

**ANALISIS KUALITAS *WEBSITE* KYOU.ID
TERHADAP KEPUASAN PEMBELI MENGGUNAKAN
METODE *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS***

SKRIPSI



**Oleh:
Devid Chia
151510053**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

**ANALISIS KUALITAS *WEBSITE KYOU.ID*
TERHADAP KEPUASAN PEMBELI MENGGUNAKAN
METODE *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS***

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Devid Chia
151510053**

**PROGRAM STUDI SISTEM INFORMASI
FAKULTAS TEKNIK DAN KOMPUTER
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Devid Chia
NPM : 151510053
Fakultas : Teknik dan Komputer
Program Studi : Sistem Informasi

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

ANALISIS KUALITAS WEBSITE KYOU.ID TERHADAP KEPUASAN PEMBELI MENGGUNAKAN METODE IMPOTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi. ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi. ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi. ini digugurkan dan Skripsi. yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 09 Maret 2020

Materai 6000

Devid Chia
151510053

**ANALISIS KUALITAS *WEBSITE* KYOU.ID
TERHADAP KEPUASAN PEMBELI MENGGUNAKAN
METODE *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS***

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh
Devid Chia
151510053**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 09 Maret 2020

**Mesri Silalahi, S.Kom., M.SI.
Pembimbing**

ABSTRAK

Kyou merupakan salah satu toko yang bergerak di bidang penjualan *figure* dan *merchandise* yang berhubungan dengan *anime*, yang sekarang sudah membuka layanan penjualan secara *online* dengan menggunakan *website* yang dapat diakses di *kyou.id*. Pada *website* *kyou.id* terdapat 3 fitur utama yang berhubungan langsung dalam proses penjualan, yaitu *Pre-Order & Back Order*, *Ready Stock*, *Unique Request*. Peneliti menemukan beberapa permasalahan pada *website* *kyou.id* yang peneliti anggap dapat mempengaruhi kualitas *website* *kyou.id* diantaranya: 1) kesulitan dalam pengubahan data pada *website* *Kyou.id* seperti pengubahan alamat, tempat tinggal, nomor telepon dan lain-lain. 2) Tidak adanya *wishlist* 3) Fitur *chatbot* pada *Kyou.id* kurang bisa menjawab pertanyaan. 4) Terdapat banyak barang yang *sold out* namun tetap ditampilkan. 5) *Friendship Point* yang terkumpul dari hasil pembelian barang tidak terlihat. Metode yang peneliti gunakan adalah metode *importance-performance analysis* Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah: Untuk menganalisis tingkat kualitas *website* *kyou.id* terhadap kepuasan pembeli dengan menggunakan metode *importance-perfomance analysis*, menganalisis atribut kualitas *website* yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pembeli pada *website* *kyou.id*. Berdasarkan nilai analisis tingkat kesesuaian *website* *kyou.id* yaitu sebesar 88%, nilai tingkat kesenjangan -0.51 maka tingkat kualitas *website* *kyou.id* masih belum memuaskan, atribut- atribut yang menentukan kualitas *website* *kyou.id* terhadap kepuasan pembeli terletak pada kuadran A dan kuadran B.

Kata kunci: Kualitas Website; Kepuasan Pembeli; *Importance-Performance Analysis*.

ABSTRACT

Kyou is one of the shops engaged in selling figures and merchandise related to anime, which has now opened a sales service online using a website that can be accessed on kyou.id. there are 3 main features On the kyou.id website that are directly related to the sales process, namely Pre-Order & Back Order, Ready Stock, Unique Request. The researcher found several problems on the kyou.id website that researchers considered could affect the quality of the kyou.id website including: 1) difficulties in changing the data on the Kyou.id website such as changing addresses, residences, telephone numbers and others. 2) There is no wishlist 3) The chatbot feature on Kyou.id is less able to answer questions. 4) There are many items that are sold out but still displayed. 5) Friendship Points collected from the purchase of goods are not visible. The method that the researcher uses is the importance-performance analysis method. The objectives to be achieved from this study are: To analyze the level of quality of the kyou.id website towards buyer satisfaction using the importance-performance analysis method, analyzing website quality attributes which are considered important in determining buyer satisfaction on the kyou.id website. Based on the analysis value of the conformity level of the kyou.id website which is 88%, the value of the gap level of -0.51, the quality level of the kyou.id website is still unsatisfactory, the attributes that determine the quality of kyou.id's website to buyer satisfaction are in quadrant A and quadrant B.

Keywords: Website Quality; Customer Satisfaction; Importance-Performance Analysis.

KATA PENGANTAR

Terima kasih kepada Tuhan yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Sistem Informasi, Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom.,M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Muhammad Rasid Ridho, S.Kom.,M.SI. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mesri Silalahi, S.Kom.,M.SI. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Putera Batam;
4. Ibu Erlin Elisa, S.Kom., M.SI. selaku pembimbing Akademik pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Kedua Orang Tua Tercinta Lie Khun Liat dan Phu Sin Hiong terima kasih atas kasih sayang, kesabaran, serta dukungan moril maupun materil dengan tulus ikhlas tanpa pamrih;
7. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

Semoga Tuhan dapat membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufik-Nya, Amin.

Batam, 09 Maret 2020

(Devid Chia)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Pembatasan Masalah	7
1.4. Perumusan Masalah	7
1.5. Tujuan Penelitian	7
1.6. Manfaat Penelitian	8
1.6.1. Manfaat Teoritis.....	8
1.6.2. Manfaat Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Teori Dasar.....	9
2.1.1. Kualitas Website.....	9
2.1.2. Kepuasan Pembeli	11
2.1.3. <i>Importance-Performance Analysis</i>	13
2.2. Penelitian Terdahulu	16
2.3. Kerangka Pemikiran.....	19
2.4. Hipotesis.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Desain Penelitian.....	21
3.2. Operasional Variabel.....	21
3.3. Populasi dan Sampel	22
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.5. Metode Analisis Data.....	26
3.5.1. Distribusi Jawaban menggunakan skala likert.....	26
3.5.2. Penghitungan Nilai Tingkat Kinerja dan Kepentingan.....	33
3.5.3. Penghitungan Tingkat Kesesuaian.....	33
3.5.4. Penghitungan Kesenjangan GAP.....	34
3.5.5. Penerapan Diagram IPA	35
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	36

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	38
4.1.1. Hasil Analisis Penelitian.....	39
4.1.1.1. Distribusi Jawaban Tingkat Kinerja.....	39
4.1.1.2. Distribusi Jawaban Tingkat Kepentingan	49
4.1.1.3. Penghitungan Skor Tingkat Kinerja dan Tingkat Kepentingan	57
4.1.1.4. Penghitungan Tingkat Kesesuaian	60
4.1.1.5. Analisis Tingkat Kesenjangan (GAP).....	62
4.1.1.6. Analisis Kuadran IPA	63
4.2. Pembahasan.....	65
4.2.1. Tingkat Kualitas <i>Website</i> kyou.id.....	65

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan	70
5.2. Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

- Lampiran 1. Indikator Kuesioner
- Lampiran 2. Tabulasi Hasil Kuesioner Bagian Kinerja
- Lampiran 3. Rekapitan Hasil Kuesioner Bagian Kinerja
- Lampiran 4. Tabulasi Hasil Kuesioner Bagian Kepentingan
- Lampiran 5. Rekapitan Hasil Kuesioner Bagian Kepentingan
- Lampiran 6. Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 7. Surat Keterangan
- Lampiran 8. Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 9. Toko Fisik Kyou Hobby Shop

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Halaman Depan <i>Website</i>	1
Gambar 1.2 <i>Traffic Ranks</i> kyou.id	4
Gambar 1.3 Statistik keterlibatan pengunjung	4
Gambar 2.1 Kuadran IPA	15
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1 Hasil Kuadran IPA.....	64

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasional Variabel	22
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian	36
Tabel 4.1 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kinerja <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Usability</i>	39
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kinerja <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Navigation System</i>	41
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kinerja <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Graphic Design</i>	43
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kinerja <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Content</i>	44
Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kinerja <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Compatibility</i>	45
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kinerja <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Loading Time</i>	46
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kinerja <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Functional</i>	47
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kinerja <i>Website</i> kyou.id Dimensi Kepuasan Pembeli	48
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kepentingan <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Usability</i>	49
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kepentingan <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Navigation System</i>	50
Tabel 4.11 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kepentingan <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Graphic Design</i>	51
Tabel 4.12 Distribusi <i>Jawaban</i> Responden terhadap Tingkat Kepentingan <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Content</i>	52
Tabel 4.13 <i>Distribusi</i> Jawaban Responden terhadap Tingkat Kepentingan <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Compatibility</i>	53
Tabel 4.14 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kepentingan <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Loading Time</i>	54
Tabel 4.15 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kepentingan <i>Website</i> kyou.id Dimensi <i>Functional</i>	55
Tabel 4.16 Distribusi Jawaban Responden terhadap Tingkat Kepentingan <i>Website</i> kyou.id Dimensi Kepuasan Pembeli	56
Tabel 4.17 Distribusi Penghitungan Skor Tingkat Kinerja	57
Tabel 4.18 Distribusi Penghitungan Skor Tingkat Kepentingan	59
Tabel 4.19 Distribusi Penghitungan Tingkat Kesesuaian	60
Tabel 4.20 Penghitungan Kesenjangan (GAP)	62
Tabel 4.21 Distribusi Penentuan Sumbu X, Sumbu Y	63
Tabel 4.22 Tabel Atribut dan Strategi Dalam Kuadran	65

DAFTAR RUMUS

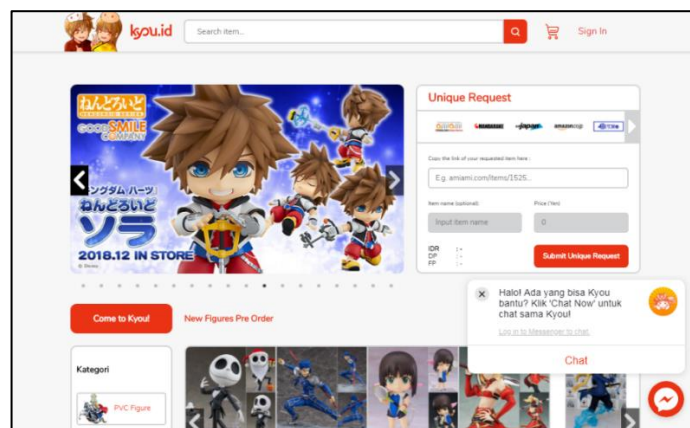
	Halaman
Rumus 2.1 Tingkat Kesesuaian.....	13
Rumus 2.2 Analisis Kesenjangan (GAP).....	14
Rumus 3.1 persamaan slovin.....	23
Rumus 3.2 Interval Skala Likert	26
Rumus 3.3 Tingkat kesesuaian.....	34
Rumus 3.4 Rumus Kesenjangan GAP	34

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Berkembangnya perdagangan secara *online* telah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa yang berawal dari mendatangi secara langsung menjadi *online*. Sekarang sudah banyak toko yang memberikan layanan dengan menggunakan media *online* sebagai saran penjualannya. Kyou merupakan salah satu toko yang bergerak dibidang penjualan *figure* dan *merchandise* yang berhubungan dengan *anime*, yang sekarang sudah membuka layanan penjualan secara *online* dengan menggunakan *website* yang dapat diakses di kyou.id.



Gambar 1.1 Halaman Depan Website

Pada *website* kyou.id terdapat 3 fitur utama yang berhubungan langsung dalam proses penjualan, yaitu *Pre-Order & Back Order*, *Ready Stock*, *Unique Request*. *Pre-order & back order* digunakan untuk melakukan pemesanan dan pembayaran diawal untuk mendapatkan stok berdasarkan waktu yang ditentukan, *Ready Stock* adalah barang yang sudah tersedia dan dapat dilakukan proses pembelian selama barang masih tersedia, *Unique Request* adalah pemesanan barang yang dilakukan oleh pembeli yang dilakukan dengan mencari barang dari *website* jepang dari list *website* yang sudah disediakan oleh kyou, setelah menemukan barang yang diinginkan, *copy link website* barang yang diinginkan ke form *Unique Request*, kyou akan menghitung jumlah yang perlu dibayarkan.

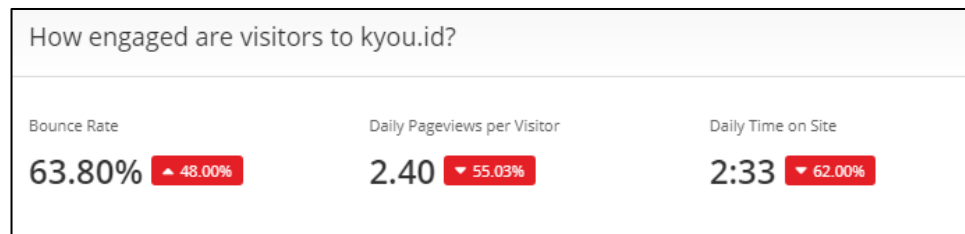
Berdasarkan 3 fitur utama di atas, peneliti menerima data langsung dari *founder* kyou sendiri, pengunjung *website* kyou.id lebih sering menggunakan satu fitur untuk melakukan pembelian, yaitu *unique request*. Peneliti menemukan beberapa permasalahan pada *website* kyou.id yang peneliti anggap dapat mempengaruhi kualitas *website* kyou.id diantaranya adalah sulitnya mengubah data pribadi seperti alamat tempat tinggal karena harus menggunakan *chatbot*, tidak adanya *wishlist* sehingga pembeli tidak bisa membuat daftar barang yang akan dibeli nantinya, fitur *chatbot* yang dihadirkan kurang bisa menjawab pertanyaan yang ingin ditanyakan ketika ada pertanyaan lain yang ingin ditanyakan di luar pilihan yang ada, masih adanya barang *sold out* pada menu *ready stock* sehingga pembeli merasakan sedikitnya barang yang benar-benar tersedia, *friendship point* yang terkumpul dari hasil pembelian barang tidak

terlihat, sehingga pembeli tidak tahu pasti sudah berapa poin yang sudah terkumpul.

Berdasarkan data yang diperoleh dari *website* alexa.com, angka *website traffic statistic* kyou.id mengalami penurunan, statistik penurunan ini dapat dilihat dari 4 (empat) faktor yaitu *alexa traffic ranks*, *bounce rate*, *daily pageview per visitor*, dan *daily time on site*. *Alexa traffic ranks* adalah perkiraan seberapa populer suatu *website* terkait terhadap semua situs lain. Peringkat ini dihitung dengan menggunakan kombinasi *daily visitor* dan *pageview* selama 3 bulan terakhir. *Bounce rate* adalah suatu persentase pengunjung ke situs *website* tertentu yang keluar dari situs tersebut setelah hanya melihat satu halaman, *Daily pageview per visitor* adalah jumlah rata-rata halaman yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu oleh satu pengunjung perharinya, jika semakin tinggi persentase *daily pageview per visitor* maka semakin banyak jumlah halaman yang di kunjungi oleh satu pengunjung *website* begitu pun sebaliknya. *Daily time on site* adalah rata-rata lama kunjungan ke *website* selama jangka waktu yang telah ditentukan (diukur dalam menit), jika semakin tinggi persentase *Daily time on site* maka semakin banyak pengunjung melihat isi *website* begitu pun sebaliknya. Sumber: (Yesbeck, 2015).



Gambar 1.2 Traffic Ranks kyou.id



Gambar 1.3 Statistik keterlibatan pengunjung

Persentase yang didapat menggunakan *website* alexa.com, persentase *Bounce Rate* kyou.id mengalami kenaikan 48.00% dalam 3 bulan terakhir sehingga menjadi 63.80% dan ini menjadi angka yang buruk karena banyak pengunjung *website* yang tidak berlama lama dan langsung menutup *website* kyou.id. Persentase *daily Pageview per Visitor* mengalami penurunan sebanyak 55.03% dalam 3 bulan terakhir sehingga menjadi 2.40 yang berarti jumlah halaman rata-rata yang dibuka oleh satu pengunjung semakin menurun, dan persentase *Daily time on site* juga mengalami penurunan sebanyak 62.00% dalam 3 bulan terakhir sehingga menjadi 2:33, yang berarti lama waktu digunakan pada saat berada *website* kyou.id.

Data-data yang ditampilkan kyou.id memiliki pembeli yang setia menggunakan *website*, akan tetapi masih terdapat pembeli yang belum

menggunakan *website* kyou.id secara maksimal sehingga mengakibatkan timbulnya masalah, yaitu berhubungan dengan kepuasan pembeli, sehingga kyou.id harus meningkatkan kualitas *website* kyou.id untuk memenuhi tingkat kepuasan dari masing-masing pembeli. Salah satu hal yang menyebabkan *website traffic statistic* kyou.id menurun yaitu, pengunjung *website kyou.id* hanya melihat-lihat beberapa halaman pada *website* dan langsung menutup halaman *website* kyou.id selama kurang lebih 30 menit tanpa melakukan kegiatan apapun.

Importance-Performance Analysis atau yang biasa disingkat dengan metode IPA pertama kali diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1997 sebagai teknik analisis deskriptif yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang perlu dan harus ditingkatkan kinerjanya untuk memenuhi kepuasan pembeli pada sebuah organisasi atau perusahaan. *Importance-Performance Analysis* (IPA) merupakan suatu metode yang dipakai untuk melihat kepuasan pembeli dengan cara menghitung tingkat kepentingan dan tingkat kinerjanya. Tingkat kepentingan merupakan atribut yang menjadi acuan seberapa penting pelayanan perusahaan untuk pembeli, sedangkan tingkat kinerja adalah atribut kinerja yang dilakukan perusahaan. (Ikrawan, Yuri, & Harijanto, 2015)

Kelebihan metode IPA dibanding dengan metode yang lainnya adalah dapat mengambil suatu keputusan secara akurat dan cepat dalam mengatasi masalah yang berkaitan dengan ketidakpuasan pembeli terhadap pelayanan yang diberikan oleh *website*, sehingga diharapkan pelayanan yang diberikan kedepannya dapat memuaskan pembeli, serta tujuan yang ingin dicapai dapat terpenuhi. Selain itu

metode IPA adalah metode yang mudah digunakan dan sangat sederhana. Hasil dari penghitungan IPA tersebut akan dimasukkan ke dalam diagram kartesius untuk mengetahui prioritas dari atribut pelayanan perusahaan. Sehingga di akhir analisis diharapkan akan terlihat mana saja atribut-atribut pelayanan perusahaan yang perlu untuk diperbaiki, maupun dipertahankan kepentingan dan kinerjanya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS *WEBSITE KYOU.ID* TERHADAP KEPUASAN PEMBELI MENGGUNAKAN METODE *IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS*”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti mengidentifikasi berbagai permasalahan yang dihadapi sebagai berikut:

1. Pengguna mengalami kesulitan dalam pengubahan data pada website *Kyou.id* seperti pengubahan alamat, tempat tinggal, nomor telepon dan lain-lain;
2. Tidak adanya *wishlist* sehingga pembeli tidak dapat membuat daftar barang yang mungkin akan dibeli nanti;
3. Fitur *chatbot* pada *Kyou.id* kurang bisa menjawab pertanyaan sesuai dengan yang diharapkan oleh pembeli maupun calon pembeli;
4. Terdapat banyak barang yang *sold out* namun tetap ditampilkan pada menu *ready stock* sehingga memperlambat pembeli maupun calon pembeli dalam melakukan pencarian produk yang diinginkan;

5. *Friendship Point* yang terkumpul dari hasil pembelian barang tidak terlihat, sehingga pembeli tidak tahu akan point yang mereka miliki.

1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut di atas dan dikarenakan keterbatasan tenaga, waktu dan biaya serta agar pembahasan penelitian ini tidak melebar kemana-mana, maka peneliti memfokuskan penelitian pada analisis kualitas website kyou.id terhadap kepuasan pembeli menggunakan metode *importance-performance analysis*.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah tersebut di atas sehingga peneliti dapat merumuskan masalah di dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana tingkat kualitas website terhadap kepuasan pembeli pada kyou.id menggunakan metode *importance-performance analysis*?
2. Atribut kualitas *website* apakah yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pembeli pada *website* kyou.id?.

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai oleh peneliti dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis bagaimana tingkat kualitas *website* kyou.id terhadap kepuasan pembeli dengan menggunakan metode *importance-performance analysis*;
2. Untuk menganalisis atribut kualitas *website* yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pembeli pada *website* kyou.id.

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi setiap pembaca.

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1.6.1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan memperluas wawasan pengetahuan khususnya tentang analisis kualitas website terhadap kepuasan pembeli serta dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan referensi bagi pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya yang berhubungan.

1.6.2. Manfaat Praktis

Selain manfaat teoritis, analisis ini juga diharapkan dapat membawa manfaat praktis, seperti:

1. Peneliti mampu menganalisis secara rinci website kyou.id serta peneliti mendapat pengetahuan dan wawasan tambahan mengenai media yang diteliti;
2. Pihak Kyou, Hasil analisis ini diharapkan dapat mengetahui tingkat kinerja dan kepentingan pembeli;
3. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam menghadapi dan meningkatkan kualitas website terhadap kepuasan pembeli.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Kualitas Website

Menurut Dorothea Konsep kualitas haruslah bersifat menyeluruh, antara produk dan juga proses yang dijalankan. Kualitas produk meliputi kualitas bahan baku dan barang jadi, sedangkan kualitas proses meliputi semua hal yang berhubungan dengan proses produksi perusahaan manufaktur dan juga proses penyediaan jasa atau pelayanan perusahaan jasa. Kualitas haruslah dibangun dari sejak awal, dari penerimaan input hingga perusahaan menghasilkan output untuk pembelinya (Risyandi & Zuliestiana, 2017). Sedangkan menurut (Syaifullah & Soemantri, 2016) Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari sebuah produk atau jasa yang mengandalkan kemampuan yang dimiliki untuk memuaskan kebutuhan pembeli yang dijanjikan dan tersirat.

Pengertian *website* menurut Rahmat adalah keseluruhan isi halaman *web* yang terdapat dalam sebuah domain yang mengandung informasi. Sedangkan menurut Simarmata dalam Dina, dkk, pengertian dari *website* adalah sistem informasi yang menampilkan teks, gambar, dan lainnya yang disimpan di dalam server internet yang disajikan dalam bentuk *hypertext*.(Syaifullah & Soemantri, 2016). Serta berdasarkan jurnal (Ani Arnomo, 2013) menyampaikan bahwa *website* merupakan sebuah media informasi elektronik yang dapat menampilkan berbagai macam informasi secara cepat, efektif dan juga efisien. Penggunaan teknologi informasi secara tepat merupakan salah satu komponen utama dalam

memberikan layanan kepuasan terhadap pembeli. Berdasarkan pendapat yang telah dikemukakan, dapat peneliti simpulkan bahwa kualitas *website* adalah media *online* berupa laman *web* yang menampilkan informasi tentang produk yang disediakan dan juga proses yang terjadi ditampilkan secara tepat, efektif dan efisien dengan tujuan untuk memberikan suatu kepuasan terhadap pembeli.

Keterlibatan pembeli dalam pemanfaatan teknologi sistem informasi bisa menjadi penentu keberhasilan sistem informasi yang berada di dalamnya. Kualitas informasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keperluan pembeli dapat menimbulkan tingkat kepuasan bagi pembeli. Sehingga kualitas dari *website* akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pembeli. Semakin tinggi kualitas *website*, maka akan semakin meningkat jumlah yang mengakses *website* tersebut (Lailia, Irfan, & Jaya, 2018). Menurut CNET/Builder terdapat 7 tolak ukur dalam menentukan sebuah *website* dikatakan baik atau tidak sehingga dapat dianggap berkualitas (Hardyanto, Adhi, & Purwinarko, 2016) yaitu:

1. *Usability*

Usability adalah kemampuan seorang pengguna *website* dalam mencari cara untuk menggunakan *website* dengan efektif dan benar. *usability* memiliki 5 karakteristik, yaitu : (1) *learnability*; (2) *efficiency*; (3) *memorability* (4) *errors* dan (5) *satisfaction*.

2. *Navigation System*

Navigation System yang digunakan harus mudah dipahami dan dipelajari oleh pengunjung, agar dapat mempermudah pengunjung untuk menemukan halaman-halaman yang lebih spesifik yang berada pada *website*.

3. *Graphic Design*

Yaitu meliputi penentuan secara grafis, pewarnaan, tata letak, bentuk dan typografi yang baik secara visual agar pengunjung lebih senang untuk menjelajahi halaman *website*.

4. *Content*

Content yang bermanfaat meliputi sesuatu yang dapat dilihat ataupun dirasakan oleh pengunjung contohnya berupa gambar, tulisan, animasi, video, suara.

5. *Compability*

Compatiblity adalah penyesuaian *website* terhadap berbagai *browser* dan juga *plug-in* yang digunakan (IE, Mozilla, Opera, Netscape, Lynx, Avant, Maxthon).

6. *Loading Time*

Loading Time adalah lama waktu yang diperlukan oleh *browser* untuk menampilkan isi/konten *website*.

7. *Functional*

Functional adalah seberapa baik fungsi pemrograman yang ada pada *website* dalam membuat *website* menjadi lebih dinamis untuk mengajak pengunjung *website* berinteraksi secara langsung.

2.1.2. Kepuasan Pembeli

Menurut pendapat Lovelock dan Wright Kepuasan adalah suatu keadaan secara emosional yang dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, kegembiraan dan kesenangan setelah melakukan proses pembelian. Fornell

berpendapat bahwa tingkat kepuasan yang tinggi tentunya dapat menambah loyalitas pembeli, dapat mencegah perputaran pembeli, mengurangi sensitivitas pembeli terhadap harga yang ditawarkan, mengurangi biaya pembuatan yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pembeli, dan meningkatkan efektivitas iklan untuk meningkatkan reputasi bisnis dalam (Tuju & Loindong, 2018).

(Ong & Pambudi, 2014) memiliki pendapat bahwa kepuasan pembeli dapat diartikan sebagai wujud perasaan pembeli ketika telah melakukan perbandingan kinerja dengan harapan. Jika kinerja yang dihasilkan penyedia jasa berada di bawah harapan pembeli, maka pembeli akan kecewa dan sebaliknya. sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pembeli merupakan sebuah respon yang didapatkan dari pemenuhan harapan pembeli berdasarkan kinerja penyedia jasa.

Berdasarkan studi literature yang dilakukan oleh Tjiptono di dalam jurnal (Dewi & Kusumawati, 2014), faktor-faktor atau indikator yang mempengaruhi kepuasan pembeli, adalah :

1. Kinerja, operasi utama dari produk yang dibeli;
2. Nilai tambahan produk sebagai pelengkap;
3. Kesesuaian dengan Spesifikasi, sejauh mana kesesuaian spesifikasi yang tertera pada deskripsi dengan produk ;
4. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera;
5. citra reputasi serta tanggung jawab yang diberikan perusahaan.

2.1.3. Importance-Performance Analysis

Menurut Martilla dan John C. James dalam (Fatmala, Suprpto, & Rachmadi, 2018) *Importance-Performance Analysis* adalah teknik untuk mengidentifikasi atribut-atribut dari produk atau layanan yang membutuhkan pengembangan dan untuk penghematan biaya tanpa membuat kerugian signifikan terhadap kualitas secara keseluruhan. Dalam metode *importance-performance analysis*, terdapat 3 analisis yang digunakan yaitu: 1. analisis tingkat kesesuaian, 2. analisis tingkat kesenjangan (GAP), dan 3. analisis kuadran.

Importance Performance Analysis (IPA) berfungsi untuk menampilkan informasi yang bersangkutan dengan faktor-faktor pelayanan yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pembeli dan faktor-faktor pelayanan yang perlu ditingkatkan berdasarkan perspektif seorang pembeli Wong, Hideki, & George dalam jurnal (Istichomah, Suprpto, & Herlambang, 2018).

2.1.3.1. Analisis Tingkat Kesesuaian

Menurut (Baiti, Suprpto, & Rachmadi, 2017) analisis tingkat kesesuaian adalah untuk memperlihatkan kesesuaian kepentingan (harapan) pembeli berdasarkan kinerja (kenyataan) website. Analisis kesesuaian dapat dilakukan dengan penghitungan berdasarkan rumus sebagai berikut:

$$Tki = \frac{x_i}{y_i} \times 100\% \quad \text{Rumus 2.1 Tingkat Kesesuaian}$$

Keterangan:

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Nilai Penilaian Kinerja

Yi = Nilai Penilaian Kepentingan

Kriteria penilaian dari tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

1. Tingkat kesesuaian $> 100\%$, berarti kinerja yang diberikan telah melebihi kepentingan (pelayanan sangat memuaskan);
2. Tingkat kesesuaian $= 100\%$, berarti kinerja yang diberikan sudah memenuhi kepentingan (pelayanan sudah memuaskan);
3. Tingkat kesesuaian $< 100\%$ berarti kinerja yang diberikan masih kurang ataupun belum memenuhi kepentingan (pelayanan belum memuaskan).

2.1.3.2. Analisis Kesenjangan (GAP)

Analisis kesenjangan (GAP) adalah analisis yang digunakan untuk mengukur perbedaan antara kinerja dengan kepentingan. Untuk mengerjakan analisis kesenjangan (GAP), dicari terlebih dahulu jumlah nilai rata-rata kinerja dan nilai rata-rata kepentingan dari masing-masing atribut. Kemudian nilai rata-rata kinerja akan dikurangi dengan nilai rata-rata kepentingan seperti pada rumus di bawah ini :

$$Q_i(\text{Gap}) = \text{Perf}(i) - \text{Imp}(i) \quad \text{Rumus 2.2 Analisis Kesenjangan (GAP)}$$

Keterangan:

$Q_i(\text{Gap})$ = Tingkat Kesenjangan

$\text{Perf}(i)$ = Rata-rata Kinerja

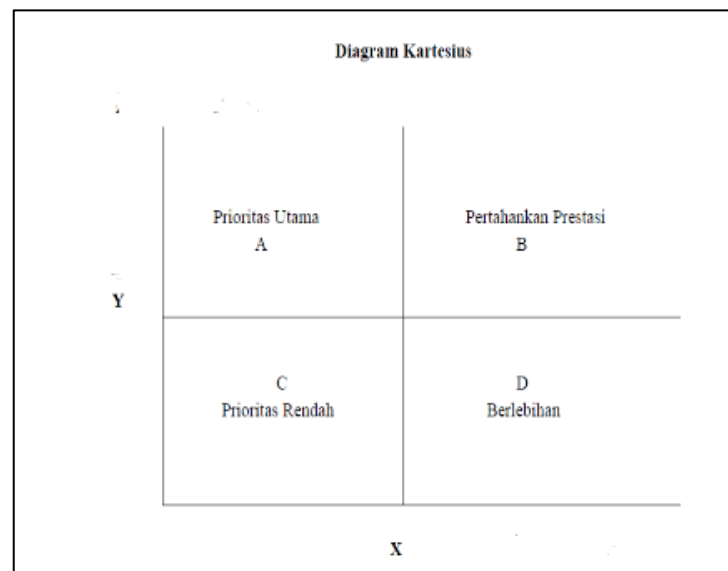
$\text{Imp}(i)$ = Rata-rata Kepentingan

Dari penghitungan rumus GAP tersebut, jika hasilnya menunjukkan nilai yang positif atau $Q_i(\text{GAP}) > 0$, berarti kinerja sistem sudah sesuai dengan kepentingan. Namun apabila jika hasil penghitungan menunjukkan nilai negatif

atau Q_i (GAP) < 0 maka kinerja saat ini belum atau tidak sesuai dengan kepentingan.

2.1.3.3. Analisis Kuadran IPA

Martilla & James mengemukakan dalam jurnal (Fatmala et al., 2018), analisis kuadran IPA berupa diagram kartesius yang digunakan untuk mengidentifikasi atribut- atribut yang perlu mendapatkan perbaikan terhadap X / kinerja (kenyataan) dan Y / kepentingan (harapan). Berikut adalah diagram kartesius kuadran IPA, dalam (Ong & Pambudi, 2014):



Gambar 2.1 Kuadran IPA

Berikut adalah penjelasan letak dari kuadran IPA :

1. Kuadran pertama (A) (*high importance - low performance*) menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting oleh pembeli namun kinerja perusahaan belum terlaksana dengan baik;

2. Kuadran kedua (B) (*high importance – high performance*) menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting dan memuaskan pembeli dan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan sudah dilaksanakan dengan baik;
3. Kuadran ketiga (C) (*low importance – low performance*) menunjukkan faktor yang dianggap kurang penting oleh pembeli dan kinerja yang dilakukan perusahaan tidak terlaksanakan dengan baik;
4. Kuadran keempat (D) (*low importance – high performance*) faktor atau atribut yang dianggap kurang penting oleh perusahaan namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh perusahaan;

Dari hasil evaluasi kuadran, diberikan rekomendasi untuk dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan untuk melakukan perbaikan. Rekomendasi diambil berdasarkan jurnal atau artikel ilmiah yang terkait.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi acuan dan pedoman bagi peneliti untuk penelitian skripsi adalah sebagai berikut:

- 1) (Dalilah, Kusyanti, & Herlambang, 2018) dalam ”Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer” e-ISSN : 2548-964X Vol. 2, No. 1, Januari 2018, hlm. 288-295, berjudul : ”Evaluasi Kualitas Layanan Website PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Webqual 4.0 dan Importance- Performance Analysis (IPA)”. Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator navigasi masih perlu diperbaiki karena dinilai sangat penting bagi pengguna namun kinerja yang dirasakan masih belum memuaskan ;

- 2) (Baiti et al., 2017) dalam "Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer" e-ISSN : 2548-964X Vol. 1, No. 9, Juni 2017, hlm. 885-892, dengan judul : "Pengukuran Kualitas Layanan Website Dinas Pendidikan Kota Malang Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0 dan IPA". Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa *website* Dinas Pendidikan Kota Malang masih belum sesuai dengan harapan pengguna, hasil analisis kesesuaian yang didapatkan sebesar 94.43% atau <100% dan rata-rata hasil analisis kesenjangan sebesar -0.1675 atau < 0. Prioritas perbaikan pada website dinas pendidikan kota malang terdapat pada atribut nomor 9, 13 dan 16 yang merupakan atribut pada Kuadran C ;
- 3) (Fatmala et al., 2018) dalam "Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer" e-ISSN : 2548-964X Vol. 2, No. 1, Januari 2018, hlm. 175-183, dengan judul : Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Berrybenka Terhadap Kepuasan Peangunjung Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA)". Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa website Berrybenka masih belum sesuai harapan pengguna, didasarkan dengan nilai kesesuaian sebesar 94,91% dan rata-rata hasil analisis kesenjangan (GAP) yaitu -0,0901. Prioritas perbaikan pada website Berrybenka terdapat pada indikator 11 yang merupakan indikator pada kuadran A ;
- 4) (Amalia & Sastika, 2018) dalam " *e-Proceeding of Applied Science*" ISSN : 2442-5826 Vol. 4, No. 2, Agustus 2018, hlm. 313-320, dengan judul: "Importance Performance Analysis (Ipa) Untuk Mengetahui

Kepuasan Pelayanan Melalui Kualitas Layanan Aston Braga Hotel & Residence Bandung 2018". Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa tingkat kepentingan (harapan) sebesar 83,67% yang berarti Sangat Tinggi. Tingkat kinerja (kenyataan) sebesar 80,23% yang artinya Tinggi. Adapun atribut yang perlu ditingkatkan adalah kuadran A atau Prioritas Utama yaitu Staff mampu untuk menjelaskan produk secara spesifik, Kualitas produk sesuai dengan spesifikasi yang di berikan, dan Aston Braga Hotel & Residence Bandung mampu menyimpan informasi pelanggan dengan baik ;

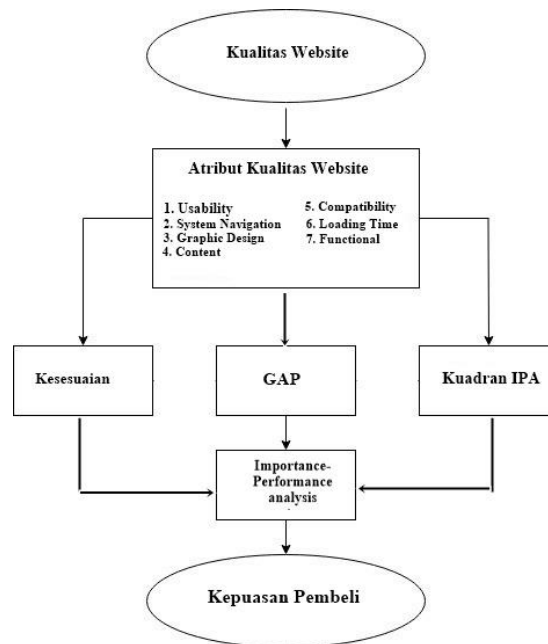
- 5) (Dirgantara & Sambodo, 2015) dalam "Jurnal Sains" dan teknologi ISSN : 2356-4393 Vol. 2, No. 1, Februari 2015, hlm. 52-62 dengan judul : "Penerapan Model Importance Performance Analysis dalam Studi Kasus: Analisis Kepuasan Konsumen bhinneka.com". Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa PT Bhinneka Mentari Dimensi harus lebih mengutamakan pelayanan pada website terkait dengan kecepatan server sehingga *LoadTime* lebih cepat dan penambahan detail informasi barang ataupun jasa yang ditawarkan. Hal ini dapat di atasi dengan cara melakukan penambahan jumlah server dan admin web untuk memasukkan informasi tambahan yang lebih banyak ;
- 6) (Aysuna, Erdem, & Uslu, 2015) dalam jurnal *Procedia - Social and Behavioral Sciences* ISSN : 1877-0428 Vol. 175, 2015, hlm. 98-105 dengan judul : "*The Effects of Personality Traits and Website Quality on Online Impulse Buying*". Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa

kualitas sebuah *website* sangat penting untuk proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu, *retailer online* harus memberikan perhatian besar pada dimensi kualitas situs web ;

7) (Hasanov & Khalid, 2015) dalam jurnal *Procedia - Social and Behavioral Sciences* ISSN : 1877-0509 Vol. 72, 2015, hlm. 382-389 dengan judul :” *The Impact of Website Quality on Online Purchase Intention of Organic Food in Malaysia : A WebQual Model Approach*”. Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa meskipun penelitian ini tidak dapat mewakili semua konsumen Malaysia, studi ini telah memberikan sebuah wawasan tentang hal itu dapat dieksplorasi lebih dalam oleh peneliti dan praktisi lain yang ingin meningkatkan keterlibatan pengguna dan niat pembelian konsumen pada *website* makanan organik. Namun, kualitas *website* bukan menjadi satu-satunya faktor penentu yang dapat meningkatkan niat pembelian konsumen. Kualitas lain seperti layanan pelanggan yang baik, distribusi produk yang efisien dan logistik dan juga ulasan positif dari pelanggan juga memainkan peran penting.

2.3. Kerangka Pemikiran

Untuk memperjelas gambaran hipotesis dari setiap variable penelitian yang telah diungkapkan di atas maka dibuatlah kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara atas rumusan masalah yang dijabarkan, oleh sebab itu perlu dibuktikan kebenarannya melalui data empiris yang terkumpul. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, yaitu:

H1: Kualitas website berpengaruh terhadap kepuasan pembeli pada kyou.id

H2: Seluruh atribut kualitas *website* yang berada di dalam kuadran A dan B yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pembeli pada kyou.id

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Menurut pendapat Sugiyono jurnal penelitian kuantitatif mempunyai pengertian sebagai metode penelitian yang menggunakan positivisme sebagai dasar filsafat, untuk meneliti populasi atau sample tertentu. Menurut Siregar metode deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat suatu perbandingan, atau mengaitkan antara satu dengan variabel yang lain. (Perkasa & Prarendra, 2015).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian survei, yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi pengunjung dan pembeli pada website kyou.id dengan menggunakan kuesioner sebagai alat data.

3.2. Operasional Variabel

Dalam pengukuran variabel tersebut digunakan skala *Likert*. Berdasarkan (Suhendra & Prasetyanto, 2016), pengertian skala *Likert* adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap dan pendapat seseorang atau kelompok mengenai suatu peristiwa atau fenomena sosial, berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Skala *Likert* banyak digunakan dalam berbagai penelitian yang berupa kuesioner Skala ini juga dapat mudah dimengerti oleh responden dalam memberikan penilaian terhadap suatu atribut. batasan atau

operasional variabel yang diteliti adalah variable dependen dan variable independen.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel bebas	Indikator	Skala
Kualitas website	<i>Usability</i>	Likert
	<i>Navigation system</i>	Likert
	<i>Graphic design</i>	Likert
	<i>Content</i>	Likert
	<i>Compatibility</i>	Likert
	<i>Loading time</i>	Likert
	<i>Functional</i>	Likert
Variabel Terikat	Indikator	Skala
Kepuasan Pembeli	Kinerja	Likert
	Ciri-ciri keistimewaan tambahan	Likert
	Kesesuaian dengan spesifikasi	Likert
	Estetika	Likert
	Kualitas yang dipersepsikan	Likert

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi yang didapat adalah pengunjung situs website kyou.id menurut statshow.com, total pengunjung situs website kyou.id per 3 bulan (pada tahun 2018) setelah di rata-rata adalah 6.630 pengunjung. Dikarenakan jumlah populasi yang besar, serta keterbatasan biaya, waktu, dan tenaga yang peneliti miliki, maka dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan sampel dari populasi satu bulan saja yaitu populasi bulan november 2018 yaitu sebesar 2210 populasi

Menurut Indrawati dalam (Syahnur, Soeharijanto, & Tazlie, 2018) Sampel merupakan anggota dari populasi yang terpilih untuk dilibatkan didalam sebuah penelitian, baik itu untuk diamati, untuk diberikan sebuah perlakuan, maupun dimintai sebuah pendapat tentang penelitian yang sedang dilakukan. Besar sampel yang akan diambil dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus penghitungan slovin (Purnomo & Riandadari, 2015), dengan tingkat toleransi

kesalahan/*error* sebesar 10%. sehingga didapatkan jumlah responden dari penelitian ini adalah sebesar 100 responden, dengan penghitungan (Syahnur et al., 2018) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+(Ne^2)} \quad \text{Rumus 3.1 persamaan slovin}$$

Keterangan:

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = *Error Tolerance*(10%)

$$n = \frac{2210}{1 + (2210 * 10\%^2)}$$

$$n = \frac{2210}{23.1} = 95,670$$

n = dibulatkan menjadi 100

Jadi, jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Agar karakteristik sampel tidak menyimpang dari populasi, maka sebelum melakukan pengambilan sampel perlu ditentukan kriteria inklusi maupun kriteria eksklusi. Kriteria inklusi adalah ciri-ciri yang harus dipenuhi oleh setiap anggota populasi, agar dapat diambil sebagai sampel sebuah penelitian. Adapun kriteria inklusi dari sampel penelitian ini yaitu orang yang sudah pernah mengakses *website* kyou.id dan yang sudah pernah melakukan pembelian menggunakan *website* kyou.id

Kebalikan dari kriteria inklusi, kriteria eksklusi adalah ciri-ciri dari anggota populasi, yang tidak dapat diambil sebagai sampel sebuah penelitian. Adapun kriteria esklusi dari sampel yaitu pembeli dari kyou.id yang belum pernah mengakses *website* kyou.id dan yang tidak berkenan untuk dijadikan responden

Data penelitian yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer pada penelitian ini yaitu data yang didapatkan dari kuesioner dan data sekunder yaitu data yang didapatkan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari data dan informasi dari dokumen pendukung yang berasal dari perusahaan, buku, jurnal dan skripsi sebagai panduan teori dalam teknik penulisan skripsi.

Instrumen penelitian ini berupa kuesioner. Kuesioner terdiri atas 2 bagian. Bagian pertama tentang kepentingan website dan bagian kedua tentang kinerja *website* pada kyou.id . Daftar pertanyaan mencakup 7 dimensi kualitas website, dan 5 dimensi kepuasan pembeli, yaitu :

A. Dimensi kualitas *website*

1. *Usability*, indikator terdiri dari 5 yaitu: (a) *learnability*, (kemudahan untuk dipelajari); (b) *efficiency*, (efisiensi dalam penggunaan); (c) *memorability* ,(hal yang terlintas); (d) *errors* ,(kesalahan yang sering dilakukan pengguna); dan (e) *satisfication* ,(kepuasan dalam menggunakan);
2. *Navigation system*, indikator terdiri dari 4 yaitu: (a) sistem navigasi yang memudahkan; (b) tata letak navigasi yang mudah dibaca dan dimengerti; (d) kesesuaian semua link yang terhubung pada sistem navigasi; (e) dapat digunakan untuk pencarian halaman yang mendalam;

3. *Graphic Design*, indikator terdiri dari 2 yaitu: (a) grafis dan desain website yang menimbulkan kenyamanan penggunaan; (b) kombinasi warna yang menarik secara visual/penlihatan;
4. *Content*, indikator terdiri dari 2 yaitu: (a) kesesuaian gambar barang yang dijual pada website; (b) multimedia yang mendukung konten;
5. Indikator *Compatibility* yaitu website dapat dijalankan dengan baik pada berbagai *browser* dan perangkat;
6. *Loading time*, indikator terdiri dari 2, yaitu: (a) lama waktu yang dibutuhkan untuk menampilkan konten; (b) lama waktu (ketika terlalu lama menunggu) memutuskan untuk tetap mengunjungi atau tidak;
7. *Functional*, indikator terdiri dari 3, yaitu: (a) kesan dinamis dan interaktif pada saat menggunakan fitur yang ada; (b) fitur chat yang dihadirkan mampu mengajak pengunjung *website* berkomunikasi secara langsung; (c) Berjalan tidaknya semua fitur yang disediakan.

B. Indikator kepuasan pembeli

1. Kinerja, kinerja *website* dalam memperkenalkan barang yang dijual.
2. Nilai tambah, nilai tambah dalam menggunakan *website*;
3. Kesesuaian dengan spesifikasi, kesesuaian barang yang ditampilkan dalam website;
4. Estetika, informasi yang ditampilkan tentang kualitas (daya tarik);
5. Kualitas yang dipersepsikan, *website* dapat membangun citra reputasi dan tanggung jawab kepada pengunjung dan pembeli.

3.5. Metode Analisis Data

Analisis *Metode IPA* digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut dari kualitas *website* kyou.id yang perlu dibutuhkan adanya pengembangan untuk meningkatkan kepuasan pembeli Adapun berikut langkah – langkah *Metode IPA* yang akan digunakan:

3.5.1. Distribusi Jawaban menggunakan skala likert

Dengan menggunakan Skala Likert, nilai variabel yang diukur dengan instrument tertentu, dinyatakan dalam angka, dan akan disajikan dalam bentuk tabel melalui pembagian jawaban responden yang akan diukur tingkat kinerja (kenyataan) dan tingkat kepentingan (harapan). Pada skala pengukuran ini, penentuan Interval harus dilakukan dan interpretasi persen agar dapat diketahui penilaian kriteria secara objektif melalui metode pencarian interval nilai persen (P) terlebih dahulu. Hasil dari keseluruhan atribut pada dimensi tersebut diambil dari nilai tertinggi sebesar 100% untuk penentuan interval (Achmad, 2013).

Rumus Interval Skala Likert :

$$\boxed{\text{Interval (I) = Range (R) / Jumlah Nilai (Skala Likert)}} \quad \text{Rumus 3.2 Interval Skala Likert}$$

$$\text{Maka, } I = 100 / 5 = 20\%$$

Hasil Interval (I) = 20% (Jarak interval dari nilai terendah hingga nilai tertinggi). Berikut Distribusi jawaban antara kinerja dan kepentingan berdasarkan persentase intervalnya :

Angka 0% - 19,99% = Sangat Tidak Puas

Angka 20% - 39,99% = Kurang Puas

Angka 40% - 59,99% = Cukup

Angka 60% - 79,99% = Puas

Angka 80% - 100% = Sangat Puas

Pertanyaan dalam dimensi *usability* dibagi menjadi 5 atribut yang mewakili dengan menggunakan skala *Likert* dimana :

- 1) Skala pada atribut *learnability* terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat mudah = 5, Mudah = 4, Cukup = 3, Kurang mudah= 2, Sangat Tidak mudah = 1;
- 2) Skala pada atribut *efficiency* terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat efisien = 5, efisien = 4, Cukup = 3, Kurang efisien= 2, Sangat Tidak efisien = 1;
- 3) Skala pada atribut *memorability* terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat mudah diingat = 5, Mudah diingat = 4, Cukup = 3, Kurang mudah diingat= 2, Sangat Tidak mudah diingat = 1;
- 4) Skala pada atribut *error* terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat tidak setuju = 5, Kurang setuju = 4, Cukup = 3, Setuju = 2, Sangat Setuju = 1;
- 5) Skala pada atribut *satisfication* terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat puas = 5, Puas = 4, Cukup = 3, Kurang puas = 2, Sangat Tidak puas = 1.

Setiap jawaban meliputi 2 bagian yaitu tingkat kepentingan (tingkat harapan) dan tingkat kinerja(kenyataan) :

1. Nilai Sangat Tidak Penting dan Sangat Tidak Sesuai Kinerja;
2. Nilai Kurang Penting dan Kurang Sesuai Kinerja;
3. Nilai Kepentingan dan Kinerja Cukup;
4. Nilai Penting dan Sesuai Kinerja;

5. Nilai Sangat Penting dan Sangat Sesuai Kinerja;

Pertanyaan dalam dimensi *navigation system* dibagi menjadi 4 yang mewakili dengan menggunakan skala *Likert* dimana :

- 1) Skala pada soal pertama terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat memudahkan = 5, Memudahkan = 4, Cukup = 3, Kurang memudahkan = 2, Sangat Tidak memudahkan = 1;
- 2) Skala pada soal kedua terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat mudah dimengerti = 5, Mudah dimengerti = 4, Cukup = 3, Kurang mudah dimengerti = 2, Sangat tidak mudah dimengerti = 1;
- 3) Skala pada soal ketiga terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat sesuai = 5, Sesuai = 4, Cukup = 3, Kurang sesuai = 2, Sangat tidak sesuai = 1;
- 4) Skala pada soal keempat terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat bisa = 5, Bisa = 4, Cukup = 3, Kurang bisa = 2, Sangat tidak bisa = 1.

Setiap jawaban meliputi 2 bagian yaitu tingkat kepentingan (tingkat harapan) dan tingkat kinerja(kenyataan) :

- 1) Nilai Sangat Tidak Penting dan Sangat Tidak Sesuai Kinerja;
- 2) Nilai Kurang Penting dan Kurang Sesuai Kinerja;
- 3) Nilai Kepentingan dan Kinerja Cukup;
- 4) Nilai Penting dan Sesuai Kinerja;
- 5) Nilai Sangat Penting dan Sangat Sesuai Kinerja.

Pertanyaan dalam dimensi *graphic design* dibagi menjadi 2 yang mewakili dengan menggunakan skala *Likert* dimana :

- 1) Skala pada soal pertama terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat nyaman = 5, Nyaman = 4, Cukup = 3, Kurang nyaman = 2, Sangat tidak nyaman = 1;
- 2) Skala pada soal kedua terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat menarik = 5, Menarik = 4, Cukup = 3, Kurang menarik = 2, Sangat tidak menarik = 1.

Setiap jawaban meliputi 2 bagian yaitu tingkat kepentingan (tingkat harapan) dan tingkat kinerja(kenyataan) :

- 1) Nilai Sangat Tidak Penting dan Sangat Tidak Sesuai Kinerja;
- 2) Nilai Kurang Penting dan Kurang Sesuai Kinerja;
- 3) Nilai Kepentingan dan Kinerja Cukup;
- 4) Nilai Penting dan Sesuai Kinerja;
- 5) Nilai Sangat Penting dan Sangat Sesuai Kinerja.

Pertanyaan dalam dimensi *content* dibagi menjadi 2 yang mewakili dengan menggunakan skala *Likert* dimana :

- 1) Skala pada soal pertama terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat sesuai = 5, sesuai = 4, Cukup = 3, Kurangsesuai = 2, Sangat tidak sesuai = 1;
- 2) Skala pada soal kedua terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat mendukung = 5, Mendukung = 4, Cukup = 3, Kurang mendukung = 2, Sangat tidak mendukung = 1.

Setiap jawaban meliputi 2 bagian yaitu tingkat kepentingan (tingkat harapan) dan tingkat kinerja(kenyataan) :

- 1) Nilai Sangat Tidak Penting dan Sangat Tidak Sesuai Kinerja ;

- 2) Nilai Kurang Penting dan Kurang Sesuai Kinerja ;
- 3) Nilai Kepentingan dan Kinerja Cukup;
- 4) Nilai Penting dan Sesuai Kinerja;
- 5) Nilai Sangat Penting dan Sangat Sesuai Kinerja.

Pertanyaan dalam dimensi *compatibility* dibagi menjadi 2 yang mewakili dengan menggunakan skala *Likert* dimana :

- 1) Skala pada soal pertama terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat bisa diakses dengan baik = 5, bisa diakses = 4, Cukup = 3, Kurang bisa diakses dengan baik = 2, Sangat tidak bisa diakses dengan baik = 1;
- 2) Skala pada soal kedua terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat bisa diakses dengan baik = 5, bisa diakses = 4, Cukup = 3, Kurang bisa diakses dengan baik = 2, Sangat tidak bisa diakses dengan baik = 1.

Setiap jawaban meliputi 2 bagian yaitu tingkat kepentingan (tingkat harapan) dan tingkat kinerja(kenyataan) :

- 1) Nilai Sangat Tidak Penting dan Sangat Tidak Sesuai Kinerja;
- 2) Nilai Kurang Penting dan Kurang Sesuai Kinerja;
- 3) Nilai Kepentingan dan Kinerja Cukup;
- 4) Nilai Penting dan Sesuai Kinerja;
- 5) Nilai Sangat Penting dan Sangat Sesuai Kinerja.

Pertanyaan dalam dimensi *loading time* dibagi menjadi 2 yang mewakili dengan menggunakan skala *Likert* dimana :

- 1) Skala pada soal pertama terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat cepat = 5, Tidak lama = 4, Cukup = 3, Kurang cepat= 2, Sangat lama = 1;

- 2) Skala pada soal kedua terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat setuju = 5, Setuju = 4, Cukup = 3, Kurang setuju = 2, Sangat tidak setuju = 1.

Setiap jawaban meliputi 2 bagian yaitu tingkat kepentingan (tingkat harapan) dan tingkat kinerja(kenyataan) :

- 1) Nilai Sangat Tidak Penting dan Sangat Tidak Sesuai Kinerja;
- 2) Nilai Kurang Penting dan Kurang Sesuai Kinerja;
- 3) Nilai Kepentingan dan Kinerja Cukup;
- 4) Nilai Penting dan Sesuai Kinerja;
- 5) Nilai Sangat Penting dan Sangat Sesuai Kinerja.

Pertanyaan dalam dimensi *functional* dibagi menjadi 3 yang mewakili dengan menggunakan skala *Likert* dimana :

- 1) Skala pada soal pertama terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat dinamis dan interaktif = 5, Sudah dinamis dan interaktif = 4, Cukup = 3, Kurang dinamis = 2, Sangat dinamis dan interaktif = 1;
- 2) Skala pada soal kedua terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat setuju = 5, setuju = 4, Cukup = 3, Kurang setuju = 2, Sangat tidak setuju = 1;
- 3) Skala pada soal kedua terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat setuju= 5, Setuju = 4, Cukup = 3, Kurang setuju = 2, Sangat tidak setuju = 1.

Setiap jawaban meliputi 2 bagian yaitu tingkat kepentingan (tingkat harapan) dan tingkat kinerja(kenyataan) :

- 1) Nilai Sangat Tidak Penting dan Sangat Tidak Sesuai Kinerja;
- 2) Nilai Kurang Penting dan Kurang Sesuai Kinerja;
- 3) Nilai Kepentingan dan Kinerja Cukup;

4) Nilai Penting dan Sesuai Kinerja;

5) Nilai Sangat Penting dan Sangat Sesuai Kinerja.

Pertanyaan dalam dimensi kepuasan pembeli dibagi menjadi 5 yang mewakili dengan menggunakan skala *Likert* dimana :

1) Skala pada atribut kinerja terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat baik= 5, Baik = 4, Cukup = 3, Kurang baik = 2, Sangat tidak baik = 1;

2) Skala pada atribut nilai tambah terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat ada = 5, sangat ada = 4, Cukup = 3, Kurang ada = 2, Sangat tidak ada = 1;

3) Skala pada atribut kesesuaian dengan spesifikasi terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat setuju= 5, Setuju = 4, Cukup = 3, Kurang setuju = 2, Sangat tidak setuju = 1;

4) Skala pada atribut estetika terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat setuju= 5, Setuju = 4, Cukup = 3, Kurang setuju = 2, Sangat tidak setuju = 1;

5) Skala pada atribut citra reputasi terdiri atas 5 pilihan jawab yaitu Sangat setuju= 5, Setuju = 4, Cukup = 3, Kurang setuju = 2, Sangat tidak setuju = 1.

Setiap jawaban meliputi 2 bagian yaitu tingkat kepentingan (tingkat harapan) dan tingkat kinerja(kenyataan) :

1) Nilai Sangat Tidak Penting dan Sangat Tidak Sesuai Kinerja;

2) Nilai Kurang Penting dan Kurang Sesuai Kinerja;

3) Nilai Kepentingan dan Kinerja Cukup;

4) Nilai Penting dan Sesuai Kinerja;

5) Nilai Sangat Penting dan Sangat Sesuai Kinerja.

Pembagian jawaban tingkat kinerja (kenyataan) dan tingkat kepentingan (harapan) responden adalah untuk mengetahui tingkat kualitas maupun seberapa penting atribut-atribut yang mewakili dimensi masing-masing kualitas website bagi responden dalam pengunjung dan pembeli yang menggunakan *website* *kyou.id*.

3.5.2. Penghitungan Nilai Tingkat Kinerja dan Kepentingan

Sebelum dianalisis, nilai setiap atribut perlu dihitung dengan cara Jumlah responden dalam setiap atribut dikalikan dengan nilai jawaban dalam skala likert lalu ditotalkan secara keseluruhan setelah itu kemudian dirata-ratakan. Pada rata-rata tingkat kinerja dan tingkat kepentingan tersebut akan dibandingkan dengan rata-rata nilai atribut untuk menunjukkan atribut-atribut yang dianggap sangat penting dan kualitas website yang dianggap sudah berjalan secara optimal sesuai dengan apa yang diinginkan. Jika penilaian rata-rata atribut berada di atas rata-rata nilai secara keseluruhan maka dikatakan kualitas website sudah baik. Sebaliknya, rata-rata nilai atribut berada di bawah nilai rata-rata keseluruhan maka dikatakan kualitas website masih kurang baik/butuh peningkatan.

3.5.3. Penghitungan Tingkat Kesesuaian

Setelah mengetahui distribusi tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari atribut serta penghitungan nilai yang mewakili masing-masing dimensi, kemudian menghitung tingkat kesesuaian antara tingkat kenyataan dan tingkat harapan setiap atribut berdasarkan *Metode IPA* digunakan rumus berikut:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100\% \quad \text{Rumus 3.3 Tingkat kesesuaian}$$

Keterangan:

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Nilai Penilaian Kinerja

Yi = Nilai Penilaian Kepentingan

3.5.4. Penghitungan Kesenjangan GAP

Setelah mendapatkan rata-rata tingkat kinerja dan kepentingan, maka untuk sudah dapat dihitung nilai kesenjangan antara kinerja dan kepentingan *website*, Analisis kesenjangan ini dapat digunakan untuk mengukur perbedaan antara kepuasan pembeli dengan kinerja atau aktual *website*. Untuk melakukan analisis kesenjangan nilai rata-rata kinerja dikurangi dengan nilai rata-rata kepentingan seperti pada rumus di bawah ini:

$$Qi(Gap) = Perf(i) - Imp(i) \quad \text{Rumus 3.4 Rumus Kesenjangan GAP}$$

Keterangan:

Qi (Gap) = Tingkat Kesenjangan

Perf(i) = Rata-rata Kinerja

Imp(i) = Rata-rata Kepentingan

Dari hasil penghitungan kesenjangan ini, nantinya akan dapat terlihat jika hasilnya menunjukkan positif atau $Qi(GAP) > 0$ maka kinerja sistem sudah sesuai dengan kepentingan atau harapan pengguna. Namun jika hasil penghitungan menunjukkan negatif atau $Qi(GAP) < 0$ maka kinerja sistem saat ini belum sesuai dengan harapan pengguna.

3.5.5. Penerapan Diagram IPA

Sebelum membuat diagram kartesius, maka perlu melakukan penentuan sumbu X, sumbu Y dan koordinat setiap atribut melalui penghitungan rata-rata. Sumbu X diagram kartesius didapatkan dari rata-rata nilai keseluruhan dari nilai tingkat kinerja. Sumbu Y diagram kartesius didapatkan dari rata-rata nilai tingkat kepentingan. Rata-rata nilai tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dapat dilihat pada langkah penghitungan nilai tingkat kinerja dan tingkat kepentingan. Setelah sudah tentukan sumbu X, sumbu Y, dan koordinat setiap atribut, lalu dibuatlah diagram kartesius tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dengan menggunakan program SPSS berikut langkah – langkah membuat diagram kartesius:

1. buka aplikasi SPSS 22 yang telah diisi titik koordinat antara tingkat kinerja dan tingkat kepentingan;
2. klik Graphs;
3. Legaly dialogs;
4. scatter/dot pilih simple scatter lalu define;
5. Double klik to pic;
6. Elements;
7. data label mode;
8. Lalu buat garis vertikal dan horizontal menggunakan mean dari masing-masing rata-rata nilai tingkat kenyataan dan tingkat harapan;
9. lihatlah letak pelaksanaan atribut-atribut pada diagram kartesius.

Diagram kartesius tersebut terdiri dari empat kuadran.

Nantinya, pada setiap kuadran akan terdapat atribut-atribut yang diteliti. Atribut yang berada di kuadran A (*high importance - low performance*). Atribut yang berada di kuadran B (*high importance, high performance*). Atribut yang berada di kuadran C (*low importance, low performance*). Atribut yang berada di kuadran D bermakna (*low importance, high performance*).

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi penelitian adalah dimana tempat peneliti untuk melakukan penelitian, peneliti akan melakukan penelitian di Batam dan untuk memperoleh data-data yang dibutuhkan, peneliti langsung berkomunikasi kepada pihak kyou hobby shop yang beralamatkan di Ruko Asia Tropis Blok AT 16, No. 30, Jl. Boulevard Raya, Harapan Indah.

Jadwal penelitian yang dilakukan kurang lebih 6 bulan dimulai bulan september 2018 sampai bulan Februari2018 hingga berakhirnya tugas dalam penulisan skripsi ini. Jadwal penelitian bisa dilihat menggunakan tabel sebagai berikut:

Tabel 3.2 Jadwal Penelitian

No .	Kegiatan	September 2018	Oktober 2018	November 2018	Desember 2018	Januari-Februari 2019
1	Penentuan judul					
2	Studi Pustaka					
3	Bimbingan					
4	Penyusunan Penelitian					
5	Penyusunan Kuesioner					
6	Penyerahan Kuesioner					
7	Penyelesaian Skripsi					