

## ANALISIS KUALITAS WEBSITE MIND AND SOUL MENGUNAKAN METODE WEBQUAL 4.0

Farel Chrisber Kawilarang<sup>1</sup>, Mohammad Fajar<sup>2\*</sup>, Syamsul Bahri<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup>Teknik Informatika, STMIK KHARISMA Makassar

e-mail: <sup>1</sup>farelchrisber\_19@kharisma.ac.id, <sup>2</sup>fajar@kharisma.ac.id,

<sup>3</sup>syamsulbahri@kharisma.ac.id

### Abstrak

*Mind and Soul merupakan platform digital berbasis website yang menyediakan layanan kepada masyarakat untuk menyelesaikan masalah gangguan mental seperti depresi, kecemasan, kecanduan, dan stress. Agar senantiasa sesuai dengan kebutuhan penggunaannya maka diperlukan analisis dan pengembangan secara terus menerus. Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan pelanggan website mind and soul. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan total responden 43 orang dan diuji secara statistik menggunakan SPSS 26. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini berbasis pada metode WebQual 4.0 untuk mengukur kepuasan pelanggan dengan tiga variabel utama. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu didapatkan pula bahwa variabel kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan memiliki kontribusi sebesar 55,8% terhadap kepuasan pelanggan.*

**Kata kunci:** Kesehatan Mental, WebQual 4.0, Kegunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Interaksi

### Abstract

*Mind and Soul is a website based digital platform that provides services to the public to solve mental disorders such as depression, anxiety, addiction, and stress. In order to suit the needs of users, continuous analysis and development is required. This study aims to investigate the effect of usability, information quality, service interaction quality on customer satisfaction. Collecting data using a questionnaire with a total of 43 respondents and statistically tested using SPSS 26. The method used in this study is WebQual 4.0 to measure customer satisfaction with three main variables WebQual. The results of evaluation indicate that the variables of usability quality, information quality, and service interaction quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. In addition, it was also found that the usability, information quality, and service interaction quality variables contributed 55.8% to customer satisfaction.*

**Keywords:** Mental Health, WebQual 4.0, Usability, Information Quality, Interaction Quality

### 1. PENDAHULUAN

Mind and Soul (<https://mindandsoulofficial.com/>) merupakan sebuah platform digital berbasis website yang bergerak di bidang kesehatan mental yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah gangguan mental seperti depresi, kecemasan, kecanduan, dan

---

\* Corresponding author : Mohammad Fajar (fajar@kharisma.ac.id)

stress. Platform Mind and Soul menyediakan fitur konsultasi via online dengan konselor terbaik di psikologi. Pelanggan Mind and Soul dapat memilih topik yang ingin dikonsultasikan sesuai dengan masalah gangguan mental yang dialami. Dalam upaya memperkenalkan website Mind and Soul kepada khalayak luas, telah dilakukan observasi dan wawancara kepada calon pelanggan website Mind and Soul dan didapatkan sejumlah masukan atau masalah, seperti: tampilan *user interface* yang masih kurang interaktif, fitur-fitur yang masih perlu dikembangkan, khususnya sistem pembayaran via transfer dan ovo, tidak adanya menu feedback kepada penyedia layanan jasa konsultasi. Dari permasalahan tersebut, diperlukan analisis lebih jauh terhadap kualitas website Mind and Soul sehingga dapat dikembangkan sesuai kebutuhan pelanggan yang pada akhirnya menciptakan rasa nyaman dan rasa percaya pelanggan menggunakan sistem[1][2].

Tersedia beberapa instrumen yang bisa digunakan untuk mengukur kualitas sebuah *website*, salah satunya yaitu metode WebQual. Penelitian terdahulu[3] menginvestigasi 4 metode yang biasa digunakan untuk mengukur kualitas *website*, antara lain Servqual, WebQualTM, WebQual dan IS *success model*. Dari hasil penelitian diketahui bahwa WebQual memiliki keterkaitan dengan metode lain yakni dengan menambahkan ketiga variabel metode yang telah disebutkan sebelumnya ke dalam WebQual, sehingga alasan peneliti memilih menggunakan metode WebQual dikarenakan metode WebQual lebih tepat digunakan untuk mengukur kualitas *website* dibandingkan dengan ketiga metode tersebut. Metode WebQual sendiri telah dipakai oleh sejumlah penelitian dan memberikan hasil yang positif dan signifikan[4][5][6].

Kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur kualitas atau kinerja *website* telah dikembangkan oleh beberapa peneliti, salah satunya ialah Barnes dan Vidgin yang merumuskan model WebQual untuk mengukur kualitas *website* berdasarkan persepsi pengguna[6]. WebQual terdiri dari 3 (tiga) dimensi, yaitu kegunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) [7]. Kegunaan terkait dengan desain situs yang memudahkan penggunaan, Kualitas informasi dinilai berdasarkan konten yang disajikan. Kualitas layanan interaksi tentang keamanan data konsumen [7]. Penelitian ini mengadopsi metode WebQual 4.0 yang menambahkan dimensi kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) [8]. Metode WebQual 4.0 menjadikan *feedback* dari pelanggan sebagai informasi untuk meningkatkan mutu layanan *website*. *Feedback* itu dapat berupa persepsi pelanggan terhadap *website* saat ini maupun harapan agar *website* menjadi lebih baik. Metode WebQual 4.0 ini juga menyajikan tambahan indikator dari masing-masing dimensi kegunaan, kualitas informasi dan interaksi layanan [8]. Penelitian ini menggunakan metode WebQual 4.0 karena memiliki fokus yang sama, yaitu *customer* atau pelanggan. Metode ini mendorong peneliti untuk responsif sehingga mengurangi kesenjangan atau gap antara kinerja yang diharapkan pelanggan dengan kinerja aktual *website*.

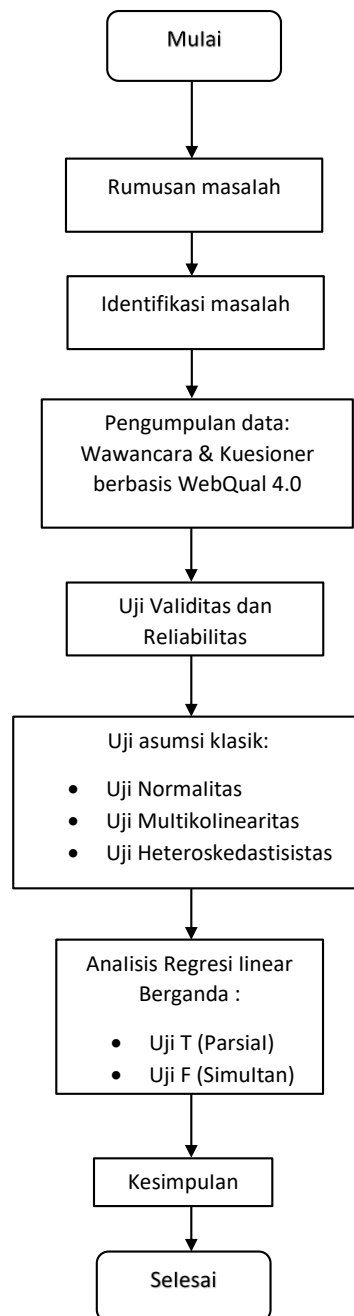
Kepuasan pelanggan tidak cukup dipandang sebagai pencapaian melainkan cara berpikir yang harus dikembangkan dan dipertahankan [9][10]. Kepuasan pelanggan akan

menentukan keberlanjutan suatu bisnis di masa depan. Oleh sebab itu, perusahaan harus terus melakukan pembaharuan yang sesuai dengan perkembangan teknologi. Perusahaan harus menjadikan pelanggan sebagai prioritas dalam meningkatkan suatu layanan [11]. Inovasi dalam layanan *website* juga membuat perusahaan selangkah lebih maju dari kompetitor dan untuk mempertahankan eksistensi perusahaan itu sendiri [12].

Sejumlah studi terkait tentang analisis kualitas *website* menggunakan metode WebQual 4.0 telah terdapat dalam literatur, diantaranya penelitian[1] menyelidiki kualitas *website* yang dimiliki lazada menggunakan metode WebQual 4.0 untuk mengevaluasi kualitas *website* dan menggunakan IPA untuk mengamati bagaimana lazada mempertahankan harapan pengguna, penelitian ini menggunakan 124 mahasiswa sebagai responden dalam penelitian. Berdasarkan tiga dimensi yang disediakan WebQual 4.0, peneliti menemukan bahwa *usability*, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan berdasarkan aspek fasilitas, menu dan isi dari *website*. Penelitian[2] menyelidiki pengaruh kualitas situs web terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan sebagai variabel moderasi *website E-commerce* dan untuk mengetahui atribut WebQual 4.0 yang mempengaruhi hubungan model ini, penelitian ini menggunakan 104 responden pengguna Shopee dan dianalisis dengan metode WebQual, metode IPA dan SEM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan *website E-commerce*, variabel kepuasan pelanggan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan *website E-commerce*, dan variabel kualitas layanan *website* berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan *website E-commerce*. Demikian pula penelitian[5] menyelidiki kualitas *website* GTASS menggunakan metode WebQual 4.0 dengan menambahkan dimensi *interface quality*, penelitian ini menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jumlah responden 30 orang, dan hasil analisis menyatakan *website* GTASS layak untuk digunakan. Dari uraian tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi pengaruh kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan terhadap kepuasan pelanggan *website mind and soul*.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis data yang digunakan yaitu data kuantitatif. Sumber data merupakan data primer di mana peneliti memperoleh data atau informasi langsung dari studi pustaka dan penyebaran kuesioner berbasis metode WebQual 4.0. Metode penelitian ini dapat digambarkan berupa diagram alur penelitian seperti pada Gambar 1.



Gambar 1. Diagram Alur Penelitian

Peneliti merumuskan dan mengidentifikasi masalah yang terdapat pada *website* Mind and Soul dengan melakukan observasi dan wawancara, setelah itu dilakukan penyusunan kuesioner berbasis metode WebQual 4.0 dan disebarluaskan kepada sejumlah responden. Hasil kuesioner yang didapatkan kemudian diolah menggunakan sejumlah uji statistik, antara lain uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur tingkat kelayakan, konsistensi, dan kemampuan suatu kuesioner; uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas) untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat penyimpangan atau tidak; analisis regresi linear berganda untuk menentukan besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, yang meliputi uji T dan uji F. Setelah pengujian data dilakukan dan didapatkan hasil, kemudian peneliti menarik kesimpulan.

## 2.1. Instrumen Penelitian

Teknik pengumpulan data menggunakan instrumen kuesioner yang dibuat menggunakan bantuan *Google Form*. Kuesioner yang dibuat berisi daftar pertanyaan terkait metode WebQual 4.0 dan jumlah pertanyaan yang disajikan terdiri dari 23 pertanyaan, yaitu 8 pertanyaan untuk dimensi kegunaan (*usability*), 7 pertanyaan untuk dimensi kualitas informasi (*information quality*), 7 pertanyaan untuk dimensi kualitas interaksi layanan (*service interaction quality*) dan 1 pertanyaan untuk penilaian secara keseluruhan [6].

Berikut ini adalah acuan dalam menyusun kuesioner yang diadopsi dari metode WebQual 4.0 disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1: Dimensi dan variabel WebQual 4.0

<b>Category</b>	<b>Questions</b>
Kegunaan ( <i>Usability</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Ease of operation</i></li> <li>• <i>Interaction with the website is clear and understandable</i></li> <li>• <i>Ease of navigation</i></li> <li>• <i>Attractive appearance</i></li> <li>• <i>Display according to the type of website</i></li> <li>• <i>There is additional knowledge from website information</i></li> <li>• <i>Precise in the preparation of information layout</i></li> <li>• <i>Easy to find website address</i></li> </ul>
Kualitas Infomasi ( <i>Information Quality</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Provide reliable information</i></li> <li>• <i>Provide up to date information</i></li> <li>• <i>Provide information that is easy to read and understand</i></li> <li>• <i>Provide sufficient detailed information</i></li> <li>• <i>Provide relevant information</i></li> <li>• <i>Provide accurate information</i></li> <li>• <i>Presenting information in an appropriate format</i></li> </ul>
Kualitas Interaksi layanan ( <i>Service Interaction Quality</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Have a good reputation</i></li> <li>• <i>Provides security to complete transactions</i></li> <li>• <i>Sense of security in conveying personal data</i></li> <li>• <i>There is a community atmosphere</i></li> <li>• <i>Ease of attracting interest and attention</i></li> <li>• <i>Easy to communicate</i></li> <li>• <i>High level of confidence in the delivery of goods/services</i></li> </ul>
Keseluruhan ( <i>Overall Impression</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Overall site appearance is good</i></li> </ul>

## 2.2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probability sampling [5]. Non-probability sampling adalah metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap individu atau anggota populasi untuk dijadikan sampel [13]. Total sampel yang digunakan sebesar 43 responden.

## 2.3. Skala likert

Skala likert adalah alat bantu untuk mengukur perilaku, opini, tanggapan individu terkait kejadian sosial [5]. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert 4 poin, mulai dari 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (setuju), 4 (sangat setuju).

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas merupakan suatu tolak ukur yang mengindikasikan tingkat kelayakan atau keefektifan suatu kuesioner, sedangkan reliabilitas merupakan indikator yang menunjukkan seberapa andal atau dapat dipercayanya suatu kuesioner. Variabel UQX1 pada tabel adalah *Usability* untuk pertanyaan pertama, demikian variabel berikutnya.

Tabel 2: Hasil Uji Validitas

Variabel	R Hitung	R Tabel	Hasil
<b>UQX1 (Usability)</b>	0.742	0.3008	VALID
<b>UQX2</b>	0.595	0.3008	VALID
<b>UQX3</b>	0.529	0.3008	VALID
<b>UQX4</b>	0.783	0.3008	VALID
<b>UQX5</b>	0.634	0.3008	VALID
<b>UQX6</b>	0.566	0.3008	VALID
<b>UQX7</b>	0.745	0.3008	VALID
<b>UQX8</b>	0.476	0.3008	VALID
<b>IQX1 (Information Quality)</b>	0.569	0.3008	VALID
<b>IQX2</b>	0.729	0.3008	VALID
<b>IQX3</b>	0.732	0.3008	VALID
<b>IQX4</b>	0.666	0.3008	VALID
<b>IQX5</b>	0.661	0.3008	VALID
<b>IQX6</b>	0.627	0.3008	VALID
<b>IQX7</b>	0.556	0.3008	VALID
<b>SIQX1 (Service Interaction Quality)</b>	0.566	0.3008	VALID
<b>SIQX2</b>	0.673	0.3008	VALID
<b>SIQX3</b>	0.747	0.3008	VALID
<b>SIQX4</b>	0.676	0.3008	VALID

Variabel	R Hitung	R Tabel	Hasil
SIQX5	0.771	0.3008	VALID
SIQX6	0.784	0.3008	VALID
SIQX7	0.635	0.3008	VALID
Y	0.719	0.3008	VALID

Data dikatakan VALID jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir soal adalah VALID.

Variabel	Cronbach's Alpha	Hasil
Kegunaan	0.871	RELIABEL
Kualitas Informasi	0.869	RELIABEL
Kualitas Interaksi layanan	0.904	RELIABEL
Kepuasan Pelanggan	0.904	RELIABEL

Tabel 3: Hasil Uji Reliabilitas

Berdasarkan Tabel 3 hasil pengujian, variabel kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan, dan kepuasan pelanggan memiliki nilai Cronbach's Alpha  $>$  0.6, maka data dinyatakan reliabel atau konsisten. Reliabel menunjukkan derajat konsistensi yaitu konsistensi data dalam interval waktu tertentu[13].

### 3.2. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menyelidiki apakah variabel pengganggu atau residual dalam suatu model regresi berdistribusi normal atau tidak.

Tabel 4: Hasil Uji Normalitas

Variabel	Asymp. Sig. (2-tailed)	Keterangan
Variabel bebas (Kegunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Interaksi layanan)	0.200	Terdistribusi Normal

Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai Asymp. Sig  $>$  0.05, berdasarkan Tabel 4 hasil pengujian diperoleh nilai Asymp. Sig sebesar 0.200 yang artinya data terdistribusi normal.

### 3.3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk menyelidiki apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Cara untuk mengetahui apakah terjadi multikolinearitas dengan melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Syarat

yang umum digunakan untuk mengetahui terjadinya multikolinearitas adalah nilai *Tolerance* > 0.1 atau *VIF* < 10.

Tabel 5: Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kegunaan	0.328	0.304	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Informasi	0.194	5.160	Tidak terjadi multikolinearitas
Kualitas Interaksi layanan	0.261	3.838	Tidak terjadi multikolinearitas

Berdasarkan Tabel 5 hasil pengujian diketahui ketiga variabel bebas, yakni kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan memiliki nilai *Tolerance* > 0.1 dan nilai *VIF* < 10 yang artinya tidak terjadi multikolinearitas atau tidak ditemukan adanya korelasi yang tinggi antara variabel bebas terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan.

### 3.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat varians yang tidak sama antara residual satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Cara untuk mengetahui terjadinya heteroskedastisitas dengan uji glejser. Uji glejser dapat dilakukan dengan meregresi nilai absolut residual sebagai variabel terikat dengan semua variabel bebas dalam model, jika nilai signifikansi > 0.05 berarti tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 6: Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kegunaan	0.723	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Informasi	0.092	Tidak terjadi heteroskedastisitas
Kualitas Interaksi layanan	0.502	Tidak terjadi heteroskedastisitas

Berdasarkan Tabel 6 hasil pengujian heteroskedastisitas menggunakan uji glejser, output menunjukkan tidak adanya hubungan yang signifikan antara seluruh variabel bebas terhadap nilai absolut residual yaitu ditunjukkan dengan nilai Sig. lebih besar dari 0.05. Artinya model ini terbebas dari heteroskedastisitas yang dapat memicu potensi bias dalam menyimpulkan hasil dari uji T dan uji F.

### 3.5. Analisis Regresi linear Berganda

Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi linear berganda secara umum:

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e$$



Tabel 7: Hasil Uji Analisis Regresi linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.100	.446		-.224	.824
	Kegunaan	.051	.028	.325	1.814	.077
	Kualitas_Informasi	.029	.043	.158	.680	.501
	Kualitas_Interaksi_layanan	.056	.033	.342	1.704	.096

a. Dependen Variabel: Kepuasan\_Pelanggan

Persamaan regresi linear yang diperoleh:

$$Y = -100 + 0.051X1 + 0.029X2 + 0.056X3 + e$$

Hasil interpretasi:

- Nilai konstanta (Y) akan bernilai -100 pada model regresi, jika variabel X1, X2, X3 tidak memiliki perubahan apapun atau sama dengan nol.
- Koefisien X1 (kegunaan) bernilai positif yang artinya jika terjadi perubahan sebanyak satu persen maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0.051 (5%).
- Koefisien X2 (kualitas informasi) bernilai positif yang artinya jika terjadi perubahan sebanyak satu persen maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0.029 (2.9%).
- Koefisien X3 (kualitas interaksi layanan) bernilai positif yang artinya jika terjadi perubahan sebanyak satu persen maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0.056 (5,6%).

### 3.6. Uji T

Uji T dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variabel terikat. Apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 maka terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan Tabel 7 hasil pengujian, diketahui bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat atau hipotesis ditolak. Variabel kegunaan dengan nilai signifikansi  $0.077 > 0.05$ , variabel kualitas informasi dengan nilai signifikansi  $0.501 > 0.05$  dan variabel kualitas interaksi layanan dengan nilai signifikansi sebesar  $0.096 > 0.05$ .

### 3.7. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel terikat. Uji F dapat dilihat dari besarnya nilai f hitung dibandingkan dengan nilai f tabel. Apabila nilai f hitung lebih besar dari f tabel maka seluruh variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 8: Hasil Uji F

Variabel Independen	Variabel Dependen	F hitung	F tabel	Sig.
Kegunaan	Kepuasan Pelanggan	18.670	2.85	0.000
Kualitas Informasi				
Kualitas Interaksi layanan				

Berdasarkan Tabel 8 hasil pengujian diketahui nilai f hitung sebesar 18.670, karena nilai f hitung > f tabel, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat atau hipotesis diterima.

### 3.8. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa besar sumbangan atau kontribusi antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Adjusted R Square*.

Tabel 9: Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0.768	0.590	0.558

"R" merupakan nilai koefisien korelasi, *R Square* menunjukkan pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat, dan *Adjusted R Square* menunjukkan pengaruh jumlah variabel terhadap variabel terikat. Dari Tabel 9 hasil pengujian diketahui bahwa besarnya nilai *Adjusted R Square* sebesar 0.558 yang artinya variabel bebas yaitu kegunaan, kualitas informasi, kualitas interaksi layanan memiliki pengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan sebanyak 0.558 atau 55.8% sedangkan sisanya 44.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

## 4. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian diketahui bahwa variabel kegunaan terkait desain *website* yang interaktif, kualitas informasi terkait konten dan informasi yang disajikan, kualitas interaksi layanan terkait keamanan data dan privasi pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *website* Mind and Soul. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ketiga variabel utama WebQual 4.0 memiliki kontribusi sebesar 55,8% terhadap kepuasan pelanggan *website* Mind and Soul, yang artinya variabel utama dalam penelitian ini termasuk dalam kategori moderat atau layak. Dengan demikian, pembaharuan dan inovasi terhadap layanan *website* Mind and Soul perlu dilakukan secara berkala agar tercipta rasa percaya dan kepuasan pelanggan.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] J. F. Andry, K. Christianto, and F. R. Wilujeng, "Using Webqual 4.0 and Importance Performance Analysis to Evaluate E-Commerce Website," *J. Inf. Syst. Eng. Bus. Intell.*, vol. 5, no. 1, p. 23, 2019, doi: 10.20473/jisebi.5.1.23-31.
- [2] I. G. N. S. Wijaya, E. Triandini, E. T. G. Kabnani, and S. Arifin, "E-commerce website service quality and customer loyalty using WebQual 4.0 with importance performances analysis, and structural equation model: An empirical study in shopee," *Regist. J. Ilm. Teknol. Sist. Inf.*, vol. 7, no. 2, pp. 107–124, 2021, doi: 10.26594/register.v7i2.2266.
- [3] Farida, I. Suyudi, Nuryuliani, and B. Hermana, "A Review of Empirical Research on Website Quality Measurement Model Based On Consumer's Perception," *Int. Conf. Internet Stud.*, no. December 2015, pp. 1–13, 2014.
- [4] I. Purwandani and N. O. Syamsiah, "Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode Webqual 4.0 Studi Kasus: MyBest E-learning System UBSI," *J. Sist. dan Teknol. Inf.*, vol. 9, no. 3, p. 300, 2021, doi: 10.26418/justin.v9i3.47129.
- [5] M. P. Putri, H. Herawati, and I. P. Sari, "Analisis Kualitas Website Gtass Menggunakan Metode Webqual 4.0 Modifikasi," *JOINTECS (Journal Inf. Technol. Comput. Sci.*, vol. 6, no. 2, p. 99, 2021, doi: 10.31328/jointecs.v6i2.2369.
- [6] D. Napitupulu, "Analysis of factors affecting the website quality based on WebQual approach (study case: XYZ University)," *Int. J. Adv. Sci. Eng. Inf. Technol.*, vol. 7, no. 3, pp. 792–798, 2017, doi: 10.18517/ijaseit.7.3.1748.
- [7] S. J. Barnes and R. T. Vidgen, "Assessing the quality of auction web sites," *Proc. Hawaii Int. Conf. Syst. Sci.*, vol. 00, no. c, p. 189, 2001, doi: 10.1109/HICSS.2001.927087.
- [8] J. Sistem *et al.*, "Evaluasi Kualitas Website Pemerintah Daerah Dengan Menggunakan Webqual (Studi Kasus Pada Kabupaten Ogan Ilir)," *J. Sist. Inf.*, vol. 4, no. 2, pp. 488–502, 2012, [Online]. Available: <http://ejournal.unsri.ac.id/index.php/jsi/index>.
- [9] R. Saputra and C. K. Dewi, "The impact of brand trust on brand loyalty mediated by customer satisfaction: Case of Tokobagus.com (now OLX.co.id)," *J. Adm. Bus. Stud.*, vol. 1, no. 1, pp. 8–13, 2015, doi: 10.20474/jabs-1.1.2.
- [10] J. Hasanov and H. Khalid, "The Impact of Website Quality on Online Purchase Intention of Organic Food in Malaysia: A WebQual Model Approach," *Procedia Comput. Sci.*, vol. 72, pp. 382–389, 2015, doi: 10.1016/j.procs.2015.12.153.
- [11] F. Economics, "User Satisfaction Using Webqual Instrument: A Research on Stock Exchange of Thailand (SET)," *J. Akunt. dan Keuang.*, vol. 10, no. 1, pp. 24–47, 2008, doi: 10.9744/jak.10.1.PP.24-47.
- [12] S. Sadeh, E. Sadeh, L. Mousavi, and F. Asgari, "The Effects of Website Quality Dimensions on Customer Satisfaction in E-Retailing System," *Middle-East J. Sci. Res.*, vol. 10, no. 3, pp. 366–369, 2011.
- [13] P.D. Sugiyono, "Statistika Untuk Penelitian, Cetakan Keduabelas," Bandung, 2007.