



**PENGARUH KUALITAS WEBSITE TRAVELOKA MENGGUNAKAN  
WEBQUAL 4.0 TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA**

**Maulidah Nur Komala Sari<sup>1</sup>, Joy Nashar Utamajaya<sup>2</sup>**

Sistem Informasi, STMIK Borneo Internasional, Indonesia<sup>1,2</sup>

Maulidah\_nur.17@stmik-borneo.ac.id<sup>1</sup>, Joy.nashar@stmik-borneo.ac.id<sup>2</sup>

**Abstrak**

Diterima:  
**24 Maret 2022**  
Direvisi:  
**8 April 2022**  
Disetujui:  
**14 April 2022**

Traveloka adalah sebuah perusahaan reservasi tiket pesawat dan hotel di mana pengguna dapat melakukan pemesanan pada situs Traveloka.com. Traveloka menggunakan konsep pemasaran berbasis *online* melalui *website* sebagai sarana mengkomunikasikan produk-produk perusahaan kepada publik. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas *website* terhadap kepuasan pengguna khususnya di Komunitas traveloka di sosial media Telegram menggunakan metode *webqual* 4.0 yang memiliki 3 dimensi yaitu kualitas kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi. Penelitian ini dilakukan menggunakan penelitian kuantitatif dengan jumlah responden 85 responden. Hasil penelitian ini berdasarkan uji F menunjukkan hasil nilai Fhitung yaitu  $(43,105) > F$  Tabel  $(2,72)$  maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima. Sehingga kualitas kegunaan (X1), informasi (X2) dan interaksi (X3) secara simultan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Kemudian untuk nilai t hitung untuk kualitas kegunaan  $(1,785) >$  nilai t tabel 1,990 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Traveloka. Nilai t hitung untuk informasi  $(2,050) >$  nilai t tabel 1,990 yang artinya kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Traveloka. Kemudian, nilai t hitung untuk interaksi  $(1,501) >$  nilai t tabel 1.990 artinya kualitas interaksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen di Traveloka.

**Kata kunci:** *Keputusan Pengguna, Kualitas Website, Webqual 4.0, Traveloka*

**Abstract**

*Traveloka is a flight ticket and hotel reservation company where users can make reservations on the Traveloka.com website. Traveloka uses the concept of online-based marketing through the website as a means of communicating the company's products to the public. This study aims to determine the effect of website quality on user satisfaction, especially in the Traveloka Community on Telegram social media using the webqual 4.0 method, which has 3 dimensions, namely usability quality, information quality, and interaction quality. This research was conducted using quantitative research with 85 respondents. The results of this study based on the F test showed the results of the Fcount value, namely  $(43.105) > F$  Table  $(2.72)$ , then  $H_0$  was rejected, and  $H_a$  was accepted. So that the quality of usability (X1), information (X2) and interaction (X3) simultaneously affect the variable of consumer satisfaction (Y). Then for the t-value for usability quality  $(1.785) >$  the t-table value of 1.990 does not significantly affect customer satisfaction at Traveloka. The t-value for information is  $(2.050) >$  the t-table value of 1.990, which means that the quality of information has a significant effect on customer satisfaction in Traveloka. Then, the t value for interaction  $(1.501) >$  t table value 1.990 means that the quality of the interaction does not significantly affect customer satisfaction at Traveloka.*

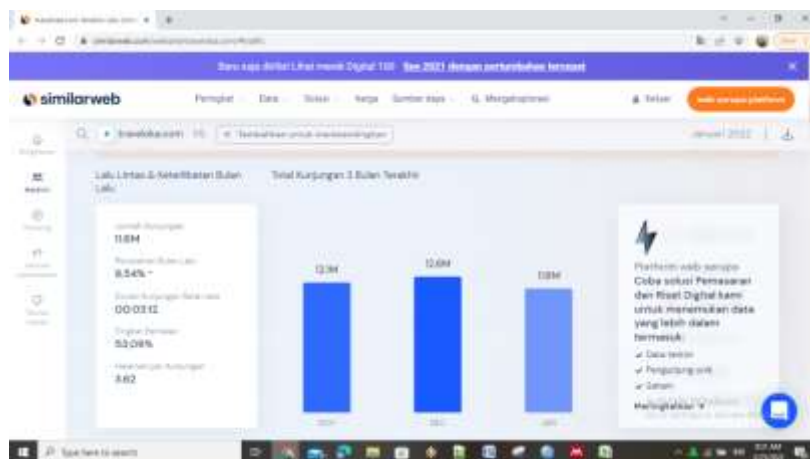
**Keywords:** *User Satisfaction, Website Quality, Webqual 4.0, Traveloka*

## PENDAHULUAN

Dampak peningkatan pengguna internet adalah para konsumen kini sering melakukan transaksi jual beli melalui internet. Transaksi jual beli melalui internet ini disebut *e-commerce*. Untuk menunjang kehadiran *e-commerce*, *website* merupakan salah satu komponen penting karena para pengguna internet yang ingin berbelanja secara *online* pasti mengunjungi *website* terdahulu dan setelah itu memilih barang yang ingin dibeli (Nindy, 2018; Prattisya & Sharif, 2014).

Tingginya pertumbuhan *e-commerce* dan ketatnya persaingan yang terjadi dalam bisnis penjualan secara *online* membuat banyak toko *online* beredar di dunia maya. Konten *website* yang mudah digunakan, informasi yang jelas, serta keamanan perlu diperhatikan untuk dapat membuat pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan (Muhsin & Zuliestiana, 2017).

Traveloka merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan pemesanan tiket pesawat dan reservasi hotel secara *online*. Pada tahun 2013, Traveloka berubah menjadi situs reservasi yang kosentrasi dalam pemesanan tiket pesawat. Kemudian pada bulan maret 2014, Traveloka masuk ke bisnis reservasi kamar hotel dan pada bulan Juli 2014, situs pemesanan hotel melalui Traveloka telah tersedia. Sedangkan pada tahun 2017, dilansir dari situs Traveloka sudah menyediakan pemesanan tiket kereta api, tiket perjalanan wisata, paket wisata, tiket pertunjukan seni, pulsa pascabayar dan internet yang bekerja sama dengan vendor-vendor yang dilakukan untuk dapat terus memberikan pelayanan terbaik untuk konsumen (Widowati & Budihartanti, 2019). Berikut hasil dari survei yang didapatkan dari situs [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com) terhadap *website* traveloka:



Gambar 1. Data Lalu Lintas dan Keterlibatan Bulan Lalu

Sumber: similarweb

Berdasarkan data lalu lintas dan keterlibatan bulan lalu pada gambar 1 yang dikutip dari [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com), dapat dilihat bahwa jumlah kunjungan atau orang yang mengakses *website* traveloka selama bulan November ke Desember 2021 mengalami peningkatan. Namun pada Januari 2022, jumlah kunjungan *website* traveloka mengalami penurunan. Dari hasil data tersebut dapat dilihat bahwa ada masalah yang menjadi pengaruh kualitas *website* traveloka mengalami penurunan kunjungan terhadap kepuasan pengguna.

Terdapat berbagai cara maupun metode untuk mencari hubungan kualitas layanan *website* dengan kepuasan penggunanya, salah satunya adalah *Webqual*. Pengukuran kualitas pada sebuah *website* menggunakan metode *webqual* 4.0 dilakukan oleh para pengguna web sebagai tolak ukur untuk mengetahui bagaimana pengelola web menyesuaikan persepsi pengguna. Metode *Webqual* ini digunakan dengan tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna karena teknik pengukuran metode *Webqual* dilakukan berdasarkan persepsi pengguna akhir yang diukur dengan beberapa instrumen penelitian yang dikategorikan dalam tiga variabel yaitu penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi (*services interaction*) (Mustopa et al., 2020).

Berdasarkan latar belakang di atas penelitian ini akan dilakukan pada sebuah komunitas traveloka yang berada di Telegram dengan link <https://t.me/groupravelokaadityajacs>, di mana komunitas ini akan menjadi ruang lingkup penelitian. Untuk mengetahui apa yang menjadi pengaruh kualitas *website* traveloka terhadap kepuasan pengguna dengan menggunakan metode *webqual* 4.0. Sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang kualitas *website*. Dengan maksud dan tujuan dari analisa kualitas *website* menggunakan metode *webqual* agar dapat menentukan hasil akhir yang akurat dalam pengukuran tingkat kepuasan pengguna/*user* untuk menjadi evaluasi bagi pengembangan sumber daya manusia dalam meningkatkan kualitas *website* yang ada.

Peneliti menemukan beberapa penelitian terkait kualitas *website* seperti yang dilakukan oleh [Firdaus et al. \(2020\)](#); [Sastika \(2016\)](#); [Wiyono \(2016\)](#). Namun, masing-masing penelitian memiliki variabel terikat yang berbeda.

## METODE PENELITIAN

Tempat pelaksanaan penelitian ini adalah di Penajam Paser Utara, dengan mengorientasikan data yang ada di komunitas Traveloka pada sosial media telegram. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Desember 2021-Februari 2022. Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah seluruh pengguna aktif di komunitas traveloka yang ada di sosial media telegram yang berjumlah 550 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria respondennya adalah pengguna Traveloka yang berada di komunitas Traveloka di sosial media Telegram. Berdasarkan perhitungan teknik *purposive sampling*, maka dapat diketahui bahwa besar sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah melalui kuesioner. Adapun skala yang digunakan sebagai alternatif jawaban pada kuesioner adalah skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang. Dalam mengolah data, penulis menggunakan uji reliabilitas dan uji validitas. Sedangkan teknik analisisnya adalah uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

#### 1.1. Hasil Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan memasukkan data ke dalam aplikasi SPSS. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan analisis *product moment/person* pada masing-masing variabel yaitu kualitas kegunaan (X1), kualitas informasi (X2), kualitas interaksi (X3), dan kepuasan pengguna (Y) melalui program SPSS ([Diansyah et al., 2021](#)).

##### 1.1.1. Kualitas Kegunaan

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Kualitas Kegunaan

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0.854	0.213	Valid
X1.2	0.817	0.213	Valid
X1.3	0.779	0.213	Valid
X1.4	0.717	0.213	Valid
X1.5	0.719	0.213	Valid
X1.6	0.817	0.213	Valid
X1.7	0.740	0.213	Valid
X1.8	0.772	0.213	Valid

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil korelasi dapat disimpulkan pada baris *Person Correlation* dari tiap item X1 bahwa r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0.213, maka dapat disimpulkan bahwa tiap item dikatakan valid.

### 1.1.2. Kualitas Informasi

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi**

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0.819	0.213	Valid
X2.2	0.893	0.213	Valid
X2.3	0.839	0.213	Valid
X2.4	0.902	0.213	Valid
X2.5	0.773	0.213	Valid
X2.6	0.851	0.213	Valid
X2.7	0.729	0.213	Valid

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil korelasi dapat disimpulkan pada baris *Person Correlation* dari tiap item X2 bahwa r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0.213, maka dapat disimpulkan bahwa tiap item dikatakan valid.

### 1.1.3. Kualitas Interaksi

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Interaksi**

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0.790	0.213	Valid
X3.2	0.861	0.213	Valid
X3.3	0.833	0.213	Valid
X3.4	0.844	0.213	Valid
X3.5	0.854	0.213	Valid
X3.6	0.832	0.213	Valid
X3.7	0.866	0.213	Valid

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil korelasi dapat disimpulkan pada baris *Person Correlation* dari tiap item X3 bahwa r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0.213, maka dapat disimpulkan bahwa tiap item dikatakan valid.

### 1.1.4. Kepuasan Pengguna

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Kepuasan Pengguna**

Variabel	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0.868	0.213	Valid
Y2	0.919	0.213	Valid
Y3	0.809	0.213	Valid
Y4	0.959	0.213	Valid

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil korelasi dapat disimpulkan pada baris *Person Correlation* dari tiap item Y bahwa r hitung lebih besar dari r tabel yaitu 0.213, maka dapat disimpulkan bahwa tiap item dikatakan valid.

## 1.2. Hasil Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji konsistensi alat ukur. Instrumen kuesioner yang tidak reliabel akan menyebabkan instrumen tidak dapat konsisten terhadap pengukuran yang dilakukan, sehingga hasil pengukuran tidak dapat dipercaya (Syarifullah & Soemantri, 2016). Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *Cronbach's Alpha*. Metode pengambilan keputusan pada uji reliabilitas apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar (>) dari 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut andal (reliabel).

### 1.2.1. Kualitas Kegunaan

**Tabel 5. Reliability Statistics (X1)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items

0.906 8

Sumber: data yang diolah, 2021

#### 1.2.2. Kualitas Informasi

**Tabel 6. Reliability Statistics (X2)**

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.924	7

Sumber: data yang diolah, 2021

#### 1.2.3. Kualitas Interaksi

**Tabel 7. Reliability Statistics (X3)**

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.930	7

Sumber: data yang diolah, 2021

#### 1.2.4. Kepuasan Pengguna

**Tabel 8. Reliability Statistics (Y)**

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
0.911	4

Sumber: data yang diolah, 2021

### 1.3. Hasil Uji Asumsi Klasik

#### 1.3.1. Uji Normalitas

**Tabel 9. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		85
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.64597430
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.131
	<i>Positive</i>	.131
	<i>Negative</i>	-.080
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		1.210
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.107

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan nilai Asymp. Sig lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal begitupun sebaliknya. Dari hasil uji normalitas metode Kolmogorov smirnov didapatkan hasil sebesar 0.107 yang artinya terdistribusi normal.

#### 1.3.2. Uji Multikolinieritas

**Tabel 10. Hasil Uji Multikolinieritas**

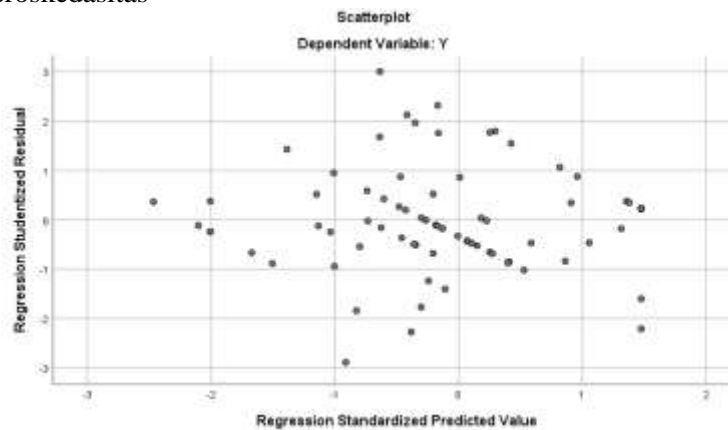
<b>Coefficients<sup>a</sup></b>							
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	T	Sig.	<i>Collinearity Statistics</i>	
	B	Std.				Beta	Tolerance

		Error					
1	(Constant)	1.532	1.358		1.128	0.262	
	X1	0.168	0.094	0.290	1.785	0.078	0.181
	X2	0.202	0.098	0.329	2.050	0.044	0.185
	X3	0.123	0.082	0.204	1.501	0.137	0.257

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari uji multikolinearitas untuk nilai *Tolerance* dari ketiga variabel independen lebih dari 0.10 yaitu, untuk X1 sebesar 0.181, untuk X2 sebesar 0.185 dan untuk X3 sebesar 0.257, lalu nilai VIF untuk masing-masing variabel kurang dari 10.00 yang artinya tidak terjadi masalah multikolinearitas.

### 1.3.3. Uji Heteroskedasitas



**Gambar 2. Hasil Heteroskedasitas Residual**

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil uji heteroskedasitas tersebut terlihat bahwa penyebaran residual tidak teratur. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedasitas.

## 1.4. Hasil Uji Linearitas

### 1.4.1. Kualitas Kegunaan

**Tabel 11. Hasil Uji Linearitas Kualitas Kegunaan (X1) Terhadap Kepuasan Pengguna (Y)**

			<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Y* X1		(Combined)	358.912	15	23.927	7.117	0.000
	Between Groups	Linearity	335.236	1	335.236	99.712	0.000
		Deviation from Linearity	23.676	14	1.691	0.503	0.924
		Within Groups	231.982	69	3.362		
		Total	590.894	84			

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari *deviation from linearity* di atas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0.924 yang menandakan bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0.05. Maka artinya terdapat hubungan yang linear terhadap kualitas informasi (X1) dengan kepuasan pengguna (Y).



1.4.2. Kualitas Informasi

**Tabel 12. Hasil Uji Linearitas Kualitas Informasi (X2) Terhadap Kepuasan Pengguna (Y)**

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y* X2	(Combined)	378.137	16	23.634	7.554	0.000
	Between Groups	338.497	1	338.497	108.188	0.000
	Deviation from Linearity	39.639	15	2.643	0.845	0.626
	Within Groups	212.758	68	3.129		
Total		590.894	84			

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari *deviation from linearity* di atas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0.626 yang menandakan bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0.05. Maka artinya terdapat hubungan yang linear terhadap kualitas informasi (X2) dengan kepuasan pengguna (Y).

1.4.3. Kualitas Interaksi

**Tabel 13. Hasil Uji Linearitas Kualitas Interaksi (X3) Terhadap Kepuasan Pengguna (Y)**

		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Y* X3	(Combined)	349.009	14	24.929	7.554	0.000
	Between Groups	308.450	1	308.450	89.263	0.000
	Deviation from Linearity	40.559	13	3.120	0.903	0.554
	Within Groups	241.885	70	3.455		
Total		590.894	84			

Sumber: data yang diolah, 2021

Berdasarkan hasil dari *deviation from linearity* di atas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0.554 yang menandakan bahwa nilai signifikan lebih besar dari 0.05. Maka artinya terdapat hubungan yang linear terhadap kualitas interaksi (X3) dengan kepuasan pengguna (Y). Taraf signifikan yang digunakan untuk uji F yaitu 0.05 (5%) (Utami *et al.*, 2018).

**1.5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

1.5.1. Uji F

Uji F digunakan untuk menguji variabel independen (Y) secara bersama-sama terhadap variabel dependen (X). Taraf signifikansi yang digunakan untuk uji F yaitu 0,05 (5%).

**Tabel 14. Hasil Uji ANOVA**

ANOVA <sup>a</sup>						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	363.319	3	121.106	43.105	.000 <sup>b</sup>
	Residual	227.575	81	2.810		
	Total	590.894	84			

Sumber: data yang diolah, 2021

Hasil dari uji F menjelaskan bahwa nilai F hitung sebesar 43.105 dengan signifikansi 0,000. Jika nilai signifikansi < 0,05 atau F hitung > F tabel maka terdapat pengaruh variabel secara bersama-sama terhadap variabel Y dan jika nilai signifikansi > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara bersama-sama terhadap variabel Y.

$F_{tabel} = F(3; 85 - 3) = F(3; 82) = 2.72$

n : jumlah sampel

k : Jumlah variabel independen (X)

Nilai F tabel yang diperoleh dari perhitungan menggunakan rumus F tabel di atas yaitu 2.72 dengan melihat F tabel signifikansi 0,05. Berdasarkan tabel 3.14 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel X1, X2 dan X3 secara bersamaan berpengaruh terhadap variabel Y sebesar  $0.000 < 0.05$  dan nilai F hitung  $43.105 > F_{tabel} 2.72$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan terhadap variabel X1, X2 dan X3 dengan variabel Y (Bella Orlando, 2019).

### 1.5.2. Uji T

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen (X) secara parsial terhadap variabel dependen (Y). Taraf signifikansi yang ditentukan yaitu menggunakan nilai 0,05.

**Tabel 15. Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.532	1.358		1.128	0.262
X1	0.168	0.094	0.290	1.785	0.078
X2	0.202	0.098	0.329	2.050	0.044
X3	0.123	0.082	0.204	1.501	0.137

Sumber: data yang diolah, 2021

Rumus T tabel =  $T(a/2; n - k - 1)$

a = tingkat kepercayaan (0.05 atau 5%)

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen

$T_{tabel} = T(0.05/2; 85 - 3 - 1) = T(0.025; 81) = 1.990$

Berdasarkan rumus jika nilai signifikan  $< 0.05$  atau r hitung  $> t$  tabel maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y, sedangkan jika nilai signifikan  $> 0.05$  atau r hitung  $< t$  tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil uji di atas maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Kualitas Kegunaan (X1), diketahui T hitung dari kualitas kegunaan adalah 1.785 dengan nilai T tabel sebesar 1.990. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan kualitas kegunaan (X1)  $0.078 > 0.05$  atau T hitung  $1.785 < 1.990$ , jadi H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y.
- Kualitas Informasi (X2), diketahui T hitung dari kualitas informasi adalah 2.050 dengan nilai T tabel 1.990. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan kualitas informasi (X2)  $0.044 < 0.05$  atau T hitung  $> 1.990$ , jadi H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y.
- Kualitas Interaksi (X3), diketahui T hitung dari kualitas interaksi 1.501 dengan nilai T tabel 1.990. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan kualitas interaksi (X3)  $0.137 > 0.05$  atau T hitung  $1.501 < 1.990$ , jadi H3 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y.

## 2. Pembahasan

Berdasarkan analisis uji validitas secara keseluruhan dari kualitas kegunaan (x1), kualitas informasi (x2), kualitas interaksi (x3), dan kepuasan pengguna (Y) menunjukkan bahwa hasil nilai korelasi tiap variabel independen maupun dependen di atas nilai r tabel (0,213) yang berarti item yang ada di setiap variabel tersebut valid (Fauziah & Wulandari, 2018).

Berdasarkan uji reliabilitas dengan menggunakan metode Cronbach's Alpha dengan batasan yang umumnya digunakan yaitu 0.6. Hasil yang diperoleh dari setiap variabel yaitu kualitas kegunaan (X1) sebesar 0.906, kualitas informasi (X2) sebesar 0.924, kualitas interaksi (X3)



sebesar 0.930 dan kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.911. Tiap variabel X dan Y menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0.6 yang berarti indikator untuk variabel X dan Y adalah reliabel (Sianturi *et al.*, 2021).

Berdasarkan uji normalitas membuktikan bahwa data variabel yang diuji berdistribusi normal karena tingkat signifikannya  $0.107 > 0.05$  yang dapat dilihat pada tabel 9 dapat diartikan bahwa distribusi data adalah normal, karena data akan dikatakan normal jika nilai tingkat signifikan  $> 0.05$  begitupun sebaliknya.

Pada uji multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai Tolerance dan VIF pada model regresi pada masing-masing variabel yaitu kualitas kegunaan (X1) sebesar 0.181, kualitas informasi (X2) sebesar 0.185, kualitas interaksi (X3) sebesar 0.257 dan untuk nilai VIF masing-masing variabel yaitu kualitas kegunaan (X1) sebesar 5.536, kualitas informasi (X2) sebesar 5.417, kualitas interaksi (X3) sebesar 3.898. Jika nilai Tolerance  $> 0.10$  dan nilai VIF  $< 10.00$  maka tidak terjadi multikolinearitas begitu pun sebaliknya (Caroko *et al.*, 2015). Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

Pada uji heteroskedastisitas yang dilakukan dengan menggunakan aplikasi SPSS menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas atau persamaan regresi dapat dilihat pada gambar 2, dikarenakan penyebaran residual tersebar secara tidak teratur (Putra, n.d.).

Berdasarkan uji linearitas yang dilakukan pada masing-masing variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), yang apabila nilai signifikan dari nilai deviation from linearity  $< 0.05$  maka dikatakan variabel X memiliki hubungan yang linear terhadap Y. Pada kualitas kegunaan (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y) diperoleh nilai sebesar 0.924, kualitas informasi (X2) terhadap kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.626 dan kualitas interaksi

Berdasarkan analisis regresi linear berganda dilakukan dua pengujian yaitu uji F dan uji T. Pada uji F taraf signifikan yang digunakan adalah 0.05 (5%) dan F tabel senilai 2.72, Hasil yang diperoleh dari pengujian uji F ini adalah nilai signifikan sebesar  $0.000 < 0.05$  atau F hitung  $43.105 > F$  tabel 2.72 dapat diartikan bahwa variabel independen (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Pada uji T taraf signifikan yang digunakan yaitu sebesar 0.05 dengan nilai T tabel sebesar 1.990, hasil yang diperoleh:

- a. Kualitas kegunaan (X1), diketahui T hitung dari kualitas kegunaan adalah 1.785 dengan nilai T tabel sebesar 1.990. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan kualitas kegunaan (X1)  $0.078 > 0.05$  atau T hitung  $1.785 < 1.990$ , jadi H1 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel X1 terhadap variabel Y.
- b. Kualitas informasi (X2), diketahui T hitung dari kualitas informasi adalah 2.050 dengan nilai T tabel 1.990. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan kualitas informasi (X2)  $0.044 < 0.05$  atau T hitung  $> 1.990$ , jadi H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel X2 terhadap variabel Y.
- c. Kualitas interaksi (X3), diketahui T hitung dari kualitas interaksi 1.501 dengan nilai T tabel 1.990. Dapat diketahui bahwa nilai signifikan kualitas interaksi (X3)  $0.137 > 0.05$  atau T hitung  $1.501 < 1.990$ , jadi H3 ditolak yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel X3 terhadap variabel Y.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian kualitas *website* Traveloka terhadap kepuasan pengguna pada komunitas Traveloka di Telegram, diperoleh hasil yang pertama kualitas kegunaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna terhadap *website* traveloka. Yang kedua, kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, artinya setiap peningkatan kualitas informasi akan meningkatkan kepuasan pengguna. Yang ketiga, kualitas interaksi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

---

**DAFTAR PUSTAKA**

- BELLA ORLANDO, W. (2019). *PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. UNIAIR INDOTAMA CARGO*. Universitas Buddhi Dharma.
- Caroko, B., Susilo, H., & Zahroh, Z. A. (2015). Pengaruh pengetahuan perpajakan, kualitas pelayanan pajak dan sanksi pajak terhadap motivasi wajib pajak orang pribadi dalam membayar pajak. *Jurnal Mahasiswa Perpajakan*, 4(1).
- Diansyah, R., Arribe, E., & Zhakiyah, A. M. (2021). ANALISIS PENGARUH CUSTOMER SATISFACTION TERHADAP E-SERVICE QUALITY BERDASARKAN E-CUSTOMER LOYALTY PADA WEBSITE TOKOPEDIA. *Journal of Software Engineering and Information Systems (SEIS)*, 1(1), 68–79.
- Fauziah, D. N., & Wulandari, D. A. N. (2018). Pengukuran kualitas layanan bukalapak. com terhadap kepuasan konsumen dengan metode webqual 4.0. *JITK (Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer)*, 3(2), 173–180.
- Firdaus, M. R., Purnia, D. S., Handayani, K., & Julianto, M. F. (2020). ANALISIS PENGUKURAN KUALITAS WEBSITE CAKRAWALAMEDIA. CO. ID DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0. *JTIK (Jurnal Teknik Informatika Kaputama)*, 4(1), 41–47.
- Muhsin, A., & Zuliestiana, D. A. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Website (Webqual) 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna Bukalapak Di Kota Bandung. *EProceedings of Management*, 4(3).
- Mustopa, A., Agustiani, S., Wildah, S. K., & Maysaroh, M. (2020). Analisa Kepuasan Pengguna Website Layanan Akademik Kemahasiswaan (LYKAN) UBSI Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Perspektif*, 18(1), 75–81. <https://doi.org/10.31294/jp.v18i1.7413>
- Nindy, R. A. (2018). *Pengaruh Kemudahan Akses dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Online Tiket. com (Studi Kasus pada Mahasiswa Aktif S1 Universitas Diponegoro)*. Faculty of Social and Political Sciences.
- Prattisya, N. E., & Sharif, O. O. (2014). Analisis Kepuasan Pengunjung Zalora Memakai Dimensi Kualitas Website (Studi kasus pada mahasiswa Telkom University). *EProceedings of Management*, 1(3).
- Putra, A. P. (n.d.). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Disiplin Kerja Dan Pelatihan Terhadap Kinerja Karyawan*. Jakarta: Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah.
- Sastika, W. (2016). Analisis pengaruh kualitas website (WEBQUAL 4.0) terhadap keputusan pembelian pada website e-commerce traveloka. *Seminar Nasional Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 2016*, 649–657.
- Sianturi, E. I. P., Halin, H., & Handayani, S. (2021). Pengaruh Penerapan Budaya Kerja (Corporate Culture) terhadap Kinerja Pegawai pada PT Bank Perkreditan Rakyat Puskopat Palembang. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(1), 43–59.
- Syaifulloh, S., & Soemantri, D. O. (2016). Pengukuran kualitas website menggunakan metode webqual 4.0 (studi kasus: Cv. zamrud multimedia network). *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 2(1), 19–25.
- Utami, L. A., Ishaq, A., & Maulidiyah, N. (2018). Analisa Pengaruh Kualitas Website PPDB Terhadap Kepuasan Pengguna. *Sinkron: Jurnal Dan Penelitian Teknik Informatika*, 3(1), 31–37.
- Widowati, A. Y., & Budihartanti, C. (2019). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi Traveloka Dengan Menerapkan Metode TAM (Technology Acceptance Model). *Jurnal Prosisko*, 6(2), 109–116.
- Wiyono, H. A. (2016). ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN DENGAN PENDEKATAN METODE SERVQUAL DAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS (IPA) DI HONDA TUGU. Universitas Islam Indonesia.



**This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License**