

**PENGUKURAN KUALITAS WEBSITE
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH CIAMIS
DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0**

Oleh.

Risna Kartika¹, Mukhtar Abdul Kader², Faizal Haris Eko Prabowo³

¹ Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis
Tenaga Pengajar email : risnakartika@gmail.com

² Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis
Jabatan Fungsional Asisten Ahli email : mwr7380@gmail.com

³ Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis
Jabatan Fungsional Asisten Ahli email : faizalharisekoprabowo@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengukur kualitas website Fakultas Ekonomi Universitas Galuh dengan menggunakan metode WebQual 4.0. Metode yang digunakan ialah survey, Subjek dalam penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis. Objek dalam penelitian ini ialah kualitas kegunaan (Usability Quality), kualitas informasi (Information Quality) dan kualitas interaksi layanan (Service Intercation) untuk mengetahui kepuasan mahasiswa pada website Fakultas Ekonomi Universitas Galuh dengan link <http://fe.unigal.ac.id/>. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh yang berjumlah 1800 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan simple random sampling sehingga sample berjumlah 320 orang. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang berasal dari penyebaran angket pada responden, sedangkan pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket kuesioner mengenai tiga indikator yang telah dipaparkan sebelumnya. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Dengan indikator yang telah diukur berdasarkan kualitas kegunaan, informasi dan interaksi, website Fakultas Ekonomi Universitas Galuh yang telah dilakukan renovasi dan pengembangan memiliki tujuan untuk memberikan layanan sebaik mungkin bagi seluruh civitas akademika yang berada didalamnya. Secara keseluruhan kualitas website tersebut baik, yang juga dapat memuaskan pengunjungnya dengan baik.

Keyword : *Website Quality, WebQual 4.0, Kepuasan Mahasiswa, Teknologi Informasi*

1. PENDAHULUAN

Teknologi informasi dapat memudahkan manusia dalam beraktifitas untuk mengakses berbagai informasi yang menunjang untuk kegiatan, memudahkan pekerjaan tergantung bagaimana kita menggunakan teknologi yang bermanfaat bagi kita dan orang lain. Pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menjadikan informasi sangat mudah untuk diakses melalui berbagai saluran komunikasi terutama pada institusi akademik dalam berbagai macam cara

(Santoso & Anwar, 2015). Sehingga, tidak dapat dipungkiri bahwa teknologi informasi dibutuhkan oleh berbagai pihak penyedia produk baik barang maupun jasa, termasuk insititusi pendidikan. Pendidikan ialah salah satu bidang jasa yang sangat memerlukan adanya *website*, untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan seluruh kegiatan, baik akademik ataupun non akademik. Hal ini bertujuan agar informasi tersebut dapat sampai kepada mahasiswa dengan efektif dan efisien.

Website ialah suatu laman informasi yang menyediakan informasi berbasis internet yang dapat diakses siapa saja. Saat ini tanpa disadari internet telah menjadi kebutuhan bagi kebanyakan orang untuk mendapatkan informasi apa saja yang dikehendaki. *Website* dapat menjadi patokan apakah suatu perusahaan menarik, dapat dipercaya dan memiliki kualitas yang baik. *Website* suatu perusahaan harus mempresentasikan kehadiran perusahaan di mata pelanggan secara *virtual*, sehingga konsumen dalam hal ini pengunjung *website* menjadi percaya pada institusi (Kusumawijaya & Karyati, 2016). Konsep kualitas harus bersifat menyeluruh, baik dari sisi produk dan prosesnya. Artinya kualitas harus mencakup seluruh input dan proses untuk mendapatkan output terbaik bagi konsumen. Maka dari itu kualitas harus dibangun sedari awal, dari mulai input hingga output yang dihasilkan. *Website* ialah keseluruhan halaman-halaman *web* yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi (Syafaillah & Soemantri, 2016). Sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas *website* ialah ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan *website* tersebut untuk memuaskan kebutuhan pelanggan.

Hal ini tentu akan berpengaruh pada daya saing dan peningkatan *market share* perusahaan. Begitupula *website* yang dikelola oleh suatu universitas, haruslah menarik dan memuat informasi yang dibutuhkan oleh pengunjung *website* atau pengguna. Untuk itu perlu dilakukan adanya pengukuran kualitas suatu *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir untuk mengetahui seberapa baik kualitas *website* mempresentasikan perusahaan. Kualitas dapat diukur berdasarkan sudut pandang kepuasan pengguna akhir agar dapat memanfaatkan *website* secara optimal (Nada & Wibowo, 2015). Salah satu metode yang dapat digunakan ialah metode *WebQual 4.0*. *WebQual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna. *WebQual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaan, hingga versi 4 saat ini. Metode ini merupakan pengembangan dari *Service Quality* yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa. *WebQual 4.0* merupakan suatu pengukuran untuk mengukur kualitas *website* berdasarkan instrumen penelitian yang dapat dikategorikan ke dalam empat dimensi, yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas interaksi (*interaction quality*), dan *overall impression* (Nada & Wibowo, 2015) atau dengan kata lain *WebQual 4.0* ialah suatu metode yang digunakan untuk mengetahui seberapa baik kualitas *website* yang terdiri dari tiga indikator, yaitu *Usability Quality*,

Information Quality dan *Interaction Quality* untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap kualitas dari *website* tersebut (Prabowo, Sulistiowati, & Lemantara, 2016). Terdapat perbedaan persepsi mengenai dimensi *WebQual 4.0* ada yang berpendapat bahwa dimensi *WebQual 4.0* tidak hanya 3, tetapi 5 yaitu kemudahan dan keamanan, kelengkapan dan kecepatan akses, kualitas informasi, penunjang kebutuhan pengguna dan rancangan *website* (Akbar, Prajaka, & Andriansyah, 2015).

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mengkaji mengenai kualitas *website*, diantaranya penilaian kualitas *website* Halal Majelis Ulama Indonesia (MUI) untuk mengecek kehalalan suatu produk terhadap keputusan pengguna (Giyanti & Suparti, 2018), mengetahui kualitas salah satu *e-commerce* yaitu Mister Aladin (Kurniawati, Kusyanti, & Mursityo, 2018), pengaruh kualitas *website*, promosi dan harga pada kepuasan pelanggan Tokopedia (Indriyani & Helling, 2018), Pengukuran kualitas *website* dengan indikator yang telah di modifikasi dengan menambahkan dimensi antarmuka menggunakan analisis perbedaan dan *Importance Performance Analysis* (IPA) di Universitas Hasanudin (Arifin, Nugroho, & Hanrono, 2013), menganalisis kualitas *website* Hotel 88 dilihat dari kepuasan pengguna (Prabowo et al., 2016), mengukur kualitas *website* dengan metode *WebQual 4.0* menggunakan SEM pada *website* Dinas Pariwisata Pacitan (Permadi, W, & Amborowati, 2015), mengkaji mengenai pengukuran kualitas *website* pemerintahan yaitu *website* Pemerintah Daerah Ogan Ilir Sumatera Selatan (Irawan, 2012), menganalisis kualitas *website* berita digital dengan metode *WebQual 4.0* pada pembaca Batampos (Yodi, 2018). Sedangkan dalam penelitian ini mengkaji mengenai pengukuran kualitas *website* bidang pendidikan yaitu Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis menggunakan metode *WebQual 4.0* dengan indikator *Usability Quality*, *Information Quality* dan *Interaction Quality* terhadap kepuasan konsumen. *Usability Quality* mengukur persepsi pengguna terhadap tingkat kemudahan penggunaan *website*, seperti kemudahan untuk dipelajari, kemudahan pencarian informasi, kemudahan navigasi, dan kemudahan dalam pengoperasian. *Information Quality* mengukur akurasi, keterbaruan, kelengkapan, dan kesesuaian informasi yang ditampilkan dalam *website*. Sedangkan variabel *Service Interaction* mengukur kualitas tampilan *website* (Giyanti & Suparti, 2018).

Universitas Galuh ialah salah satu universitas yang berada di wilayah Priangan Timur, lebih tepatnya di Ciamis, fakultas yang menjadi favoritnya ialah Fakultas Ekonomi, hal ini terbukti dengan

penerimaan mahasiswa baru yang setiap tahunnya meningkat, untuk menjaga dan lebih meningkatkan pelayanan terhadap mahasiswa dan kepercayaan masyarakat luas, peningkatan kualitas adalah hal yang perlu dilakukan, salah satunya dengan melakukan pengukuran kualitas *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Masalahnya ialah selama ini layanan *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh belum diukur kualitasnya berdasarkan persepsi pengguna akhir (*end user*) yaitu mahasiswa, bagi calon mahasiswa baru ataupun pengunjung *website* lainnya sehingga pengelola atau pihak Fakultas Ekonomi belum menerima *feedback* mengenai kualitas *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis. Sehingga dirasa perlu untuk melakukan pengukuran kualitas *website* universitas dengan menggunakan metode *WebQual* 4.0, maka dari itu penelitian ini mengambil judul “**Pengukuran Kualitas Website Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis dengan menggunakan Metode *WebQual* 4.0**”.

2. METODOLOGI

Metode dalam penelitian ini menggunakan survei, dengan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan menggunakan angket sebagai alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2013). Subjek dalam penelitian ini ialah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis. Objek dalam penelitian ini ialah kualitas kegunaan (*Usability Quality*), kualitas informasi (*Information Quality*) dan kualitas interaksi layanan (*Service Intercation*) untuk mengetahui kepuasan mahasiswa terhadap kualitas dari *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh dengan link <http://fe.unigal.ac.id/>. Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Galuh yang berjumlah 1800 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan menggunakan *simple random sampling* sehingga sample berjumlah 320 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan menyebar pertanyaan berupa kuisisioner seputar kualitas kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi untuk mengetahui bagaimana kepuasan mereka pada *website* tersebut yang menjadi indikator pengukuran kualitasnya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian adalah data primer yang berasal dari penyebaran angket pada responden, sedangkan pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket kuisisioner mengenai tiga indikator yang telah dipaparkan sebelumnya. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah regresi linear sederhana. Tempat dan waktu penelitian dilakukan di Fakultas

Ekonomi Universitas Galuh pada bulan November 2018 sampai dengan bulan Januari 2019.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari Hasil Penyebaran kuisisioner didapatkan data-data persepsi kepuasan mahasiswa dalam menggunakan *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh dengan menggunakan *WebQual* 4.0 secara keseluruhan termasuk pada kategori “puas” berdasarkan tiga indikator *WebQual* 4.0, yaitu *usability quality* (kualitas manfaat), *information quality* (kualitas informasi) dan *service interaction quality* (kualitas layanan interaksi). Selain itu, peran *webaqual* memiliki dampak yang positif dalam membangun kepuasan pengunjung *website* fakultas ekonomi universitas galuh sebesar 82%. Hal ini menginterpretasikan bahwa kualitas *website* memiliki dampak meningkatkan kepuasan pengunjung dalam kategori kuat.

Berdasarkan kualitas kegunaan, *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh menurut sudut pandang mahasiswa sebagai pengguna memiliki manfaat yang sangat baik. Terdapat banyak mahasiswa yang merasakan kemudahan dalam pengoperasian *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh seperti dalam penempatan menu dan submenu yang tersedia baik untuk kegiatan akademik maupun kegiatan non-akademik. Menu yang disusun secara horizontal mempercepat pengunjung *website* dalam memahami tata letak, sedangkan sub menu yang disusun secara vertical sangat membantu memvisualisasikan detail setiap konten pada menu utama dengan cara menggeserkan *cursor* pada menu utama. Selain itu, pengunjung *website* merasakan kemudahan atas navigasi yang disusun pada *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Pada umumnya navigasi *website* merupakan alur yang dapat dilalui bagi pengunjung dengan tujuan mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan, navigasi pada *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh telah sesuai dengan apa yang dibutuhkan oleh civitas akademika seperti pencarian informasi terkait kegiatan akademik teraktual atau pencarian data dosen seperti NIK, NIDN, Mata kuliah yang diampu, kegiatan penelitian, pengabdian pada masyarakat bahkan rekam jejak publikasi karya. Meskipun navigasi yang telah di rancang tersebut telah sesuai tapi terkadang terdapat beberapa pengunjung yang masih merasakan sedikit kesulitan dikarenakan terlalu banyaknya jalur dan menu yang disediakan membuat pengunjung terkadang kebingungan terhadap sesuatu yang mereka cari yang bersifat sangat penting.

Salah satu manfaat yang diberikan *website* adalah memberikan informasi terkait banyak hal termasuk

melakukan komunikasi. Pemberian informasi yang dilakukan pada website tidak terbatas oleh jumlah atau pun kualitas informasi yang disebar. Pemberian informasi pada *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh yang bergerak pada bidang layanan pendidikan tinggi yaitu berupa pelayanan, promosi dan komunikasi. Pengunjung *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh menginterpretasikan bahwa *website* tersebut dapat memberikan informasi yang relevan. Relevan yang dimaksud pada penelitian ini adalah segala macam konten dan informasi yang dimuat pada *website* ini sesuai dengan kegiatan akademik pada lingkungan pendidikan tinggi. Pada *website* ini dimuat berbagai informasi mengenai jadwal perkuliahan, ujian, pembayaran kuliah sampai kegiatan-kegiatan oramawa juga ujian akhir. Selain itu, pengunjung merasakan bahwa *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh memberikan informasi yang akurat, segala macam informasi yang dimuat pada websitenya sesuai dengan apa yang diinformasikan secara realitanya, tidak ada informasi yang bersifat fiktif. Karena pengelola *website* tahu betul jika hal itu terjadi maka akan memiliki dampak berkurangnya bahkan hilangnya kepercayaan pengunjung pada informasi yang tertera pada *website*. Namun pengunjung masih memiliki sedikit keluhan mengenai kualitas informasi yang dimuat pada *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh kurang aktual. Bahkan pengunjung yang rata-rata mahasiswa, sering mendapatkan informasi di luar *website* tersebut yaitu berdasarkan informasi pada sosial media atau informasi yang beredar di kalangan mahasiswa. Kurangnya aktual kualitas informasi tersebut dipicu oleh terlambatnya teknisi untuk selalu melakukan pembaruan pada *website* tersebut. Tetapi pengunjung merasakan bahwa *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh memberikan informasi yang detail juga lengkap. Kualitas informasi ini seperti rekam jejak dan profil dosen, jika mahasiswa mencari informasi mengenai dosen pembimbing atau dosen pada mata kuliah tertentu mudah didapatkan. Beberapa contoh informasi mengenai dosen adalah nomor kontak yang dapat digunakan, alamat surel yang dimiliki oleh dosen, bahan ajar yang dapat diunduh, bidang keahlian pada tridharmanya serta rekam jejak selama menjadi seorang dosen profesional. Informasi-informasi tersebut tertera dengan detail juga lengkap, bagi civitas akademika yang membutuhkan dengan segera dapat didapatkan pada laman *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh.

Selain kualitas manfaat dan kualitas informasi, sebuah *website* juga memiliki layanan interaksi. Layanan interaksi yang dimaksud adalah jika informasi yang telah disediakan kurang dimengerti atau dipahami oleh pengunjung, dapat

dilakukannya komunikasi dua arah antara pengunjung dengan *website* yang dikelola oleh seorang administrator yang wajib mengenakan seluruh alur juga sistem yang digunakan pada Fakultas Ekonomi Universitas Galuh. Tidak hanya komunikasi yang baik, layanan interaksi dinilai juga dengan tampilan *website* tersebut. Dalam perancangannya *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh sudah dilengkapi dengan fitur komunikasi sebagai *help desk* bagi pengunjung yang merasa kebingungan dalam mencari sebuah informasi. Selain itu responden yang telah mengunjungi *website* tersebut berkali-kali merasakan bahwa tampilan *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh dirasa menarik, tidak kuno, dan tidak membosankan. Tema yang dipilih telah sesuai dengan kebutuhan dan keadaan pengunjung pada saat ini, seperti fitur *parallax* pada sebuah tema *website* menjadi salah satu keunggulan pada *website* tersebut. Warna, komposisi dan penempatan bagian setiap informasi dirasakan oleh pengunjung memiliki nilai estetika yang sangat baik. Maka dari respon pengunjung terhadap interaksi yang dibangun oleh *website* ini memiliki sifat yang tidak kuno juga tidak membosankan karena telah dirancang dengan sant baik dari berbagai sudut pandang.

Berdasarkan perhitungan verifikatif, kualitas *website* memiliki dampak yang kuat dalam memuaskan seorang konsumennya. Baik dalam mencari segala macam informasi, berkomunikasi bahkan melakukan transaksi. Dalam bidang pendidikan khususnya pendidikan tinggi, sebuah *website* merupakan salah satu aspek penting demi menunjang segala macam kegiatan akademik, sistem juga pemberian informasi. Pengguna *website* dalam sebuah ranah pendidikan tinggi tidak sempit diperuntukan bagi mahasiswa saja melainkan bagi seluruh civitas akademika. Dalam penelitian ini informasi yang didapatkan hanya berdasarkan mahasiswa saja dalam merasakan kepuasan akan penggunaan *website* sebagai sarana penunjang informasi dan kegiatan akademik. Menurut pengunjung *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh, mereka merasakan kepuasan akan kualitas *website* yang telah dibangun oleh pengelola. Kemudahan dalam menggunakan *website* juga alur yang telah dirancang dengan mempermudah tampilan bagi pengunjung, kesesuaian konten relevan dengan apa yang dibutuhkan oleh mahasiswa, Serta segala macam informasi terkait kegiatan akademik secara lengkap dimuat dalam laman tersebut memberikan dampak terhadap kepuasan mahasiswa. Mereka beranggapan bahwa kualitas dalam kenyataan *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh telah sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Selain itu mereka juga merasakan bahwa terjadi beberapa kali mengunjungi ulang *website* tersebut sebagai

penelitian mencari informasi yang dibutuhkan dengan cepat mengenai profil pimpinan, dosen dan atau tenaga kependidikan. Kepuasan yang telah terbentuk merupakan salah satu sumber daya yang dapat dijadikan kekuatan fakultas ekonomi universitas galuh sebagai salah satu penyedia layanan pendidikan tinggi.

4. SIMPULAN

Manajemen pemasaran online sejak tahun 2013 telah bertumbuh dengan cepat dan menghasilkan revolusi industri yang keempat, mewajibkan sebuah organisasi untuk memiliki sebuah *platform* yang lebih cepat ketimbang sistem konvensional yang sudah berjalan. *Website* merupakan sebuah media untuk memasarkan, menginformasikan juga mengkomunikasikan sebuah pesan dengan cara nirkabel tanpa suatu benda yang berbentuk dan berwujud. *Website* yang tidak memiliki standar kualitas yang jelas pun tidak dapat mengoptimalkan sebuah kegiatan pemasaran yang baik, perlu dilakukannya perhitungan kembali dengan menggunakan metode *WebQual* 4.0. Dalam penelitian ini ditemukannya bahwa metode tersebut dapat mengukur kepuasan pengunjung sebagai pengguna layanan *website*. Dengan indikator yang telah diukur berdasarkan kualitas kegunaan, informasi dan interaksi, *website* Fakultas Ekonomi Universitas Galuh yang telah dilakukan renovasi dan pengembangan memiliki tujuan untuk memberikan layanan sebaik mungkin bagi seluruh civitas akademika yang berada didalamnya. Secara keseluruhan kualitas *website* tersebut baik, yang juga dapat memuaskan pengunjungnya dengan baik.

Meskipun seluruh pengunjung secara akumulatif memberikan tanggapan positif mengenai ketiga indikator yang telah ditetapkan, terdapat sedikit kekeliruan pada indikator kualitas informasi mengenai kurang aktualnya informasi yang dimuat pada laman tersebut. Hal ini merupakan salah satu umpan balik untuk dapat dikembangkan secara berkala mengenai sebuah *website*. Baik *website* yang digunakan untuk media berjualan maupun media bertukar informasi. Umpan balik ini sangat dibutuhkan bagi pengelola *website*, dikarenakan tanpa adanya umpan balik tersebut kemungkinan *website-website* yang telah beroperasi akan diabaikan oleh pengunjungnya karena mereka membutuhkan sesuatu informasi juga aksi yang cenderung *real time* juga cepat. Saat revolusi industri keempat terjadi, kepuasan konsumen tidak hanya sebatas pada sebuah layanan yang bersifat intangible dari manusia ke manusia melainkan dapat diukur juga berdasarkan penggunaan layanan virtual.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, A., Prajaka, S., & Andriansyah, M. (2015). Analisis Dimensi Kualitas Website E-Commerce terhadap Kepuasan dan Implikasinya pada Loyalitas Pengguna, *14*, 11–17.
- Arifin, S. R., Nugroho, E., & Hanrono, B. S. (2013). Analisis Kualitas Layanan Website Universitas Hasanudin dengan Metode Wbequal 4.0 Modifikasi, *8*, 81–92.
- Giyanti, I., & Suparti, E. (2018). Penilaian kualitas aplikasi halal mui dengan WebQual 4.0 dan pengaruhnya terhadap keputusan penggunaan, *13*(2), 91–98.
- Indriyani, F., & Helling, L. S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website, Kepercayaan, Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Tokopedia, *5*(1), 56–68.
- Irawan, C. (2012). Evaluasi Kualitas Website Pemerintah Daerah Dengan Menggunakan WebQual (Studi Kasus Pada Kabupaten Ogan Ilir), *4*(2), 488–502.
- Kurniawati, R. A., Kusyanti, A., & Mursityo, Y. T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Mister Aladin Dengan Menggunakan WebQual 4.0, *2*(3), 1151–1160.
- Kusumawijaya, I. P., & Karyati, C. M. (2016). Pengukuran kualitas website fashion E-Commerce menggunakan metode WebQual 4.0. *Jurnal Ilmiah Informatika Dan Komputer*, *21*(2), 113–128.
- Nada, N. Q., & Wibowo, S. (2015). Pengukuran Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Menggunakan Metode WebQual 4.0. *Jurnal Informatika Upgris*, *1*(2 Desember), 112–119. <https://doi.org/10.26877/JIU.V1112> DESEMBER.870
- Permadi, G., W, B. S., & Amborowati, A. (2015). Pengukuran mutu website dinas pariwisata pacitan menggunakan metode WebQual, *1*(2006).
- Prabowo, Y., Sulistiowati, & Lemantara, J. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode WebQual 4.0 pada Website Hotel 88, *5*(1), 1–6.
- Santoso, B. S., & Anwar, M. F. (2015). Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode WebQual dan Importance- Performance Analysis (IPA) pada Situs Kaskus, (September).
- Syaifullah, & Soemantri, dicky oksa. (2016). Pengukuran Kualitas Website Menggunakan Metode WebQual 4.0. *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, *2*(1), 19–25.

Yodi. (2018). Analisis Kualitas Situs Web Batampos Menggunakan Metode WebQual 4.0, 2(2), 591–596