

# MODEL PENGUKURAN KUALITAS SITUS WEB PEMESANAN PIZZA ONLINE DI INDONESIA DENGAN METODE WEBQUAL DAN STRUCTURAL EQUATION MODEL (SEM)

Yulisa Gardenia  
yulisagardenia@gmail.com

## ABSTRAK

*Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas situs web terhadap loyalitas dan menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas. Objek penelitian yang dipilih adalah pengguna website Pizza Hut Delivery dan Dominos Pizza. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel kualitas situs (webqual), kepuasan pelanggan (customer satisfaction) dan loyalitas pengguna (customer loyalty). Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan 250 responden. Analisis kualitas situs web pemesanan pizza online pada penelitian ini menggunakan Structural Equation Model dengan pengukuran menggunakan metode webqual. Hasil analisis pada pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa website quality terbukti berpengaruh signifikan terhadap customer loyalty dan customer satisfaction terbukti berpengaruh terhadap customer loyalty.*

**Kata Kunci :** *Delivery Order, Website Quality (Webqual), Customer Satisfaction, Loyalty, SEM (Structural Equation Model)*

## PENDAHULUAN

Sejak restoran cepat saji mulai marak di Indonesia pada tahun 1990-an hingga saat ini, perusahaan makanan cepat saji di Indonesia selalu melakukan perubahan-perubahan untuk menyesuaikan perkembangan jaman. Mulai dari perubahan menu, pengemasan, hingga pelayanan yang diberikan oleh beberapa restoran cepat saji untuk bersaing di perekonomian yang global ini.

Saat ini, beberapa restoran cepat saji di Indonesia telah menunjukkan perubahan seiring dengan perubahan jaman dengan menyediakan layanan pemesanan secara *online* melalui situs *web* restoran tersebut, seperti contohnya Pizza Hut *Delivery* dan Dominos Pizza. Dengan hanya melakukan sekali registrasi di website restoran tersebut, data pribadi

pelanggan akan tersimpan termasuk alamat pengiriman didalamnya sehingga ketika pelanggan ingin melakukan pemesanan berikutnya, pelanggan hanya perlu log in menggunakan akun mereka masing - masing. Seperti, [www.phd.co.id](http://www.phd.co.id) untuk restoran Pizza Hut dan [www.dominos.co.id](http://www.dominos.co.id) untuk restoran Dominos Pizza. Pemesanan secara *online* dapat dilakukan melalui telepon seluler, komputer atau laptop konsumen.

Penerapan teknologi informasi terutama teknologi *web* sebagai media untuk mempromosikan produk-produk secara *online* serta dapat memudahkan pelanggan dalam memilih produk yang diinginkan oleh pelanggan merupakan pilihan yang tepat untuk menghadapi persaingan tersebut.

Kualitas *website* akan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan penggunaannya itu sendiri. Semakin tinggi kualitas suatu *web*, maka akan semakin banyak pengguna yang mengakses *web* tersebut (Risyad, 2011). Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas situs terhadap loyalitas dan pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas.

## TINJAUAN PUSTAKA

*Webqual* merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna akhir. Metode ini merupakan pengembangan dari *Servqual* yang banyak digunakan sebelumnya pada pengukuran kualitas jasa (Zeithaml, Parasuraman, dan Malhotra, *Webqual* sudah mulai dikembangkan sejak tahun 1998 dan telah mengalami beberapa interaksi dalam penyusunan dimensi dan butir pertanyaannya. *Webqual* disusun berdasarkan penelitian pada tiga area (dimensi) kualitas yaitu sebagai berikut

### 1. Dimensi Kemudahan Penggunaan (*usability*)

Usability adalah atribut kualitas yang menjelaskan atau mengukur seberapa mudah penggunaan suatu antar

muka (*interface*). Kata “*Usability*” juga merujuk pada suatu metode untuk meningkatkan kemudahan pemakaian selama proses desain.

### 2. Dimensi Kualitas Informasi (*information quality*)

Kualitas Informasi tergantung dari tiga hal yaitu: informasi harus akurat, tepat waktu, dan relevan.

### 3. Dimensi Kualitas Interaksi (*interaction quality*)

Kualitas interaksi adalah sejauh mana system dapat berinteraksi kepada pengguna, baik organisasi atau pengguna lainnya, agar hubungan terhadap system dapat berjalan dengan terus menerus.

*Structural Equation Model* (SEM) merupakan teknik analisis yang memungkinkan pengujian sebuah rangkaian hubungan secara simultan. Hubungan ini dibangun antara satu atau beberapa variabel independen dengan satu atau beberapa variabel dependen. Masing-masing variabel dapat berbentuk faktor atau konstruk yang dibangun dari beberapa indikator. SEM merupakan pendekatan terintegrasi antara dua analisis yaitu analisis faktor dan jalur (*path analysis*). Lee (2007), mengemukakan *structural equation models are well recognized as the most important statistical method to serve the above purpose and can be applied to many fields*. SEM menggunakan metode statistik untuk menyajikan data dalam pencapaian tujuan penelitian dan dapat menerapkan banyak model dalam pencapaian tujuan penelitian dan dapat menerapkan banyak model dalam menjawab rumusan masalah penelitian.

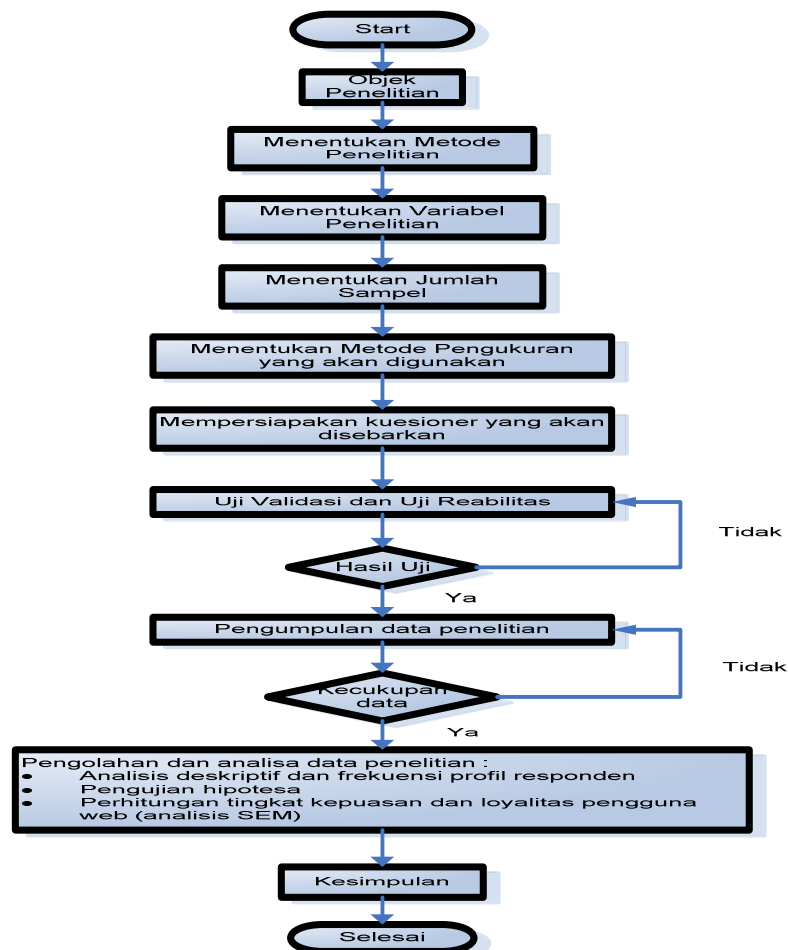
## METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini objek penelitian yang dipilih adalah pengguna

website Pizza Hut *Delivery* dan Dominos Pizza di wilayah Jabodetabek. Metode penelitian yang digunakan adalah *explonatory study* yakni kaus kausalitas menjelaskan suatu hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Ghozali, 2004).

Ada tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas situs (*Webqual*), kepuasan pengguna dan loyalitas pengguna. Selanjutnya untuk menentukan instrumen berdasarkan variabel penelitian dan kemudian

menentukan sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara dan kuisioner. Data yang terkumpul diolah dengan menggunakan alat analisis deskriptif dan kuantitatif. Teknik analisa yang dipergunakan untuk menganalisis data adalah analisis SEM (*Structural Equation Model*). Hasil analisa kemudian diinterpretasikan dan langkah terakhir disimpulkan serta diberikan saran. Untuk lebih jelasnya rancangan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1.



**Gambar 1 Rancangan Penelitian**

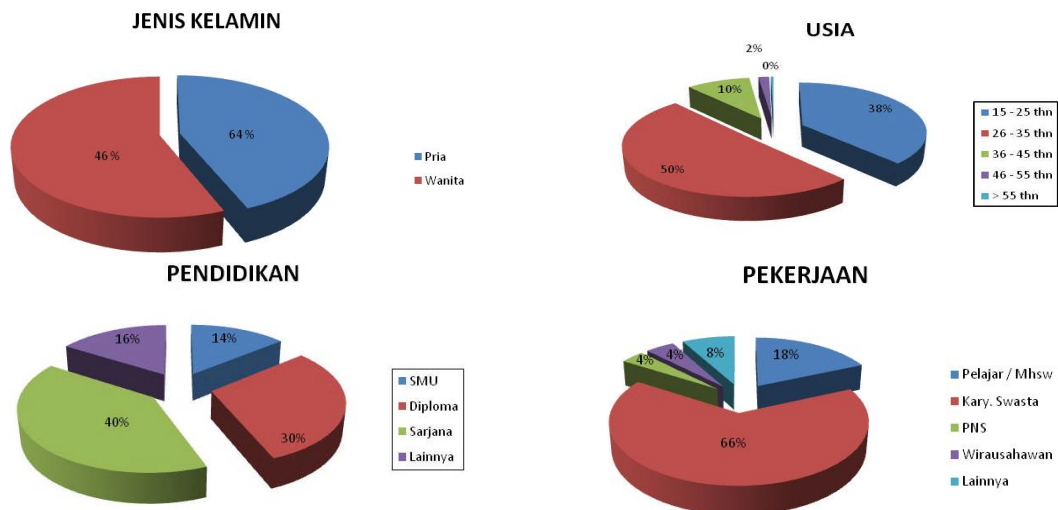
Model SEM pada sampel penelitian ini dengan jumlah variabel laten (konstruk) sampai dengan lima buah, dan setiap konstruk di jelaskan oleh tiga atau lebih indikator, jumlah sampel 100-150 data sudah dianggap memadai (Santoso, 2014). Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini menggunakan skala likert 5. Skala likert untuk penelitian ini memungkinkan untuk pengurutan data dari tingkat paling rendah ke tingkat paling tinggi. Penelitian ini, penulis menggunakan 5 kategori skala Likert yaitu Sangat Setuju (SS) dengan bobot penilaian 5, Setuju (S) dengan bobot

penilaian 4, Netral (N) dengan bobot penilaian 3, Tidak Setuju (TS) dengan bobot penilaian 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan bobot penilaian 1

Setelah itu dilakukan uji instrument untuk melihat validitas dan reabilitas kuesioner.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden bagian Identitas diri, membahas tentang identitas pelanggan berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan dan pekerjaan.



**Gambar 2 Karakteristik responden berdasarkan identitas diri**

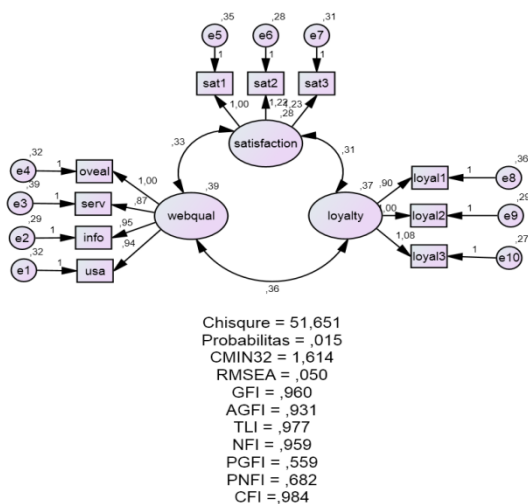
Responden berjenis kelamin pria berjumlah 110 orang, sedangkan responden berjenis kelamin wanita berjumlah 140 orang. Dalam hal ini responden berjenis kelamin wanita lebih mendominasi dengan presentase sebesar 56% dibandingkan dengan responden berjenis kelamin pria yang hanya sebesar 44%. Untuk usia diketahui bahwa sebanyak 95 orang dengan persentase 38% dari total 250 orang responden berusia 15-25 tahun, 126 orang responden dengan persentase

50% berusia 26-35 tahun, 24 orang responden dengan persentase 10% berusia 36-45 tahun, 4 orang responden dengan persentase 2%, dan sisanya 1 orang dengan persentase 0% berusia diatas 55 tahun. Sedangkan pendidikan dapat diketahui bahwa sebanyak 100 orang dengan persentase 40% dari total 250 orang responden berlatar belakang pendidikan Sarjana, 75 orang responden dengan persentase 30% berlatar belakang pendidikan terakhir Diploma, 40 orang

responden dengan persentase 16% berlatar belakang pendidikan lainnya dan sisanya sebanyak 35 orang dengan persentase 14% memilih menjawab pendidikan lainnya. Dan berdasarkan pekerjaan dapat diketahui bahwa 164 orang dengan persentase 66% dari total 250 orang responden adalah karyawan swasta, 46 orang dengan persentase 18% berprofesi sebagai pelajar dan mahasiswa, 20 orang dengan persentase 8% dibidang lainnya, sementara sisanya

sebanyak 11 orang dan 9 orang dengan persentase 4% adalah Wirausahawan dan PNS.

Model yang baik sangat dipengaruhi oleh validitas indikator dan reabilitas konstruk. Oleh karena itu, perlu dilakukan pengujian terhadap validitas dan reabilitas (Nawang Sari, Sugiarto, Natalisa, Amalia dan Prasetyo, 2013). Model analisis *measurement* dapat dilihat pada Gambar 3.



Kriteria	Nilai Kritis	Hasil Model	Evaluasi Model
<b>1. Absolute Fit Indices</b>			
<i>Chi-Square</i> (CMN)	Diharapkan kecil $< \chi^2_{\alpha, df}$	51,651	Fit
DF		32	Fit
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,15	Tidak Fit
<i>Chi-Square Relative</i> (CMNDF)	$\leq 2,00$	1,614	Fit
CFI	$\geq 0,90$	0,960	Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,050	Fit
<b>2 Incremental Fit Indices</b>			
AGFI	$\geq 0,90$	0,931	Fit
TLI	$\geq 0,95$	0,977	Fit
NFI	$\geq 0,90$	0,959	Fit
CFI	$\geq 0,95$	0,960	Fit
<b>3 Parsimonious Fit Indices</b>			
PNFI	$\geq 0,60$	0,682	Fit
PGFI	$\geq 0,60$	0,559	Moderat

**Gambar 3 Measurement Model**

Hasil perhitungan model SEM. Kriteria merupakan item, nilai kritis adalah hasil yang harus didapatkan dari setiap kriteria, hasil model merupakan hasil yang didapatkan dari gambar berdasarkan pengujian yang digunakan dan evaluasi model merupakan pernyataan yang dibuat sesuai hasil model. Berdasarkan gambar 3, dapat dilihat bahwa hasil telah memenuhi kriteria *goodness of fit* dimana chi square menghasilkan hasil model yang sesuai dengan nilai kritis yang diharapkan maka evaluasi modelnya dinyatakan fit, sedangkan probability evaluasi modelnya dinyatakan tidak fit dikarenakan hasil model yang didapatkan

dibawah dari nilai kritis yang diharapkan dan untuk kriteria PGFI hasil model hampir mendekati nilai kritis yang diharapkan maka dapat dikatakan evaluasi modelnya moderat. Menurut Solimun (2005) menyatakan jika ada satu atau lebih parameter yang telah fit maka model dinyatakan fit.

### Pengujian Validitas dan Reabilitas

Setelah model dinyatakan fit, proses selanjutnya adalah melihat indikator yang ada pada sebuah konstruk. Proses ini dinamakan uji validitas konstruk (variabel laten) yang dilakukan lewat uji *convergent validity* yakni indi-

kator yang menyusun sebuah konstruk mempunyai *loading factor* yang tinggi dengan konstruk tersebut dan total indikator akan mempunyai nilai *variance extraced* yang cukup tinggi dan Reliabilitas adalah ukuran *internal*

*consistency* indikator dari suatu konstruk. Hasil reliabilitas yang tinggi memberikan keyakinan bahwa indikator individu semua konsisten dengan pengukurannya.

**Tabel 1 Pengujian Validitas**

Konstruk	Indikator	Loading Factor	Variance Extracted
Webqual	Usability	0,721	0,513
	Information	0,741	
	Service	0,657	
	Overall	0,742	
Satisfaction	Satisfaction1	0,668	0,542
	Satisfaction2	0,774	
	Satisfaction3	0,762	
Loyalty	Loyalty1	0,673	0,541
	Loyalty2	0,748	
	Loyalty3	0,781	

Berdasarkan tabel 1 semua nilai loading factor indikator >0,50. Sehingga indikator-indikator yang dipakai dalam penelitian ini telah memenuhi syarat untuk menjadi indikator konstruk kualitas, kepuasan pelanggan dan loyalitas. Sedangkan, hasil *variance extracted*, menunjukkan angka minimal 0,5 yang menunjukkan adanya *convergent validity* yang baik. Nilai *variance extracted* yang tinggi menunjukkan bahwa indikator-indikator itu telah mewakili baik secara variabel bentukan yang dikembangkan.

*Construct reliability* di pada tabel 2 Pengujian Reabilitas diatas 0,70 menunjukkan reliabilitas yang baik. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, ka-

**Tabel 2 Pengujian Reabilitas**

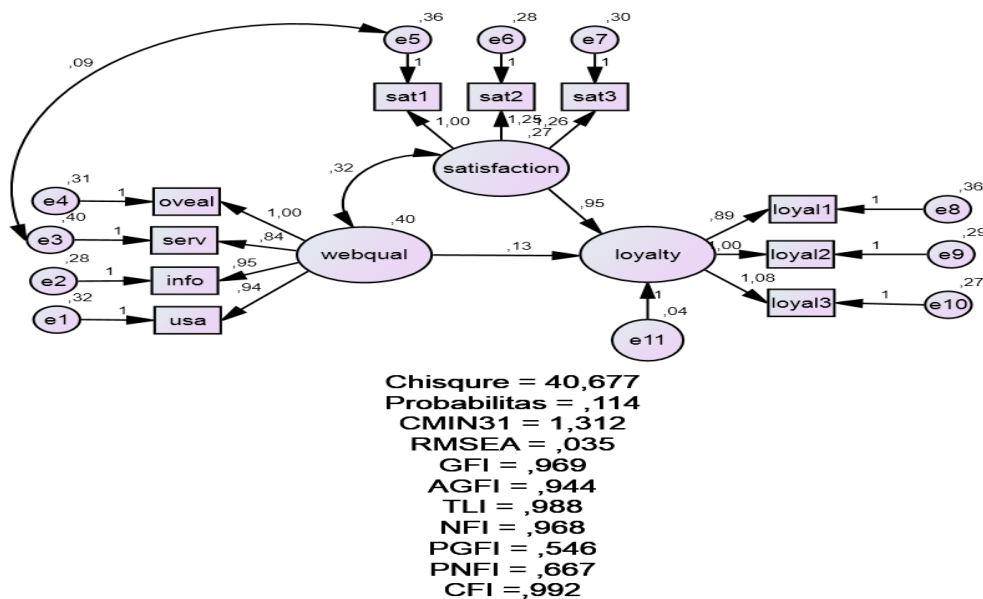
	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
webqual <-> satisfaction	,330	,044	7,564	***	
loyalty <-> satisfaction	,308	,041	7,441	***	
webqual <-> loyalty	,355	,045	7,823	***	

rena tidak ada nilai construct reliability yang nilainya di bawah 0,70 maka semua konstruk dalam penelitian ini layak digunakan dalam model.

Hasil dari pengujian pemodelan menunjukkan, model yang dibuat dapat disimpulkan telah teridentifikasi, dan hampir semua kriteria pemodelan telah terpenuhi. Model modifikasi tersebut dapat dilihat hampir keseluruhan data dengan indikator variabel baik variabel laten maupun varibel menifes dapat dikatakan sesuai. Tabel 3 Pengukuran Tingkat Kesesuaian (*goodness-of-fit-model*) yang telah dilakukan Modifikasi SEM.

**Tabel 3 Pengukuran Tingkat Kesesuaian (goodness of fit model)**

Kriteria	Nilai Kritis	Hasil Model	Evaluasi Model
<b>1. Absolute Fit Indices</b>			
<i>Chi-Square</i> (CMIN)	Diharapkan kecil $\leq x^2_{\alpha;df}$	40,677	Fit
DF		31	Fit
<i>Probability</i>	$\geq 0,05$	0,114	Fit
<i>Chi-Square Relative</i> (CMIN/DF)	$\leq 2,00$	1,312	Fit
GFI	$\geq 0,90$	0,969	Fit
RMSEA	$\leq 0,08$	0,035	Fit
<b>2. Incremental Fit Indices</b>			
AGFI	$\geq 0,90$	0,944	Fit
TLI	$\geq 0,95$	0,988	Fit
NFI	$\geq 0,90$	0,968	Fit
CFI	$\geq 0,95$	0,992	Fit
<b>3. Parsimonious Fit Indices</b>			
PNFI	$\geq 0,60$	0,667	Fit
PGFI	$\geq 0,60$	0,546	Moderet



Model telah dilakukan pengujian, maka dapat dilakukan pengujian terhadap hipotesa. Dasar dalam pengambilan keputusan uji hipotesis dilakukan dengan membandingkan besarnya  $p$  dengan *level of significant* sebesar 5 % ( $\alpha = 0.05$ ), jika  $p$  kurang dari  $\alpha$  tersebut maka

hipotesis null ( $H_0$ ) ditolak, serta jika  $p$  besar dari  $\alpha$  tersebut maka hipotesis null ( $H_0$ ) diterima. Hasil dari Hipotesa dapat dilihat pada Tabel 4 Rangkuman Hasil Analisa Hipotesa dengan Metode SEM.

**Tabel 4 Rangkuman Hasil Analisa Hipotesa dengan Metode SEM**

Path Analysis	Estimate	S.E.	C.R.	P	Keputusan
H1 <i>Loyalty</i> $\leftarrow$ <i>Webqual</i>	0,130	0,840	0,155	0,877	H1 Diterima
H2 <i>Loyalty</i> $\leftarrow$ <i>Satisfaction</i>	0,949	1,019	0,931	0,352	H2 Diterima

Data yang didapatkan pada tabel 4, yaitu nilai  $p$  untuk hipotesis 1 (H1) sebesar 0,877 yang berarti signifikan, dengan demikian hipotesis 1 (H1) menyatakan bahwa situs kualitas situs terbukti berpengaruh terhadap *customer loyalty*.

Nilai  $p$  untuk hipotesis 2 (H2) sebesar 0,352 yang berarti signifikan, dengan demikian hipotesis 2 (H2) menyatakan bahwa *customer satisfaction* terbukti berpengaruh terhadap *customer loyalty*.

#### KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian dapat dibuktikan dari sebanyak 250 responden dengan jumlah 29 pertanyaan masing-masing hipotesa saling signifikan satu dengan lainnya.

*Website quality* terbukti berpengaruh signifikan terhadap *customer loyalty*. Hal ini dapat disimpulkan *website* pemesanan pizza *online* mampu membuat pelanggan yakin akan kualitas pemesanan pizza *online*, baik dalam segi keamanan, memberikan informasi dengan aman dsb, dikarenakan layanan yang diberikan restoran pizza menyediakan layanan yang berkualitas.

*Customer satisfaction* terbukti berpengaruh terhadap *customer loyalty*. Hal ini dapat disimpulkan layanan situs

pemesanan pizza *online* mampu membuat pelanggan merasa puas secara keseluruhan terhadap layanan pemesanan pizza *online* sehingga pelanggan mempunyai pengaruh positif pada layanan, dan dapat mempertimbangkan jasa layanan restoran pizza merupakan pilihan pertama di bandingkan dengan layanan restoran lain yang memiliki situs pemesanan *online*.

Terlepas dari kontribusi yang diberikan penelitian ini, dalam rangka penyempurnaan lebih lanjut, khususnya terkait dengan metodologi penelitian. Saran yang diberikan oleh peneliti adalah penelitian ini menggunakan pemodelan *Confirmatory Modelling Strategy* yang digunakan pada *measurement model* dan *structural model*. Modifikasi model SEM dapat dilakukan pada model SEM di karenakan sebuah model yang 'lolos' uji tidak berarti bahwa model tersebut adalah model yang terbaik dari model-model alternatif lainnya. Penelitian akan lebih bagus jika dilakukan dua bentuk pemodelan lainnya yaitu pemodelan *Competing Modelling Strategy* dan pemodelan *Model Development Strategy* (Hair et al.(2006) dalam 'konsep dasar dan aplikasi SEM dengan AMOS 22' (Santoso, 2014). Sehingga nilai dari hasil uji menjadi lebih bagus seperti penurunan pada angka *Chi Square*, peningkatan angka GFI, dan sebagainya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Fornell, C. A *National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. Journal of Marketing*. 1992.
- Ghozali, Imam. *Model Persamaan Struktur: Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver.5.0*, Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, Semarang. 2004
- Hair, J., Black, B., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. *Multivariate data analysis*. (6th ed). New Jersey: Prentice Hall. 2006
- Nawangsari, Sri, Sugiarto, Toto, Natalisa, Diah, Amalia, Dina, dan Prasetyo, Eri. (2013). *Analisis Korelasi Kualitas Web Terhadap Kepuasan Mahasiswa pada Salah Satu Perguruan Tinggi Swasta di Kopertis Wilayah Tiga*. Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI) Yogyakarta. 2013.
- Santoso, S. *Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 22*, Elex Media Komputindo, Jakarta. 2014.
- Wicaksono, Budi Luhur dan Susanto, Adhi. Evaluasi Kualitas Layanan Website Pusdiklat BPK RI Menggunakan Metode *Webqual Modifikasian dan Importance Performance Analysis*. JNTETI, Vol.2, No. 2. 2013.
- Zeithaml, V.A., Berry, L.L., & Parasuraman, A. *The Behavioral Consequences of Service Quality. Journal of Marketing*. 1996.