



RINGKASAN

ARMIASTHO ADI SAPUTRO. Analisis Kualitas *Website* Iklan Jual Beli *Online* www.berniaga.com. Dibimbing oleh SRI HARTOYO dan DUDI S. HENDRAWAN.

Jumlah pengguna internet Indonesia yang relatif besar yaitu sekitar 55 juta (www.internetworldstats.com 2012) dan tren pertumbuhan jumlah pengguna internet Indonesia yang positif merupakan daya tarik bisnis yang menarik bagi investor. Salah satu jenis bisnis internet dan yang ada di Indonesia adalah *website* yang menawarkan jasa *market makers* atau jual beli barang dan jasa. Melalui *website*, perusahaan tidak berfokus pada menjual produk atau jasa kepada konsumen, namun menjadi *market makers*, perantara yang netral bagi penjual dan pembeli dengan cara memfasilitasi para penjual dalam mengiklankan produk/jasa yang dijualnya melalui *website*. Bergiaga.com merupakan salah satu dari *website* yang dimaksud.

Pada bulan Februari 2013 iklan aktif di berniaga.com berjumlah di atas tujuh ratus ribu iklan (www.berniaga.com, 2013), sedangkan kompetitor berniaga.com yaitu tokobagus.com memiliki jumlah iklan aktif di atas satu juta empat ratus ribu iklan (www.tokobagus.com, 2013). Berdasarkan data *website traffic* dari Alexa.com rata-rata jumlah pengunjung harian berniaga.com sebesar 0,0586% dari total pengguna internet dunia, sedangkan untuk tokobagus.com sebesar 0,1361% atau lebih dari dua kali lipat jumlah pengunjung berniaga.com. Perbedaan tersebut cukup signifikan, sehingga manajemen berniaga.com menganggap perlu dilakukan upaya untuk menganalisis kualitas layanan *website* berniaga.com.

Penelitian ini bertujuan:(1) Menganalisis karakteristik demografi dan perilaku pengguna *website* jual beli *online* www.berniaga.com, (2) Menganalisis kualitas *website* jual beli *online* www.berniaga.com dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, (3) Memberikan rekomendasi dalam upaya meningkatkan kualitas *website* jual beli *online* www.berniaga.com.

Sejumlah 275 responden dipilih dengan metode *nonprobability sampling*. Populasi yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah *member website* berniaga.com yaitu pengguna yang pernah menampilkan iklan jual beli dan melakukan pencarian iklan di berniaga.com. Alat analisis dalam penelitian ini adalah *Structural Equation Modeling* (SEM), digunakan untuk mengetahui pengaruh dari lima dimensi kualitas WebQual (*usability, design, information, trust, empathy*) yang terukur melalui variabel-variabel indikatornya, terhadap kualitas *website* berniaga.com. Digunakan juga analisis deskriptif tabulasi silang untuk mengetahui hubungan antara variabel kategori penilaian kualitas keseluruhan (*overall quality*) dengan karakteristik konsumen. Analisis *Customer Satisfaction Index* (CSI) dilakukan untuk mengetahui nilai kepuasan responden terhadap kualitas *website*. *Importance Performance Analysis* (IPA) dilakukan untuk menentukan faktor-faktor yang perlu diperbaiki terkait dengan kualitas *website* berniaga.com.

Berdasarkan data responden yang ada maka didapatkan informasi bahwa profil demografi responden pada penelitian ini adalah mayoritas usia 17-30 tahun, jenis kelamin laki-laki, belum menikah, dengan jumlah pengeluaran di bawah Rp.

Hak cipta dilindungi Undang-Undang



Program Pascasarjana Manajemen dan Bisnis
Institut Pertanian Bogor

MB-IPB

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



1.500.000, dan tidak memiliki tanggungan. Sedangkan karakteristik perilaku konsumen pada penelitian ini adalah mayoritas memiliki lokasi akses internet di rumah, dengan frekuensi akses internet dua kali atau lebih dalam sehari, latar belakang utama penggunaan internet untuk mencari informasi, dengan fasilitas internet yang paling sering digunakan adalah media sosial, dan mendapatkan sumber informasi mengenai *berniaga.com* dari iklan tentang *berniaga.com* di *website* lain.

Hasil pengujian dengan SEM adalah lima dimensi WebQual yang terdiri dari 26 variabel indikator memberikan pengaruh yang positif dalam membentuk kualitas *website* *berniaga.com*. Dengan demikian kelima dimensi WebQual tersebut penting dalam membentuk kualitas. Nilai pengaruh dari masing-masing dimensi dinyatakan dengan nilai *loading factor* atau faktor muatan. Dimensi *design* memiliki nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 0.21, artinya dimensi *design* memberikan kontribusi terbesar terhadap *quality* atau kualitas *website* *berniaga.com*. Dimensi *usability* dan *information* memiliki besar kontribusi terhadap *quality* dengan nilai bobot sebesar 0.19, diikuti berturut-turut oleh dimensi *empathy* dan *trust* dengan nilai bobot masing-masing sebesar 0.18, dan 0.16.

Berdasarkan analisis IPA diketahui beberapa atribut dari dimensi WebQual yang kinerjanya dinilai kurang dan perlu diperbaiki. Atribut-atribut tersebut adalah atribut X_{13} (informasi yang diberikan *website* dapat dipercaya), X_{20} (*website* memiliki reputasi yang baik), X_{21} (rasa aman dalam bertransaksi), X_{22} (rasa aman dalam memberikan informasi pribadi), X_{23} (rasa yakin bahwa layanan akan disampaikan/dilakukan oleh *berniaga.com*), dan X_{26} (kemudahan dalam berkomunikasi dengan pihak *berniaga.com*).

Saran yang dapat diberikan dari hasil analisis dan juga kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Setelah melakukan perbaikan pada atribut-atribut layanan *website*, pihak manajemen *berniaga.com* sebaiknya melakukan kembali evaluasi untuk mengetahui tingkat keberhasilan upaya perbaikan kualitas *website*, (2) Pada penelitian selanjutnya dapat juga dilakukan pada topik preferensi konsumen agar dapat memberikan gambaran tentang apa yang tengah diinginkan oleh pelanggan, selain itu juga dapat ditambahkan komponen loyalitas konsumen.

Kata kunci: CSI, IPA, kualitas *website*, WebQual, SEM

