

ANALISIS KUALITAS LAYANAN PADA WEBSITE INVITEES TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SERVQUAL

Oleh:

Evelyn Winny Thody¹, Sudirman², Renny³

^{1,2,3}Sistem Informasi, STMIK Kharisma Makassar

e-mail: ¹evelynwinny_19@kharisma.ac.id, ²sudirman@kharisma.ac.id,

³renny@kharisma.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat dari setiap dimensi pengukuran kualitas layanan pada website Invitees terhadap kepuasan penggunaannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode SERVQUAL yang digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan dengan mencari nilai gap antara harapan dan persepsi pengguna layanan. Metode SERVQUAL memiliki lima dimensi pengukuran, yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy, tetapi untuk penelitian ini menggunakan dimensi yang telah dimodifikasi, yaitu usability, information quality, service reliability, assurance, dan empathy. Hasil yang diperoleh dari pengukuran kelima dimensi tersebut adalah dimensi Usability memiliki gap sebesar -0.34, dimensi Information Quality memiliki gap sebesar -0.19, dimensi Service Reliability memiliki gap sebesar -0.19, dimensi Assurance memiliki gap sebesar -0.64, dan dimensi Empathy memiliki gap sebesar -0.59. Karena hasil pengukuran dari seluruh dimensi berada pada jangka nilai negatif, maka disimpulkan bahwa kualitas layanan website Invitees masih belum sesuai dengan kepuasan penggunaannya.

Kata kunci: Analisis, Website, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna, Metode SERVQUAL.

Abstract: This study aims to determine the level of each dimension of service quality measurement on the Invitees website on user satisfaction. The method used in this study is the SERVQUAL method which is used to measure the level of service quality by looking for the value of the gap between expectations and perceptions of service users. The SERVQUAL method has five measurement dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, but this study uses modified dimensions, namely: usability, information quality, service reliability, assurance, and empathy. The results obtained from the measurement of the five dimensions are that the usability dimension has a gap of -0.34, the information quality dimension has a gap of -0.19, the service reliability dimension has a gap of -0.19, the assurance dimension has a gap of -0.64, and the empathy dimension has a gap of -0.59. Because the measurement results of all dimensions are in the negative value range, it is concluded that the service quality of the Invitees website is still not by user satisfaction.

Keywords: Analysis, Website, Service Quality, Customer Satisfaction, SERVQUAL Method

1. PENDAHULUAN

Umumnya ketika ingin mengadakan sebuah acara atau kegiatan, diperlukan persiapan yang dapat memakan waktu banyak, tingkat kesibukan yang semakin meningkat menyebabkan sulitnya untuk menyesuaikan atau mengatur waktu.

* Corresponding author : Sudirman (sudirman@kharisma.ac.id)

Khususnya dalam merencanakan undangan untuk acara tersebut, banyak faktor yang dapat membatasi dalam pelaksanaan, seperti menentukan siapa saja yang ingin diundang, lokasi dan alamat pengiriman, serta rancangan dan desain dari undangan tersebut.

Invitees adalah suatu layanan berbasis website yang dapat digunakan untuk mendigitalisasi undangan dari pengguna untuk mempermudah proses penyebaran undangan tersebut. Fitur yang tersedia berupa dashboard yang dimiliki oleh masing-masing pengguna untuk melihat apa saja kegiatan (event) yang diselenggarakan. Selain itu, terdapat fitur untuk mengunggah sendiri daftar-daftar tamu dari kegiatan yang ingin diselenggarakan, cukup dengan mengunggah file yang berformat .csv ke website, selain mengunggah file, pengguna juga dapat menambahkan sendiri data tamu ke dalam website.

Dikarenakan layanan ini baru saja dikembangkan, maka penting untuk dilakukan pengukuran kualitas layanan website dari pihak luar, khususnya dari segi tampilan website, cara kerja website, hingga kenyamanan dalam menggunakan website.

Kualitas layanan mempunyai hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu upaya kepada pelanggan untuk menjalin dan menjaga hubungan yang kuat dengan perusahaan. Pada jangka panjang, perusahaan perlu memahami harapan dan kebutuhan pelanggan. Maka dari itu, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan melihat dari pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan mengurangi pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kesimpulan dari definisi di atas yaitu pelayanan yang diberikan perusahaan akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kualitas pelayanan pada perusahaan sudah tercapai apabila kepuasan pelanggan sudah tercapai. [1]

Untuk mengetahui kualitas layanan dari website Invitees, maka perlu dilakukan pengukuran terhadap ekspektasi dan realita pengguna terhadap layanan website. Hasil dari pengukuran tersebut akan diolah dengan tujuan untuk memperoleh perbandingan nilai dari kedua varian tersebut.

Pengujian akan menggunakan metode SERVQUAL, dalam metode SERVQUAL terdapat lima dimensi pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat persepsi pengguna terhadap kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna. Kelima dimensi pengukuran dalam SERVQUAL adalah dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy [2], tetapi untuk penelitian ini akan menggunakan lima dimensi pengukuran yang sudah dimodifikasi sesuai objek penelitian. Hasil penelitian nantinya akan berupa perolehan nilai gap yang memperlihatkan dimensi mana saja yang sudah sesuai dengan ekspektasi pengguna.

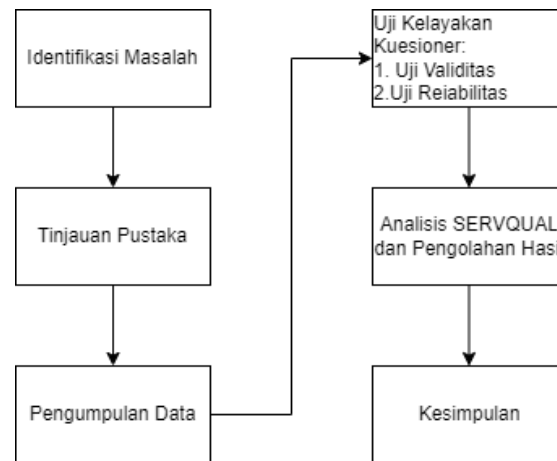
Tujuan penelitian adalah “Untuk mengukur tingkat *gap* dari setiap dimensi pengukuran kualitas layanan *website* Invitees terhadap kepuasan penggunanya”. Perumusan masalah yang diperoleh adalah “Bagaimana tingkat *gap* dari setiap dimensi pengukuran kualitas layanan *website* Invitees terhadap kepuasan penggunanya?”

Artikel terkait dalam penelitian ini terdapat sebanyak lima, yaitu

- 1) D. P. Kesuma, "Analisis Pengukuran Kualitas Layanan Perguruan Tinggi XYZ Menggunakan SERVQUAL," Seminar Nasional Informatika, pp. 178-183, 2014 <http://e-journal.potensi-utama.ac.id/ojs/index.php/SNIf/article/view/217>. Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk menganalisis tingkat kualitas terhadap layanan web yang diterapkan pada perguruan tinggi XYZ dengan menggunakan model SERVQUAL
- 2) Y. Prananda, D. R. Lucitasari and M. S. A. Khannan, "Penerapan Metode Service Quality (SERVQUAL) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan," Jurnal OPSI, vol. 12, no. 1, pp. 1-11, 2019. <http://jurnal.upnyk.ac.id/index.php/opsi/article/view/2827> Penelitian dilakukan untuk mengetahui kualitas layanan yang menjadi pokok permasalahan penurunan konsumen dengan menggunakan metode SERVQUAL
- 3) Marlindawati, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Menggunakan SERVQUAL," Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI), pp. 47-52, 2013. <https://media.neliti.com/media/publications/174267-ID-analisis-kualitas-layanan-sistem-informa.pdf>. Tujuan penelitian dilakukan untuk menganalisa pengaruh variabel SERVQUAL terhadap kepuasan pengguna sistem informasi
- 4) Diana, "Penerapan Metode E-Servqual Untuk Evaluasi Kualitas Layanan Sistem Informasi," Jurnal Ilmiah Matrik, vol. 17, no. 1, pp. 43-52, 2015. <https://media.neliti.com/media/publications/224994-penerapan-metode-e-servqual-untuk-evalua-94a2276e.pdf>. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan sistem informasi menggunakan metode e-servqual.
- 5) Y. Septiani, E. Arribe and R. Diansyah, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrahman Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrahman Pekanbaru)," Jurnal Teknologi Dan Open Source, vol. 3, no. 1, pp. 131-143, 2020. <http://ejournal.uniks.ac.id/index.php/JTOS/article/view/560/398%0c>. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas Sistem Informasi Akademik terhadap kepuasan pengguna dengan menggunakan metode Servqual.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini diawali dengan melakukan identifikasi masalah, dilanjutkan dengan tinjauan pustaka yang diperoleh dari penelitian terkait sebelumnya juga studi literatur, kemudian melakukan pengumpulan data menggunakan kuesioner, dilanjutkan dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan. Selanjutnya dilakukan analisis SERVQUAL dan pengolahan hasil dari data yang telah diperoleh, serta menarik kesimpulan penelitian. Gambar 1 memperlihatkan tahapan - tahapan penelitian yang dilakukan.



Gambar 1. Diagram Alur Penelitian

Metode SERVQUAL adalah metode yang digunakan untuk mengukur tingkat kualitas layanan dengan mencari *gap* antara harapan dan persepsi pengguna layanan.

[2] Menurut Parasuraman, dalam metode SERVQUAL, ada lima dimensi pengukuran yang diperlukan, yaitu:

1. Bukti Langsung (*Tangibles*)
2. Keandalan (*Reliability*)
3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
4. Jaminan (*Assurance*)
5. Empati (*Emphaty*)

Pada penggunaan metode SERVQUAL ini, mengutip daripada penelitian dari D.P. Kesuma [3], dimensi pengukuran yang digunakan sudah dimodifikasi berdasarkan gabungan dari variabel kualitas yang diajukan oleh Swaid & Wigand ditambah dengan referensi oleh Iwaarden & Wiele dengan mencantumkan dimensi pengukuran kualitas dari Zhang, Djajadikerta dan Trireksani, Mebrate, Stockdale dan Borovicka. Adapun dimensi pengukuran yang sudah dimodifikasi tersebut, yaitu variabel *usability*, *information quality*, *services reliability*, *assurance* dan *empathy*.

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai yang mempunyai variasi tertentu, yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan hasil kesimpulannya dapat ditarik oleh peneliti [4].

Variabel bebas (*independent*) dalam penelitian ini adalah variabel *usability*, variabel *information quality*, variabel *services reliability*, variabel *assurance* dan variabel *empathy*. Sedangkan variabel terikat (*dependent*) dalam penelitian ini adalah tingkat kualitas layanan pada web Invitees.

Berdasarkan variabel tersebut maka diperoleh lima hipotesis penelitian, yaitu:

- Ho : Harapan terhadap dimensi *Usability* lebih tinggi daripada realita
- H1 : Harapan terhadap *Information Quality* lebih tinggi daripada realita
- H2 : Harapan terhadap *Services Reliability* lebih tinggi daripada realita
- H3 : Harapan terhadap *Assurance* lebih tinggi daripada realita
- H4 : Harapan terhadap *Emphaty* lebih tinggi daripada realita

Populasi dari penelitian ini adalah pengguna yang terdaftar dalam *website* Invitees dan setidaknya mengakses *website* minimal sekali, dengan total pengguna sebanyak 42 orang hingga saat ini. Menurut Cohen dan Louis, semakin banyak sampel yang didapatkan dari besarnya populasi maka semakin baik, tetapi jumlah batas minimal yang harus diambil oleh peneliti yaitu sebanyak 30 responden atau sampel [5]. Menurut Bailey dalam Soehartono (2011, hlm. 58), untuk penelitian yang menggunakan analisis data dengan penggunaan statistik, minimum sampel sebanyak 30 responden [6]. Dari kuesioner yang disebar ke 42 pengguna *website* Invitees, hanya 32 pengguna yang memberikan jawaban dalam kuesioner, sehingga sampel yang diperoleh untuk penelitian ini sebanyak 32 responden.

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini berupa metode pendekatan kuantitatif. Metode pendekatan kuantitatif adalah yaitu pendekatan penelitian yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data yang diperoleh, serta pemaparan hasil [7] Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebar melalui *google form*. Kuesioner adalah salah satu alat pengumpulan data yang dapat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan secara tertulis. Kuesioner yang digunakan berupa kuesioner tertutup karena pilihan jawaban yang diberikan kepada responden sudah ditentukan.

Terdapat 5 dimensi yaitu *usability*, *information quality*, *services reliability*, *assurance*, dan *empathy* dengan total pertanyaan sebanyak 44 butir yang akan dikategorikan menjadi 2 kuesioner, dengan masing-masing kuesioner menyajikan 22 butir pertanyaan. Kuesioner pertama digunakan untuk mengukur tingkat harapan pengguna pada layanan *website*, dan kuesioner kedua untuk mengukur tingkat persepsi pengguna pada layanan *website*.

Tabel 1: Pertanyaan pada Kuesioner Harapan

[Sumber: D.P. Kesuma, 2017]

Usability	
1	Saya berharap tampilan web invitees tidak membingungkan
2	Saya berharap tampilan menu web invitees terlihat dan ditempatkan jelas
3	Saya berharap tata bahasa dalam web Invitees baik dan benar
4	Saya berharap proses navigasi web Invitees tidak membingungkan
5	Saya berharap web Invitees dapat tampil dengan sempurna di browser yang berbeda
Information Quality	
6	Saya berharap informasi dalam web Invitees bermanfaat
7	Saya berharap informasi dalam web Invitees lengkap
8	Saya berharap informasi dalam web Invitees jelas
9	Saya berharap informasi dalam web Invitees terkini
10	Saya berharap informasi dalam web Invitees akurat
11	Saya berharap informasi dalam web Invitees ringkas

Services Reliability	
12	Saya berharap alamat web Invitees aktif dan mengarah pada web yang benar
13	Saya berharap nama alamat web Invitees mudah untuk diingat
14	Saya berharap semua link dalam web Invitees valid
15	Saya berharap web Invitees dapat diakses kapan saja
16	Saya berharap web Invitees dapat diakses dengan cepat
17	Saya berharap semua form pengisian web Invitees berfungsi dengan baik
18	Saya berharap kontak atau <i>email</i> yang tercantum dalam web Invitees aktif
Assurance	
19	Saya berharap keamanan yang web Invitees baik
20	Saya berharap lembaga penyedia layanan web Invitees bereputasi baik
21	Saya berharap staff pengelola web Invitees dapat diandalkan dalam mengelola web
Emphaty	
22	Saya berharap dapat merasa nyaman dalam menggunakan web Invitees

Tabel 2: Pertanyaan pada Kuesioner Persepsi

[Sumber: D.P. Kesuma, 2017]

Usability	
1	Tampilan web Invitees tidak membingungkan
2	Tampilan menu web Invitees terlihat dan ditempatkan jelas
3	Tata bahasa dalam web Invitees sudah baik dan benar
4	Proses navigasi dalam web Invitees tidak membingungkan
5	Web Invitees tampil sempurna di browser manapun
Information Quality	
6	Informasi di dalam web Invitees bermanfaat
7	Informasi di dalam web Invitees lengkap
8	Informasi di dalam web Invitees sudah jelas
9	Informasi di dalam web Invitees terkini
10	Informasi di dalam web Invitees akurat
11	Informasi di dalam web Invitees ringkas
Services Reliability	
12	Alamat Website aktif dan mengarah pada web yang benar
13	Nama alamat web Invitees mudah untuk diingat
14	Semua link yang berada dalam web Invitees valid
15	Web Invitees dapat diakses kapan saja
16	Web Invitees dapat terbuka dengan cepat
17	Semua form pengisian yang ada di dalam web berfungsi dengan baik
18	Kontak atau <i>email</i> yang tertera dalam keadaan aktif

Assurance	
19	Keamanan web Invitees baik
20	Lembaga penyedia layanan web Invitees bereputasi baik
21	Staff pengelola web Invitees handal dalam mengelola web
Emphaty	
22	Saya merasa nyaman dalam menggunakan web Invitees

Untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian, maka responden akan diberikan lima alternatif jawaban dengan penggunaan skala pengukuran *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial [8].

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan pilihan jawaban dan skor yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, Netral (N) dengan skor 3, Setuju (S) dengan skor 4, dan Sangat Setuju (SS) dengan skor 5 seperti yang diperlihatkan dalam tabel 3.

Tabel 3: Skala Likert

[Sumber: Sugiyono, 2017]

Expectation	Skor	Perception	Skor
Sangat Tidak Setuju	1	Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2	Tidak Setuju	2
Netral	3	Netral	3
Setuju	4	Setuju	4
Sangat Setuju	5	Sangat Setuju	5

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data

Uji Validitas adalah pengujian yang dilakukan pada instrumen penelitian untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan bersifat valid. Validitas dari instrumen diperlukan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dari pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Pengukuran uji validitas diukur menggunakan IBM SPSS versi 22. Dalam mencari nilai R_{tabel} , digunakan rumus

$$dk = n - 2 \quad (1)$$

Dimana dk berupa derajat kebebasan dan n adalah jumlah responden[1] yang diukur dengan tingkat signifikansi sebanyak 5%. Hasil dari uji validitas akan dibandingkan dengan R_{tabel} untuk menentukan apakah pertanyaan kuesioner yang dibagikan valid atau tidak.

Dalam penelitian ini terdapat 32 responden, maka nilai R_{tabel} adalah 0.349, berikut dilakukan perbandingan antara R_{hitung} dan R_{tabel} untuk menguji validitas data yang diperoleh dari responden. Jika nilai R_{hitung} lebih besar dari nilai R_{tabel} , maka validitas data bersifat valid, jika nilai R_{hitung} lebih kecil dari nilai R_{tabel} , maka validitas data bersifat tidak valid. Hasil uji validitas data terdapat pada tabel 4 dan tabel 5.

Tabel 4: Hasil Uji Validitas Data Kuesioner Harapan

[Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2022]

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Validitas
1	0.774	0.349	Valid
2	0.723	0.349	Valid
3	0.395	0.349	Valid
4	0.668	0.349	Valid
5	0.499	0.349	Valid
6	0.762	0.349	Valid
7	0.744	0.349	Valid
8	0.770	0.349	Valid
9	0.662	0.349	Valid
10	0.777	0.349	Valid
11	0.559	0.349	Valid
12	0.756	0.349	Valid
13	0.524	0.349	Valid
14	0.797	0.349	Valid
15	0.744	0.349	Valid
16	0.660	0.349	Valid
17	0.498	0.349	Valid
18	0.674	0.349	Valid
19	0.771	0.349	Valid
20	0.698	0.349	Valid
21	0.640	0.349	Valid
22	0.630	0.349	Valid

Tabel 5. Hasil Uji Validitas Kuesioner Persepsi

[Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2022]

Pertanyaan	R hitung	R tabel	Validitas
1	0.541	0.349	Valid
2	0.569	0.349	Valid
3	0.409	0.349	Valid
4	0.431	0.349	Valid
5	0.494	0.349	Valid
6	0.611	0.349	Valid
7	0.613	0.349	Valid
8	0.464	0.349	Valid
9	0.641	0.349	Valid
10	0.675	0.349	Valid
11	0.656	0.349	Valid
12	0.574	0.349	Valid
13	0.488	0.349	Valid
14	0.583	0.349	Valid
15	0.449	0.349	Valid
16	0.618	0.349	Valid

Pertanyaan	Rhitung	Rtabel	Validitas
17	0.498	0.349	Valid
18	0.674	0.349	Valid
19	0.771	0.349	Valid
20	0.698	0.349	Valid
21	0.640	0.349	Valid
22	0.630	0.349	Valid

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengukur tingkat konsistensi dari sasaran yang diukur. Menurut Sujarweni, dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah:

1. Jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai *Cronbach's Alpha* < 0,60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten. [9]

Uji reliabilitas dilakukan dengan menghitung nilai *Cronbach's Alpha* menggunakan tools IBM SPSS Statistics ver. 22. Uji reliabilitas dilakukan pada 44 butir pertanyaan yang telah dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas data pada kuesioner = dapat dilihat pada tabel 6 dan tabel 7 berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Data Kuesioner Harapan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2022

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	22

Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Data Kuesioner Persepsi

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS, 2022

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	22

Berdasarkan kedua tabel di atas, nilai *Cronbach's Alpha* diperoleh nilai sebesar 0.938 dari 22 pertanyaan pada kuesioner harapan yang bersifat valid, dan pada kuesioner persepsi nilai *Cronbach's Alpha* diperoleh nilai sebesar 0.882 dari 22 pertanyaan yang bersifat valid. Hasil dari kedua pengujian tersebut bersifat konsisten karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0.60. Pengukuran kualitas Skor SERVQUAL untuk tiap butir pertanyaan kepada masing-masing responden dapat dihitung berdasarkan rumus berikut:

$$\text{Skor SERVQUAL} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan} \quad (2)$$

Untuk mencari nilai gap masing-masing dimensi, pertama perlu dilakukan pengukuran nilai total frekuensi jawaban yang telah dikumpulkan dari 32 responden. Dalam perhitungan

ini, harapan dari pengguna akan ditetapkan sebagai variabel y , dan persepsi pengguna ditetapkan sebagai variabel x [2].

Dilakukan pengukuran total jawaban yang terdiri dari 5 dimensi yang sesuai dengan hasil pengumpulan data menggunakan kuesioner yaitu, *usability, information quality, services reliability, assurance, dan empathy*.

Perhitungan harapan pengguna tentang layanan *website* Invitees:

$$\sum y_i = (\sum STS x 1) + (\sum TS x 2) + (\sum N x 3) + (\sum S x 4) + (\sum SS x 5) \quad (3)$$

Keterangan :

- $\sum y_i$ = total bobot jawaban pertanyaan harapan dimensi ke - i
- $\sum STS$ = total responden pemilih jawaban sangat tidak setuju
- $\sum TS$ = total responden pemilih jawaban tidak setuju
- $\sum N$ = total responden pemilih jawaban netral
- $\sum S$ = total responden pemilih jawaban setuju
- $\sum SS$ = total responden pemilih jawaban sangat setuju
- 1,2,3,4,5 = skor skala *Likert*

Perhitungan persepsi pengguna tentang layanan *website* Invitees:

$$\sum x_i = (\sum STS x 1) + (\sum TS x 2) + (\sum N x 3) + (\sum S x 4) + (\sum SS x 5) \quad (4)$$

Keterangan :

- $\sum x_i$ = total bobot jawaban pertanyaan persepsi dimensi ke - i
- $\sum STS$ = total responden pemilih jawaban sangat tidak setuju
- $\sum TS$ = total responden pemilih jawaban tidak setuju
- $\sum N$ = total responden pemilih jawaban netral
- $\sum S$ = total responden pemilih jawaban setuju
- $\sum SS$ = total responden pemilih jawaban sangat setuju
- 1,2,3,4,5 = skor skala *Likert*

Setelah menemukan frekuensi pada masing-masing dimensi pada harapan [3] dan persepsi [4], dilakukan perhitungan untuk mencari rata-rata jawaban responden. Perhitungan ini dapat dihitung dengan persamaan:

$$\bar{y}_i = \frac{\sum y_i}{n} \quad (5)$$

Keterangan :

- \bar{y}_i = rata-rata jawaban responden untuk pernyataan harapan pada dimensi ke - i
- $\sum y_i$ = jumlah bobot jawaban pernyataan harapan pada dimensi ke - i
- n = jumlah responden

$$\bar{X}_i = \frac{\sum X_i}{n} \quad (6)$$

Keterangan :

\bar{X}_i = rata-rata jawaban responden untuk pernyataan persepsi pada dimensi ke – i

$\sum X_i$ = jumlah bobot jawaban pernyataan persepsi pada dimensi ke – i

n = jumlah responden

Jika nilai rata-rata telah diketahui, maka berikutnya dilakukan perhitungan nilai kesenjangan (*gap*) yang terjadi antara harapan [5] dan persepsi [6] pengguna jasa yang diperoleh dari nilai rata-rata atribut harapan dan persepsi dari masing-masing dimensi

$$SQ_i = \bar{x}_i - \bar{y}_i \tag{7}$$

Keterangan :

SQ_i = Nilai gap dimensi ke – i

\bar{X}_i = Nilai rata-rata persepsi dimensi ke – i

\bar{Y}_i = Nilai rata-rata harapan dimensi ke – i

Untuk memperoleh nilai *gap* digunakan persamaan diatas [7]

4.2. Pembahasan

Hasil pencarian *gap* dari kelima dimensi yang digunakan dapat dilihat pada tabel 8.

Tabel 8. Hasil Pencarian Gap

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2022

Dimensi	Harapan		Persepsi		Nilai Gap
	Bobot	Rata-rata	Bobot	Rata-rata	
<i>Usability</i>	712	4.45	660	4.12	-0.32
<i>Information Quality</i>	876	4.56	839	4.37	-0.19
<i>Services Reliability</i>	1022	4.56	978	4.37	-0.19
<i>Assurance</i>	442	4.60	380	3.96	-0.64
<i>Empathy</i>	155	4.84	136	4.25	-0.59

Hasil pengukuran pada dimensi *Usability* diperoleh bobot total 712 pada harapan pengguna, dan bobot total 660 pada persepsi pengguna. Pada dimensi ini, atribut pengukuran yang dimiliki sebanyak 6 butir pertanyaan. Perolehan bobot dilakukan dengan menghitung semua total dari atribut pertanyaan untuk dimensi ini. Untuk mencari rata-rata dari jawaban pengguna, digunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata} &= \text{bobot harapan} / (\text{responden} \times \text{atribut pertanyaan}) \\ &= 712 / (32 \times 5) \\ &= 712 / 160 \\ &= \underline{4.45} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata} &= \text{bobot persepsi} / (\text{responden} \times \text{atribut pertanyaan}) \\ &= 660 / (32 \times 5) \\ &= 660 / 160 \\ &= \underline{4.12} \end{aligned}$$

Maka nilai *gap* pada dimensi *Usability* dapat diperoleh dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Gap} &= \text{rata-rata persepsi} - \text{rata-rata harapan} \\ &= 4.12 - 4.45 \end{aligned}$$

$$= \underline{-0.32}$$

Hasil pengukuran pada dimensi *Information Quality* diperoleh bobot total 876 pada harapan pengguna, dan bobot total 839 pada persepsi pengguna. Pada dimensi ini, atribut pengukuran yang dimiliki sebanyak 6 butir pertanyaan. Perolehan bobot dilakukan dengan menghitung semua total dari atribut pertanyaan untuk dimensi ini. Untuk mencari rata-rata dari jawaban pengguna, digunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata} &= \text{bobot harapan} / (\text{responden} \times \text{atribut pertanyaan}) \\ &= 876 / (32 \times 5) \\ &= 876 / 192 \\ &= \underline{4.56} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata} &= \text{bobot persepsi} / (\text{responden} \times \text{atribut pertanyaan}) \\ &= 839 / (32 \times 6) \\ &= 839 / 192 \\ &= \underline{4.37} \end{aligned}$$

Maka nilai *gap* pada dimensi *Information Quality* dapat diperoleh dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Gap} &= \text{rata-rata persepsi} - \text{rata-rata harapan} \\ &= 4.37 - 4.56 \\ &= \underline{-0.19} \end{aligned}$$

Hasil pengukuran pada dimensi *Services Reliability* diperoleh bobot total 1022 pada harapan pengguna, dan bobot total 978 pada persepsi pengguna. Pada dimensi ini, atribut pengukuran yang dimiliki sebanyak 7 butir pertanyaan. Perolehan bobot dilakukan dengan menghitung semua total dari atribut pertanyaan untuk dimensi ini. Untuk mencari rata-rata dari jawaban pengguna, digunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata} &= \text{bobot harapan} / (\text{responden} \times \text{atribut pertanyaan}) \\ &= 1022 / (32 \times 7) \\ &= 1022 / 224 \\ &= \underline{4.56} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata} &= \text{bobot persepsi} / (\text{responden} \times \text{atribut pertanyaan}) \\ &= 978 / (32 \times 7) \\ &= 978 / 224 \\ &= \underline{4.37} \end{aligned}$$

Maka nilai *gap* pada dimensi *Services Reliability* dapat diperoleh dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{Gap} &= \text{rata-rata persepsi} - \text{rata-rata harapan} \\ &= 4.37 - 4.56 \\ &= \underline{-0.19} \end{aligned}$$

Hasil pengukuran pada dimensi *Assurance* diperoleh bobot total 442 pada harapan pengguna, dan bobot total 380 pada persepsi pengguna. Pada dimensi ini, atribut pengukuran yang dimiliki sebanyak 3 butir pertanyaan. Perolehan bobot dilakukan dengan menghitung semua total dari atribut pertanyaan untuk dimensi ini. Untuk mencari rata-rata dari jawaban pengguna, digunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rata-rata} &= \text{bobot harapan} / (\text{responden} \times \text{atribut pertanyaan}) \\
 &= 442 / (32 \times 3) \\
 &= 442 / 96 \\
 &= \underline{4.60}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Rata-rata} &= \text{bobot persepsi} / (\text{responden} \times \text{atribut pertanyaan}) \\
 &= 380 / (32 \times 3) \\
 &= 380 / 96 \\
 &= \underline{3.96}
 \end{aligned}$$

Maka nilai *gap* pada dimensi *Assurance* dapat diperoleh dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 \text{Gap} &= \text{rata-rata persepsi} - \text{rata-rata harapan} \\
 &= 4.60 - 3.96 \\
 &= \underline{-0.64}
 \end{aligned}$$

Hasil pengukuran pada dimensi *Emphaty* diperoleh bobot total 155 pada harapan pengguna, dan bobot total 136 pada persepsi pengguna. Pada dimensi ini, atribut pengukuran yang dimiliki sebanyak 1 butir pertanyaan. Perolehan bobot dilakukan dengan menghitung semua total dari atribut pertanyaan untuk dimensi ini. Untuk mencari rata-rata dari jawaban pengguna, digunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Rata-rata} &= \text{bobot harapan} / (\text{responden} \times \text{atribut pertanyaan}) \\
 &= 155 / (32 \times 1) \\
 &= 155 / 32 \\
 &= \underline{4.84}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{Rata-rata} &= \text{bobot persepsi} / (\text{responden} \times \text{atribut pertanyaan}) \\
 &= 136 / (32 \times 1) \\
 &= 136 / 32 \\
 &= \underline{4.25}
 \end{aligned}$$

Maka nilai *gap* pada dimensi *Emphaty* dapat diperoleh dengan rumus:

$$\begin{aligned}
 \text{Gap} &= \text{rata-rata persepsi} - \text{rata-rata harapan} \\
 &= 4.25 - 4.84 \\
 &= \underline{-0.59}
 \end{aligned}$$

Semakin besar kesenjangan yang dihasilkan dari perhitungan *gap* ini, maka kualitas layanan pada dimensi tersebut kurang baik. Sebaliknya, semakin kecil kesenjangan (*gap*), dimana *gap* tersebut mendekati nilai 0 atau positif, maka semakin baik kualitas layanan dimensi tersebut.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah, berdasarkan hasil pengolahan data pada *website* Invitees, diperoleh hasil *gap* pada masing-masing dimensi pengukuran sebagai berikut, dimensi *Usability*, yang mencakup tampilan menyeluruh dari *website* Invitees, mempunyai nilai *gap* sebesar - **0.32**, dimensi *Information Quality*, yang mencakup kualitas informasi yang dipaparkan dalam *website* Invitees, mempunyai nilai *gap* sebesar -

0.19, dimensi *Services Reliability*, yang mencakup keandalan dari layanan *website* Invitees mempunyai nilai *gap* sebesar **- 0.19**, dimensi *Assurance*, yang mencakup jaminan keamanan dalam *website* Invitees mempunyai nilai *gap* sebesar **-0.64**, dimensi *Emphaty*, yang mencakup rasa nyaman dalam menggunakan *website* Invitees mempunyai nilai *gap* sebesar **-0.59**

Hasil nilai *gap* diatas menunjukkan bahwa semua nilai *gap* pada dimensi pengukuran berada pada jangka negatif, yang menandakan bahwa kualitas layanan *website* Invitees belum sesuai dengan harapan pengguna. Tetapi nilai *gap* yang dihasilkan dapat berubah sesuai dengan preferensi dari responden masing-masing

Saran yang dapat diberikan untuk perbaikan pada masing-masing dimensi yaitu:

1. Dimensi *Assurance* perlu ada pemberian jaminan kepada pengguna *website* untuk meyakinkan bahwa data yang tersimpan dalam *website* Invitees hanya digunakan untuk keperluan digitalisasi undangan saja.
2. Dimensi *Emphaty* perlu ada informasi *help desk* agar pengguna yang membutuhkan informasi bisa mendapatkan pelayanan secara langsung.
3. Dimensi *Usability* dengan melakukan peningkatan pada bagian *User Interface* dan *User Experience* agar *website* dapat bekerja dengan sesuai.
4. Dimensi *Information Quality* dapat dilakukan perbaikan dengan memastikan bahwa informasi yang tertera pada *website* sudah sesuai pada tempatnya.
5. Dimensi *Services Reliability* dapat dilakukan perbaikan dengan pengecekan link dan form pengisian dalam *website* agar dapat bekerja sesuai fungsinya.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulis mengungkapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa berkat anugerah-Nya maka penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan jurnal ini
2. Bapak Sudirman, S.Kom., M.Si dan Ibu Renny, S.Kom., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia membimbing, menolong, dan mendukung, serta memberikan arahan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
3. Kepada kedua orang tua penulis yang telah memberikan dukungan mereka dalam doa, serta memberikan bantuan moril maupun materil kepada penulis, serta menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan studi ini.
4. Yosep Novel Kaunang yang selalu memberikan dukungan dan menjadi penyemangat bagi penulis, serta memberikan bantuan ketika penulis sedang berada dalam masa-masa susah.
5. Kepada sahabat-sahabat penulis yaitu Michelle, Gaby, Henry, Ryan, Steven, Derick, Arlyn, Gisella, dan Nurul yang memberikan dukungan dan kata-kata penyemangat bagi penulis untuk menyelesaikan studi ini.

6. Untuk teman-teman seangkatan yang sama-sama berjuang dalam pelaksanaan studi ini.

Penulis berharap semua hal dan doa yang terbaik buat semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] F. Tjiptono, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Penerbit ANDI, 2005.
- [2] A. Parasuraman, V. Zeithaml dan L. Berry, "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research," *The Journal of Marketing*, vol. 49, pp. 41-50, 1985.
- [3] D. P. Kesuma, "Analisis Pengukuran Kualitas Layanan Perguruan Tinggi XYZ Menggunakan SERVQUAL," *Seminar Nasional Informatika*, pp. 178-183, 2014.
- [4] Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D, Bandung: Penerbit Alfabeta, 2017.
- [5] Cohen, Louis dan e. al, Sixth Edition: Research Methods in Education, London: Routledge, 2007.
- [6] I. Soehartono, Metode Penelitian Sosial, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2011.
- [7] S. Arikunto, Prosedur Penelitian (Edisi Revisi VI), Jakarta: Rineka Cipta, 2006.
- [8] V. W. Sujarweni, SPSS Untuk Penelitian, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014.
- [9] Y. Prananda, D. R. Lucitasari dan M. S. A. Khannan, "Penerapan Metode Service Quality (SERVQUAL) Untuk Peningkatan Kualitas Pelayanan," *Jurnal OPSI*, vol. 12, no. 1, pp. 1-11, 2019.
- [10] Marlindawati, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Menggunakan SERVQUAL," *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATI)*, pp. 47-52, 2013.
- [11] Diana, "Penerapan Metode E-Servqual Untuk Evaluasi Kualitas Layanan Sistem Informasi," *Jurnal Ilmiah MATRIK*, vol. 17, no. 1, pp. 43-52, 2015.
- [12] Y. Septiani, E. Arribe dan R. Diansyah, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Akademik Universitas Abdurrah Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Sevqual (Studi Kasus : Mahasiswa Universitas Abdurrah Pekanbaru)," *Jurnal Teknologi Dan Open Source*, vol. 3, no. 1, pp. 131-143, 2020.
- [13] F. N. Kerlinger dan H. B. Lee, Foundations of Behavioral Research. 4th Edition, Florida: Harcourt Inc., 2000.