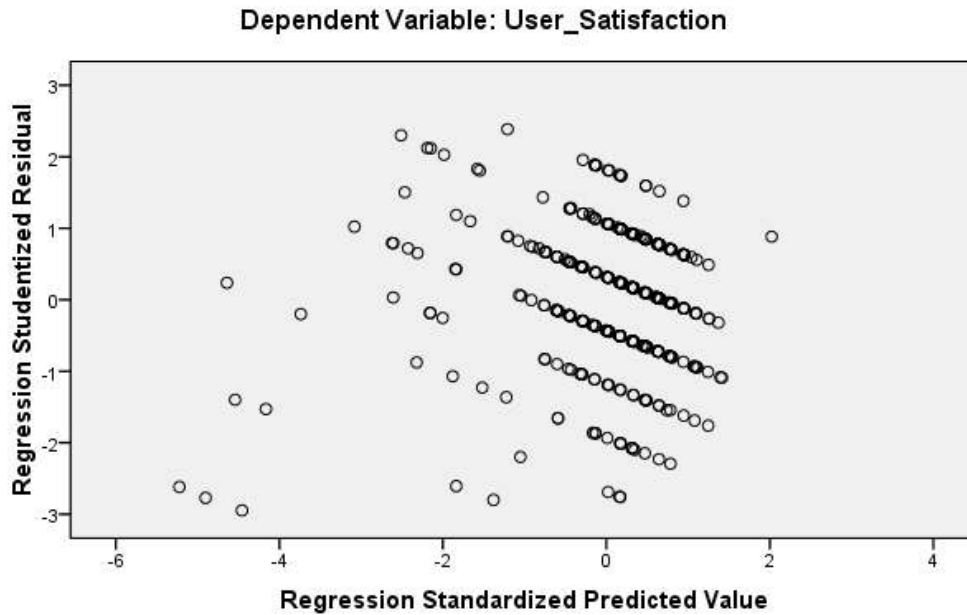
Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Pada Tabel 4 terlihat bahwa hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai toleransi melebihi 0,1 dan nilai VIF di bawah 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwasanya data dalam penelitian ini tidak mengalami masalah multikolinearitas.

D. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

**Scatterplot**



Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Hasil uji heteroskedastisitas pada Tabel 5 menunjukkan bahwa scatterplot tidak mengikuti pola tertentu dan titik-titiknya terdistribusi secara acak. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa heteroskedastisitas yang ditemukan dalam penelitian ini tidak menguntungkan, sehingga model regresi layak untuk diuji lebih lanjut.

E. Regresi Linear Berganda

Tabel 6 Hasil Regresi Linear Berganda

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.067	.733		9.643	.000
	Usability	.002	.018	.007	.135	.893
	Information_Quality	.095	.023	.218	4.086	.000
	Service_Interaction	.096	.017	.285	5.661	.000

a. Dependent Variable: User\_Satisfaction

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui persamaan regresi linear berganda dari penelitian ini adalah:

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

$$Y = 7.067 + 0.002X_1 + 0.095X_2 + 0.096X_3$$

Persamaan ini dapat digunakan untuk menjelaskannya sebagai berikut::

1. 7,067 adalah konstanta (a). Oleh karena itu, *User Satisfaction* akan mencapai 7,067 ketika nilai *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* semuanya nol.
2. Dengan nilai 0,002, variabel  $X_1(b_1)$  memiliki koefisien regresi positif. Ini menunjukkan bahwa variabel *User Satisfaction* akan meningkat sebesar 0,2 persen untuk setiap peningkatan satu unit pada variabel *Usability*.
3. Dengan nilai 0,095, variabel  $X_2(b_2)$  memiliki koefisien regresi positif. Ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 9,5% untuk setiap peningkatan satu unit pada variabel *Information Quality*
4. Dengan nilai 0,096, variabel  $X_3(b_3)$  memiliki koefisien regresi positif. Ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pengguna akan meningkat sebesar 9,6% untuk setiap peningkatan satu unit pada variabel *Service Interaction*

F. Uji T

Tabel 7 Hasil Uji T

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.067	.733		9.643	.000
	Usability	.002	.018	.007	.135	.893
	Information_Quality	.095	.023	.218	4.086	.000
	Service_Interaction	.096	.017	.285	5.661	.000

a. Dependent Variable: User\_Satisfaction

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Dari tabel, nilai t hitung berdasarkan data dari 385 responden. Untuk menentukan hipotesis mana yang akan diterima, peneliti menggunakan nilai  $\alpha = 0,05/2 = 0,025$  dan derajat kebebasan (df) dari  $n-(k+1) = 381$ , sehingga nilai  $t_{tabel}$  diperoleh sebesar 1,966. Berdasarkan Tabel 7, kesimpulan dapat diambil sebagai berikut:

1.  $H_1$  ditolak dan  $H_0$  diterima karena variabel *Usability* ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  (0.135) <  $t_{tabel}$  (1.966) dan nilai signifikansi 0,893 > 0.05. Dengan angka tersebut demikian dapat dikatakan dan ditarik kesimpulan bahwa variabel *User Satisfaction* pada pengguna situs nusatrip secara parsial dipengaruhi oleh variabel *Usability* yang berpengaruh positif namun tidak signifikan.

2.  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima karena variabel *Information Quality* ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  (4.086) >  $t_{tabel}$  (1.966) dan nilai signifikansi sebesar  $0,00 < 0.05$ . Dengan angka tersebut demikian dapat dikatakan dan ditarik kesimpulan bahwa variabel *User Satisfaction* pada pengguna situs nusatrip secara parsial dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh variabel *Information Quality*.
3.  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima karena variabel *Service Interaction* ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  (5.661) >  $t_{tabel}$  (1.966) dan nilai signifikansi  $0,00 < 0.05$ . Dengan angka tersebut demikian dapat dikatakan dan ditarik kesimpulan bahwa variabel *User Satisfaction* pada pengguna situs Nusatrip hanya dipengaruhi sebagian oleh variabel *Usability*.

G. Uji F

Tabel 8 Hasil Uji F

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	147.408	3	49.136	27.501	.000 <sup>a</sup>
	Residual	680.733	381	1.787		
	Total	828.140	384			

a. Predictors: (Constant), *Service\_Interaction*, *Usability*, *Information\_Quality*

b. Dependent Variable: *User\_Satisfaction*

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Nilai  $F_{hitung}$  yang diperoleh adalah 27,501, menurut analisis tabel 8. Dengan menggunakan rumus  $n-(k+1)$ , cari nilai  $F_{tabel}$  dengan membandingkan  $df_1$  (jumlah variabel bebas) dan  $df_2$  untuk menentukan hipotesis yang harus diterima. Ada tiga variabel dalam penelitian ini, jadi  $df_1$  adalah 3, dan  $df_2$  adalah 381. Nilai  $F_{tabel}$  adalah 2,63 ketika  $df_1$  dan  $df_2$  dibandingkan. Akibatnya, hipotesis bahwa  $F_{hitung}$  (27,501) lebih besar dari  $F_{tabel}$  (2,63) dapat diterima. Ini menunjukkan bahwa tiga variabel variabel Webqual *Usability* ( $X_1$ ), *Information Quality* ( $X_2$ ), dan *Service Interaction* ( $X_3$ ) memiliki dampak yang signifikan terhadap *User Satisfaction*. Dengan kata lain, tidak hanya setiap variabel memengaruhi kepuasan pelanggan dengan sendirinya, tetapi jumlah ketiganya juga memiliki efek yang signifikan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, penilaian responden terhadap *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* semuanya dinilai memuaskan, dengan *Information Quality* memperoleh skor tertinggi dan *Service Interaction* memperoleh skor terendah. *Service Interaction* merupakan variabel Webqual yang memiliki dampak terbesar terhadap tingkat *User Satisfaction* Nusatrip (9,6%), diikuti oleh *Information Quality* (9%) dan *Usability* (0,02%). Oleh karena itu, Nusatrip harus berkonsentrasi untuk membuat *Service Interaction* mereka lebih berkualitas. *Information Quality* dan *Service Interaction* memiliki efek positif dan signifikan terhadap *User Satisfaction*, sedangkan *Usability* memiliki efek positif tetapi tidak signifikan terhadap *User Satisfaction*. Ketiga variabel tersebut secara bersamaan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap *User Satisfaction* Nusatrip. Peneliti memberikan sejumlah rekomendasi berdasarkan ringkasan di atas yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan yang menjadi fokus penelitian dan peneliti di masa mendatang sebagai berikut

- A. Mempertimbangkan dimensi *Mobile App Service Quality* (MySql).
- B. Menggabungkan metode analisis situs Webqual 4.0 dengan *Importance Performance Analysis* (IPA).

REFERENSI

Adha, L. A. (2020). Digitalisasi industri dan pengaruhnya terhadap ketenagakerjaan dan hubungan kerja di Indonesia. *Jurnal Kompilasi Hukum*, 5(2), 267-298.

Barnes, S. J., & Vidgen, R. (2003). Measuring Website Quality Improvements: A Case Study of the Forum on Strategic Management Knowledge Exchange. *Industrial Management & Data Systems*, 103(5), 297-309.

- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2005). Data triangulation in action: using comment analysis to refine web quality metrics. *ECIS 2005 Proceedings*, 24.
- Heizer & Render. (2015). *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (2 ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Erlangga.
- Philip Kotler & Kevin Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *Pengantar Teknologi Informasi* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Setiawan, D., & Kurniasih, N. C. (2020). Pengaruh Biaya Bahan Baku Dan Biaya Tenaga Kerja Terhadap Laba Bersih Pada Pt. Satwa Prima Utama (Studi pada RJ Farm Amir Atanudin Kp. Pasir Jati Desa Lebak Wangi Kecamatan Arjasari Kabupaten Bandung). *AKURAT| Jurnal Ilmiah Akuntansi FE UNIBBA*, 11(1), 55-64.
- Syaputra, M. A. (2021). Pengaruh Kegunaan, Informasi, Layanan Interaksi, User Interface Dan User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Website Detik. Com Metode Webqual 4.0, User Experience Questionnaire (Ueq) Dan Eight Golden Rules. *JISICOM (Journal of Information System, Informatics and Computing)*, 5(2), 274-293.
- Tarigan, J. (2008). User satisfaction using Webqual instrument: A research on stock exchange of Thailand (SET). *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 10(1), 24-47.
- Yuniasari, D., & Sos, D. S. S. (2016). Terpaan Pesan Persuasif Nusatrip di Media Sosial (Facebook, Twitter, Instagram, dan Pinterest) dan Persepsi Kualitas Website Nusatrip terhadap Minat Beli Tiket Pesawat dan Reservasi Hotel di Nusatrip. com. *Interaksi Online*, 4(2), 1-11.

