

ANALISIS PELANGGAN SMART CATERING MENGGUNAKAN METODE NET PROMOTER SCORE

Oleh:

Moch. Rafly Wisnu W.¹, Husni Angriani^{2*}, Ahyar Muawwal³

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

e-mail: ¹mochammadrafly_18@kharisma.ac.id, ²husniangriani@kharisma.ac.id,

³ahyarmuawwal@kharisma.ac.id

Abstrak: Smart Catering merupakan sebuah aplikasi yang bergerak dibidang layanan pemesanan makanan berbasis website. Saat ini Smart Catering telah memiliki 61 pengguna. Pengalaman pengguna dalam menggunakan website Smart Catering dan probabilitas pengguna dalam merekomendasikan website Smart Catering dapat meningkatkan dan mempertahankan eksistensi dari website tersebut. Untuk mengetahui probabilitas pengguna dalam merekomendasikan website Smart Catering, maka dilakukan analisis pengguna dengan menggunakan metode Net Promoter Score (NPS). Untuk mengetahui hal tersebut, maka dilakukan survei terhadap pelanggan Smart Catering dengan menggunakan 11 pernyataan yang berkaitan dengan tingkat kegunaan website Smart Catering. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan terhadap 45 data responden menunjukkan bahwa pengguna website Smart Catering akan merekomendasikan website tersebut dengan skor yang diperoleh adalah 55,09% ditinjau dari aspek kegunaan website Smart Catering.

Kata kunci: Analisis Pengguna, Net Promoter Score, Pemesanan Makanan Online.

Abstract: Smart Catering is a website-based application for food ordering services. Nowadays Smart Catering has 61 users. User experience in using Smart Catering website and the probability of users likelihood to recommend Smart Catering website can improve and maintain the existence of the website. To determine the probability of users likelihood to recommend the Smart Catering website, user analysis is carried out using the Net Promoter Score (NPS) method. A survey of Smart Catering customers was conducted using 11 statements related to the level of usability of the Smart Catering website. Based on the results of the analysis that has been carried out on 45 respondent data, it shows that users of the Smart Catering website will recommend the website with a score obtained is 55.09% in terms of the usability aspect of the Smart Catering website.

Keywords: User Analysis, Net Promoter Score, Online Food Ordering.

1. PENDAHULUAN

Smart Catering adalah sebuah aplikasi yang bergerak dibidang layanan pemesanan makanan berbasis website. Smart Catering memiliki layanan pemesanan makanan terjadwal (Pre Order) dengan menggunakan sistem pembayaran secara online (transfer) yang memudahkan pengguna dalam bertransaksi dan menentukan pilihan makanan untuk dipesan di hari berikutnya. Sejak diluncurkannya Smart Catering telah memiliki 61 pengguna, sebanyak 30 pengguna telah melakukan transaksi dan menggunakan layanan Smart

* Corresponding author : Husni Angriani (husniangriani@kharisma.ac.id)

Catering dalam rentang waktu selama 1 Tahun. Loyalitas pengguna dari website Smart Catering dapat meningkatkan dan mempertahankan eksistensi dari website tersebut.

Salah satu bukti dari kepuasan pengguna adalah pengguna akan merekomendasikan suatu website dan berbagi pengalaman mengenai website tersebut kepada keluarga maupun koleganya. Pengguna tidak hanya login pada sebuah aplikasi dan menyelesaikan transaksinya, tetapi juga merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain. Ketika pengguna tidak merekomendasikan sebuah aplikasi yang telah digunakan, maka persepsi pengguna terhadap aplikasi tersebut dianggap kurang baik, hal ini dapat mengindikasikan bahwa pengguna merasa kurang puas terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi tersebut. Loyalitas pengguna terhadap sebuah aplikasi akan menjadi hal yang penting, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi juga dalam jangka panjang karena hal ini mempengaruhi keunggulan aplikasi tersebut dalam persaingan di masa yang akan datang. Sebuah pelayanan akan dikatakan memuaskan apabila layanan tersebut memiliki kualitas melebihi harapan pengguna. Untuk mendapatkan loyalitas pengguna, maka pengguna harus merasa puas terhadap layanan dari suatu aplikasi [1]. Untuk mengetahui probabilitas pengguna akan merekomendasikan website Smart Catering, maka perlu dilakukan analisis pengguna terhadap aplikasi Smart Catering. Dengan mengetahui probabilitas pengguna dalam merekomendasikan website Smart Catering, maka hasil analisis tersebut dapat digunakan sebagai acuan dalam pengembangan maupun peningkatan kualitas dan layanan Smart Catering untuk mendapatkan dan mempertahankan kepercayaan pengguna. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menganalisis probabilitas pengguna dalam merekomendasikan sebuah aplikasi maka digunakan metode Net Promoter Score.

Net Promoter Score merupakan salah satu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui tingkat loyalitas dari pengguna melalui jawaban dari sebuah pernyataan seberapa besar pengguna akan merekomendasikan website yang telah digunakan kepada orang lain. Pengguna dapat menjawab pernyataan tersebut dengan memberikan angka antara 0-10, dengan demikian jawaban yang diberikan oleh pengguna dapat menggambarkan seberapa besar loyalitas dari pengguna dan kepuasan dari pengguna tersebut [2].

Oleh karena itu, pada penelitian ini akan dilakukan analisis terhadap probabilitas pengguna dalam merekomendasikan website Smart Catering dengan menggunakan metode Net Promoter Score. Beberapa penelitian serupa yang sebelumnya telah dilakukan diantaranya, pada tahun 2015 Elsa Roselina melakukan penelitian menggunakan metode Net Promoter Score. Penelitian ini dilakukan terhadap Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Kota X yang merupakan satu-satunya rumah sakit milik pemerintah Kota X. Net Promoter Score (NPS) digunakan untuk memperoleh gambaran profil konsumen dan mengidentifikasi kekuatan serta kelemahan pelayanan di RSUD Kota X berdasarkan persepsi konsumen [3]. Selain itu, Imam Rhamdani juga menggunakan metode Net Promoter Score untuk menggambarkan kesediaan peserta dalam merekomendasikan suatu produk barang atau jasa ke orang lain dan merepresentasikan customer loyalty itu sendiri [4].

2. Landasan Teori

2.1 Net Promoter Score

Net Promoter Score dikembangkan pada tahun 2003 dengan inti pertanyaan “Seberapa besar Anda merekomendasikan” dengan jawaban dari skala 0 (tidak setuju) hingga 10 (sangat setuju). NPS seringkali digunakan dalam mengukur pengalaman pelanggan terhadap kegunaan suatu produk, hasil dari pengukuran tersebut dapat diketahui bahwa seberapa besar tingkat kepuasan dan loyalitas pelanggan [5]. Tanggapan yang diberikan pelanggan memiliki kategori tertentu yang dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Kategori Jawaban NPS

Kategori	Jawaban Responden (Range Nilai)
Detractor	0 – 6
Passive	7 – 8
Promoter	9 – 10

Selanjutnya, untuk mengetahui tingkat loyalitas pelanggan maka digunakan persamaan:

$$\text{NPS} = \% \text{ Promoter} - \% \text{ Detractor} \quad (1)$$

Skor NPS berkisar antara -100 hingga 100, skor yang diperoleh menggunakan persamaan (1) hasilnya dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Penilaian NPS

Skor	Hasil
<0	Tidak Valid
0 – 49	Perlu Perbaikan
50 – 75	Direkomendasikan
76 – 100	Sangat Direkomendasikan

Sebagai contoh penggunaan NPS: Terdapat 56 pengguna telah mengisi pernyataan kuesioner NPS yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3: Contoh perhitungan metode Net Promoter Score [6]

Nilai Promoter	29	$29/56 \cdot 100$	52%
Nilai Passive	20	$20/56 \cdot 100$	36%
Nilai Detractor	7	$7/56 \cdot 100$	12%
Total Responden	56 Data		100%

Berdasarkan hasil yang diperoleh Tabel 3, terdapat 29 promoter dengan persentase sebanyak 52% dan terdapat 7 detractor dengan persentase sebanyak 12% maka dengan menggunakan persamaan (1) yang diperoleh $52\% - 12\% = 40\%$. sehingga skor yang diperoleh adalah 40 yang berarti perlu perbaikan [1].

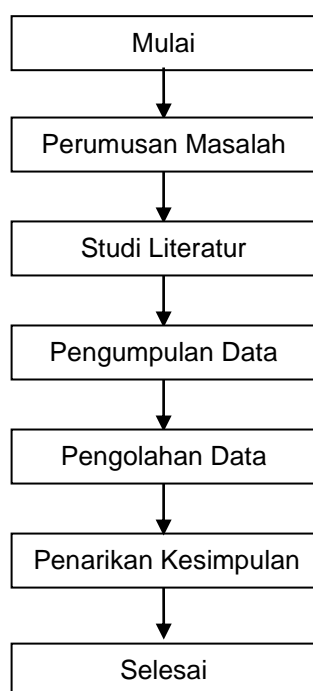
NPS dapat digunakan sebagai salah satu alat untuk mengetahui seberapa besar loyalitas dari pengguna. Metode ini dapat menunjukkan aspek yang mempengaruhi pelanggan untuk memberikan nilai terhadap pernyataan dalam metode SUS. Dengan memadukan metode SUS dan NPS maka dapat diketahui poin penting yang menjadi indikator untuk memperoleh loyalitas pelanggan. Jika indikator tersebut dapat diketahui dan dilakukan

peningkatan terhadap indikator tersebut, maka hal ini dapat meningkatkan jumlah pengguna [7].

Loyalitas dapat didefinisikan sebagai kesetiaan, sehingga dapat diartikan sebagai kesetiaan yang muncul dari kesadaran diri sendiri. Loyalitas produk/layanan diartikan sebagai sikap menyukai atau senang terhadap suatu layanan yang menghasilkan pelanggan melakukan pembelian atau bertransaksi secara konsisten dalam jangka waktu yang lama. Loyalitas pelanggan merupakan salah satu kunci yang dapat membuat perusahaan tetap berjalan. Pelanggan yang memiliki loyalitas terhadap suatu produk akan senantiasa merekomendasikan produk tersebut kepada orang lain. Sehingga hal tersebut dapat menjadi salah satu sarana iklan bagi produk tersebut. Harapan pelanggan terhadap kualitas dari suatu produk dapat menggambarkan kepuasan dari pelanggan tersebut, salah satu cara untuk mengetahui harapan pelanggan yaitu dengan mengukur kepuasan pelanggan [8].

3. METODE PENELITIAN

3.1 Alur Penelitian



Gambar 1. Alur Penelitian

Tahapan pertama yang dilakukan adalah Identifikasi masalah, pada tahapan ini dilakukan identifikasi masalah untuk mengetahui probabilitas pengguna dalam merekomendasikan website Smart Catering dari berbagai aspek.

Kemudian pada tahapan berikutnya dilakukan studi literatur, membahas mengenai teori loyalitas pengguna dimana pada tahapan ini peneliti memilih metode Net Promoter Score untuk melakukan analisis probabilitas pengguna dalam merekomendasikan website Smart Catering.

Selanjutnya dilakukan pengumpulan data, pada tahapan ini kuesioner dibuat dalam bentuk google form. kuesioner yang dibuat menggunakan template pernyataan metode System Usability Scale dan untuk hasil jawaban menggunakan metode Net Promoter Score terhadap layanan website Smart Catering yang selanjutnya disebarakan kepada seluruh pengguna website Smart Catering.

Setelah seluruh pengguna mengisi kuesioner maka tahapan selanjutnya adalah Pengolahan data. Dari kuesioner yang dibagikan terdapat 45 data responden terkumpul, data tersebut memiliki jawaban skor 0 - 10 dari 11 pernyataan yang telah dijawab responden. Untuk mengetahui hasil perhitungan maka digunakan persamaan (1).

Selanjutnya kesimpulan dibuat berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada tahapan sebelumnya. Diagram alur penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar 1.

3.2 Jenis Data dan Sumber Data

a) Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang dapat diolah dalam bentuk angka untuk mengetahui hasil akhir dari sebuah penelitian, sehingga apabila data yang tersedia berupa data kualitatif maka data tersebut harus diubah dalam bentuk kuantitatif (data berupa angka) [9]. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada pengguna website Smart Catering.

b) Sumber Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada pengguna website Smart Catering menggunakan Google Form. Pernyataan dalam kuesioner disusun berdasarkan template dari metode SUS. Metode pemberian jawaban yang dilakukan oleh responden menggunakan metode NPS. Selanjutnya kuesioner disebarakan kepada pengguna website Smart Catering. Pengguna yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna dari Smart Catering baik yang telah melakukan transaksi maupun pengguna yang belum melakukan transaksi pada website Smart Catering. Berdasarkan hasil pengamatan yang telah dilakukan maka diperoleh sebanyak 61 pengguna website Smart Catering. Jumlah populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 61 pengguna, dan sampel penelitian sebanyak 45 pengguna. Dalam melakukan analisis pengguna maka dibutuhkan minimal 30 hingga 100 sampel untuk menyatakan validitas terhadap sampel yang mewakili populasi tersebut [10]. Kemudian peneliti mengirimkan kuesioner melalui nomor whatsapp kepada masing-masing pengguna website Smart Catering, sebanyak 45 pengguna telah melakukan pengisian kuesioner.

3.3 Metode pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dimulai dengan membuat kuesioner berdasarkan template metode SUS. Seluruh pernyataan diimplementasikan kedalam google form yang kemudian disebarakan kepada pengguna website Smart Catering. Metode SUS Memiliki 10 pernyataan, setiap pernyataan dalam metode SUS dapat mengukur tingkat

kepuasan pengguna dari sisi kegunaan sistem. Kemudian peneliti menambahkan 1 pernyataan untuk mempertegas tingkat loyalitas pengguna yang umumnya ditanyakan pada setiap survei menggunakan metode NPS untuk mengetahui probabilitas pengguna dalam merekomendasikan website Smart Catering, Seluruh pernyataan pada penelitian ini menggunakan pernyataan *favourable*. Pernyataan *favourable* merupakan pernyataan yang mendukung variabel yang ada dalam pernyataan tersebut [11]. Hal ini berkaitan dengan metode pemberian jawaban yang digunakan adalah metode NPS, metode NPS memiliki karakteristik jawaban dari pernyataan bersifat positif. Kuesioner kemudian disebar pada seluruh pengguna Smart Catering.

Tabel 4. Pernyataan Kuesioner

No	Pernyataan	Kode
1	Saya akan sering menggunakan website Smart Catering	Q1
2	Saya merasa website ini tidak terlalu rumit untuk digunakan	Q2
3	Saya merasa website ini mudah digunakan	Q3
4	Saya tidak membutuhkan bantuan teknis untuk menjelajahi website ini	Q4
5	Saya merasa fitur-fitur yang disediakan di website ini berjalan dengan baik	Q5
6	Saya merasa seluruh bagian dari website ini sangat konsisten	Q6
7	Saya merasa orang lain akan mudah memahami cara menggunakan website ini dengan cepat	Q7
8	Saya merasa website ini tidak akan terlalu sulit digunakan	Q8
9	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan website ini	Q9
10	Saya tidak memerlukan panduan sebelum saya menggunakan website ini dengan baik	Q10
11	Pada skala 0-10, seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan website Smart Catering pada teman atau kolega Anda?	Q11

3.4 Metode pengolahan data

Setelah proses pengumpulan data dilakukan, maka dilanjutkan dengan pengolahan data pengguna. Langkah pertama yang dilakukan adalah dengan mengelompokkan jawaban seluruh responden untuk setiap pernyataan berdasarkan kategori penilaian sesuai pada Tabel 1. Setelah pengelompokkan kategori (*promoter*, *passive*, *detractor*) selesai dilakukan, maka selanjutnya dilakukan perhitungan untuk mengetahui seberapa besar persentase berdasarkan kategori sesuai dengan jawaban dari pengguna. Selanjutnya dilakukan perhitungan untuk mengetahui skor yang diperoleh untuk setiap pernyataan menggunakan persamaan (1). Apabila hasil perhitungan yang diperoleh berbentuk pecahan maka dilakukan pembulatan.

Setelah menghitung skor NPS pada setiap pernyataan. Tahapan selanjutnya adalah menghitung nilai rata-rata seluruh pernyataan untuk mengetahui probabilitas pelanggan dalam merekomendasikan website Smart Catering secara keseluruhan berdasarkan kegunaan sistem.

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara menganalisis hasil perhitungan yang diperoleh untuk setiap pernyataan, setiap pernyataan dapat menggambarkan kegunaan sistem dari berbagai sudut pandang berbeda. Dengan melihat hasil dari perhitungan menggunakan persamaan (1) skor yang diperoleh akan bervariasi diantaranya tidak valid, perlu perbaikan, direkomendasikan dan sangat direkomendasikan yang dapat dilihat pada

Tabel 2. Setiap skor yang dihasilkan pada setiap pernyataan akan menjadi poin penting dalam penarikan kesimpulan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Pengisian Kuesioner

Dari hasil penyebaran kuesioner yang telah dilakukan kepada 61 pengguna, sebanyak 45 pengguna telah melakukan pengisian kuesioner. Hasil pengisian kuesioner yang telah dilakukan oleh pengguna disajikan pada Tabel 5 bersama dengan skor jawaban yang diberikan untuk setiap pernyataan.

Tabel 5: Hasil Pengisian Kuesioner

No	Nama Pengguna	Skor Responden										
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
1	Erlan W.	10	10	10	9	10	10	10	10	10	9	10
2	Indriyana S	10	9	9	10	10	10	8	9	9	10	10
3	Aliza	10	10	9	10	10	10	9	10	9	10	10
4	Alifka Gaung	10	10	10	9	10	9	3	9	10	9	10
5	Nunu	5	9	6	10	6	9	5	9	5	10	7
6	Siti Fadilah W.	7	10	8	10	9	10	8	10	8	10	8
7	Wiwi	8	9	7	8	8	9	8	9	8	9	9
8	A. muh. Ilham	8	9	8	9	8	9	8	9	8	8	8
9	NurulQalbi	8	4	8	3	8	7	8	3	8	3	8
10	Ayu	8	10	8	9	8	8	8	10	8	9	9
11	Rafikah	7	10	9	10	8	10	8	10	7	10	8
12	Mega Utami P	9	10	10	10	10	9	10	10	10	9	9
13	A. Ayu Andini	7	10	7	10	7	10	7	10	7	10	7
14	Dwi R	6	8	7	9	7	8	7	9	5	9	7
15	Wahyuni	1	10	2	9	2	9	2	10	3	9	2
16	DirgaPerdana	9	9	10	9	10	8	9	10	9	9	10
17	Sri nur auliah	8	9	8	9	8	9	8	10	8	10	8
18	Diah	5	9	7	9	6	9	5	10	5	9	5
19	Puput	8	9	9	9	10	9	8	10	8	9	10
20	Suciati W.	5	8	8	6	6	7	5	9	6	7	7
21	Dimas Anugrah	10	10	10	9	10	10	9	10	10	10	10
22	Nuraliyah	7	8	8	7	8	7	7	8	9	7	8
23	YUDA Y. A.	10	8	10	9	10	9	9	10	10	9	10
24	A.muh yusril S.	9	9	9	9	10	10	9	10	9	10	9
25	Arham N	9	10	10	10	10	10	9	10	9	10	10
26	Rifqi Naufal	9	8	9	8	10	9	8	7	8	7	10
27	Lorensius seto	10	9	10	9	10	9	10	10	10	10	10
No	Nama Pengguna	Skor Responden										
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	Q9	Q10	Q11
28	Dhela	5	10	7	10	5	10	5	10	5	10	6
29	Adiva Rachmat	8	8	8	6	9	7	8	8	6	7	8
30	Rizky	3	10	9	10	9	10	8	10	9	9	7
31	Airlia	5	9	8	9	8	8	7	8	8	7	7
32	Ummi Kalsum	6	8	7	8	7	8	6	8	7	8	6
33	Nunu	9	10	5	8	8	8	7	10	8	9	7
34	Aisyanang Dg Ngai	8	8	10	9	9	8	10	9	8	9	10
35	Zulfikar sose	9	10	9	10	9	9	10	9	9	10	9
36	Dwinandika P.	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
37	Doddy Aprianto	8	10	8	9	8	9	10	9	1	10	7

38	Dwi Darma A.P	7	10	8	10	8	8	7	10	7	10	9
39	Siti Aras Ainun	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
40	Abdul khalid	10	10	9	10	10	10	9	10	9	10	10
41	Viena Vanesha	8	10	10	10	9	10	8	10	8	10	8
42	Muh Ariq Dzaky	8	10	9	9	8	9	9	10	10	9	10
43	Ila karmila	10	10	10	9	10	9	9	10	10	9	10
44	Muh Ihsan	9	10	10	8	10	9	9	10	9	8	10
45	Hedyana Alicia	9	10	9	10	10	10	9	10	9	10	10

4.2 Hasil Perhitungan NPS

a. Pernyataan Q1

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q1 mengenai kesediaan pengguna untuk menggunakan website Smart Catering. Hasilnya sebanyak 20 pengguna masuk dalam kategori promoter, 16 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 9 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q1 dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q1

Nilai Promoter	20	$20/45 \times 100$	44%
Nilai Passive	16	$16/45 \times 100$	36%
Nilai Detractor	9	$9/45 \times 100$	20%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 6 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q1, terdapat nilai skor promoter sebanyak 44%, passive 36%, dan detractor dengan skor sebanyak 20%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $44\% - 20\% = 24\%$. Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa untuk memperoleh kesetiaan pengguna dalam menggunakan website Smart Catering maka perlu dilakukan perbaikan.

b. Pernyataan Q2

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q2 mengenai apakah website Smart Catering tidak terlalu rumit untuk digunakan. Hasilnya sebanyak 36 pengguna masuk dalam kategori promoter, 8 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 1 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q2 dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q2

Nilai Promoter	36	$36/45 \times 100$	80%
Nilai Passive	8	$8/45 \times 100$	18%
Nilai Detractor	1	$1/45 \times 100$	2%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 7 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q2, terdapat nilai skor promoter sebanyak 80%, passive 18%, dan detractor

dengan skor sebanyak 2%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $80\% - 2\% = 78\%$. Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa pengguna akan merekomendasikan website Smart Catering dari aspek penggunaan website yang tidak terlalu rumit.

c. Pernyataan Q3

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q3 mengenai tingkat kemudahan penggunaan website Smart Catering. Hasilnya sebanyak 25 pengguna masuk dalam kategori promoter, 17 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 3 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q3 dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q3

Nilai Promoter	25	$25/45 \times 100$	56%
Nilai Passive	17	$17/45 \times 100$	38%
Nilai Detractor	3	$3/45 \times 100$	6%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 8 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q3, terdapat nilai skor promoter sebanyak 56%, passive 38%, dan detractor dengan skor sebanyak 6%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $56\% - 6\% = 50\%$. Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa pengguna akan merekomendasikan website Smart Catering dari aspek kemudahan dalam penggunaan website Smart Catering.

d. Pernyataan Q4

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q4 mengenai seberapa besar bantuan teknis yang dibutuhkan pengguna untuk menjelajahi website Smart Catering. Hasilnya sebanyak 36 pengguna masuk dalam kategori promoter, 6 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 3 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q4 dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q4

Nilai Promoter	36	$36/45 \times 100$	80%
Nilai Passive	6	$6/45 \times 100$	13%
Nilai Detractor	3	$3/45 \times 100$	7%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 9 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q4, terdapat nilai skor promoter sebanyak 80%, passive 13%, dan detractor dengan skor sebanyak 7%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $80\% - 7\% = 73\%$. Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa pengguna akan merekomendasikan

website Smart Catering dari aspek penggunaan website yang tidak memerlukan bantuan teknis dalam menggunakan website tersebut.

e. Pernyataan Q5

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q5 mengenai apakah fitur-fitur pada website Smart Catering berjalan dengan baik. Hasilnya sebanyak 25 pengguna masuk dalam kategori promoter, 15 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 5 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q5 dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q5

Nilai Promoter	25	$25/45 \times 100$	56%
Nilai Passive	15	$15/45 \times 100$	33%
Nilai Detractor	5	$5/45 \times 100$	11%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 10 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q5, terdapat nilai skor promoter sebanyak 56%, passive 33%, dan detractor dengan skor sebanyak 11%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $56\% - 11\% = 45\%$. Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa fitur-fitur yang ada pada website Smart Catering masih memerlukan perbaikan.

f. Pernyataan Q6

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q6 mengenai konsistensi kegunaan sistem pada website Smart Catering. Hasilnya sebanyak 33 pengguna masuk dalam kategori promoter, 12 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 0 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q6 dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q6

Nilai Promoter	33	$33/45 \times 100$	73%
Nilai Passive	12	$12/45 \times 100$	27%
Nilai Detractor	0	$0/45 \times 100$	0%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 11 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q6, terdapat nilai skor promoter sebanyak 73%, passive 27%, dan detractor dengan skor sebanyak 0%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $73\% - 0\% = 73\%$.

Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa website Smart Catering memiliki konsistensi yang baik sehingga sangat direkomendasikan oleh pengguna.

g. Pernyataan Q7

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q7 mengenai seberapa cepat pengguna dalam memahami penggunaan website Smart Catering. Hasilnya sebanyak 19 pengguna masuk dalam kategori promoter, 19 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 7 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q7 dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q7

Nilai Promoter	19	$19/45 \times 100$	42%
Nilai Passive	19	$19/45 \times 100$	42%
Nilai Detractor	7	$7/45 \times 100$	16%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 12 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q7, terdapat nilai skor promoter sebanyak 42%, passive 42%, dan detractor dengan skor sebanyak 16%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $42\% - 16\% = 26\%$. Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa pengguna memerlukan waktu yang lebih untuk memahami penggunaan website Smart Catering sehingga memerlukan perbaikan.

h. Pernyataan Q8

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q8 mengenai seberapa sulit website Smart Catering digunakan. Hasilnya sebanyak 39 pengguna masuk dalam kategori promoter, 5 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 1 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q8 dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q8

Nilai Promoter	39	$39/45 \times 100$	87%
Nilai Passive	5	$5/45 \times 100$	11%
Nilai Detractor	1	$1/45 \times 100$	2%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 13 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q8, terdapat nilai skor promoter sebanyak 87%, passive 11%, dan detractor dengan skor sebanyak 2%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $87\% - 2\% = 85\%$.

Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa pengguna akan merekomendasikan website Smart Catering karena penggunaannya tidak terlalu sulit.

i. Pernyataan Q9

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q9 mengenai hambatan dalam penggunaan website Smart Catering. Hasilnya sebanyak 21 pengguna masuk dalam kategori promoter, 16 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 8 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q9 dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q9

Nilai Promoter	21	$21/45 \times 100$	47%
Nilai Passive	16	$16/45 \times 100$	36%
Nilai Detractor	8	$8/45 \times 100$	17%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 14 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q9, terdapat nilai skor promoter sebanyak 47%, passive 36%, dan detractor dengan skor sebanyak 17%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $47\% - 17\% = 30\%$. Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat beberapa hambatan dalam penggunaan website Smart Catering sehingga masih membutuhkan beberapa perbaikan.

j. Pernyataan Q10

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q10 mengenai apakah pengguna membutuhkan tutorial sebelum menggunakan website Smart Catering. Hasilnya sebanyak 36 pengguna masuk dalam kategori promoter, 8 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 1 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q10 dapat dilihat pada Tabel 15.

Tabel 15. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q10

Nilai Promoter	36	$36/45 \times 100$	80%
Nilai Passive	8	$8/45 \times 100$	18%
Nilai Detractor	1	$1/45 \times 100$	2%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 15 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q10, terdapat nilai skor promoter sebanyak 80%, passive 18%, dan detractor dengan skor sebanyak 2%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $80\% - 2\% = 78\%$. Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa pengguna akan merekomendasikan website Smart Catering karena kemudahan dalam memahami penggunaan website tanpa tutorial.

k. Pernyataan Q11

Berdasarkan hasil dari penyebaran kuesioner kepada pengguna website Smart Catering, maka diperoleh data responden pada pernyataan Q11 mengenai seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan website Smart Catering pada teman atau kolega Anda. Hasilnya sebanyak 25 pengguna masuk dalam kategori promoter, 16 pengguna masuk dalam kategori passive, dan 4 pengguna masuk kedalam kategori detractor. Hasil persentase pengguna berdasarkan kategori terhadap pernyataan Q11 dapat dilihat pada Tabel 16.

Tabel 16. Data Responden Berdasarkan Kategori pada Pernyataan Q11

Nilai Promoter	25	$25/45 \times 100$	56%
Nilai Passive	16	$16/45 \times 100$	36%
Nilai Detractor	4	$4/45 \times 100$	9%
Total Responden	45 Data		100%

Pada Tabel 16 diperlihatkan skor hasil jawaban dari pernyataan-pernyataan kuesioner untuk Pernyataan Q11, terdapat nilai skor promoter sebanyak 56%, passive 36%, dan detractor dengan skor sebanyak 9%. Berdasarkan persamaan (1) maka diperoleh $56\% - 9\% = 47\%$. Berdasarkan Tabel 2, hal ini menunjukkan bahwa website Smart Catering masih memerlukan beberapa perbaikan.

Setelah menghitung hasil data responden untuk setiap pernyataan, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk mencari nilai rata-rata dari seluruh pernyataan berdasarkan jumlah skor yang diperoleh untuk setiap pernyataan, hasilnya dapat dilihat pada Tabel 17.

Tabel 17. Rata-rata Skor NPS Setiap Pernyataan

No	Pernyataan	Jumlah Skor
1	Saya akan sering menggunakan website Smart Catering	24
2	Saya merasa website ini tidak terlalu rumit untuk digunakan	78
3	Saya merasa website ini mudah digunakan	49
4	Saya tidak membutuhkan bantuan teknis untuk menjelajahi website ini	73
5	Saya merasa fitur-fitur yang disediakan di website ini berjalan dengan baik	44
6	Saya merasa seluruh bagian dari website ini sangat konsisten	73
No	Pernyataan	Jumlah Skor
7	Saya merasa orang lain akan mudah memahami cara menggunakan website ini dengan cepat	26
8	Saya merasa website ini tidak akan terlalu sulit digunakan	84
9	Saya merasa tidak ada hambatan dalam menggunakan website ini	29
10	Saya tidak memerlukan panduan sebelum saya menggunakan website ini dengan baik	78
11	Pada skala 0-10, seberapa besar kemungkinan Anda merekomendasikan website Smart Catering pada teman atau kolega Anda?	47
Jumlah Skor		606
Rata-rata Skor(Jumlah/Pernyataan)		55,09

Pada Tabel 17, berdasarkan total jumlah skor 606 yang merupakan hasil penjumlahan jumlah seluruh skor NPS pada setiap kuesioner, skor rata-rata untuk seluruh pernyataan diperoleh

nilai 55,09%. Secara keseluruhan pengguna akan merekomendasikan website Smart Catering.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka secara garis besar website Smart Catering telah memenuhi harapan pengguna dengan skor yang diperoleh secara keseluruhan yaitu 55,09%. Hal tersebut menandakan bahwa kemungkinan besar pengguna akan merekomendasikan website Smart Catering kepada teman dan kolega ditinjau dari kegunaan website Smart Catering.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Fadlil, R. Umar, and F. Juliansyah, "Klasifikasi Loyalitas Pengguna Data Alumni Pada Forlap Dikti Menggunakan Metode Net Promotore Score," *Jurnal Riset Komputer*, vol. 9, no. 3, pp. 2407–389, 2022, doi: 10.30865/jurikom.v9i3.4363.
- [2] R. Puspitaningtias, J. Widodo, and M. Zulianto, "ANALISIS LOYALITAS MEREK LAPTOP ASUS DENGAN NET PROMOTERS SCORE (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Program Studi Sistem Informasi Angkatan 2016 Universitas Jember)," *JURNAL PENDIDIKAN EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, vol. 14, no. 1, p. 208, Apr. 2020, doi: 10.19184/jpe.v14i1.12039.
- [3] Roselina, E. (2016). Pemetaan Profil Pasien/Klien Rumah Sakit Umum Daerah (RSUD) Kota X Menggunakan Net Promoter Score. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 4(1), 35–42.
- [4] Nur Imam Rhamdani. (2021). Net Promoter Score sebagai Tolok Ukur Ketercapaian Customer Loyalty Peserta Pekerja Penerima Upah Badan Usaha. *Jurnal Jaminan Kesehatan Nasional (JJKN)*, 1(2), 123–135. <https://doi.org/10.53765/jjkn.v1i2.34>
- [5] E. Rosenzweig, "Usability Testing," in *Successful User Experience: Strategies and Roadmaps*, Elsevier, 2015, pp. 131–154. doi: 10.1016/b978-0-12-800985-7.00007-7.
- [6] J. Sauro and J. R. Lewis, "Did We Meet or Exceed Our Goal?," in *Quantifying the User Experience*, Elsevier, 2012, pp. 41–62. doi: 10.1016/b978-0-12-384968-7.00004-7.
- [7] J. Sauro and J. R. Lewis, "Standardized usability questionnaires," in *Quantifying the User Experience*, Elsevier, 2016, pp. 185–248. doi: 10.1016/b978-0-12-802308-2.00008-4.
- [8] Natashya Situmorang. (2014). *PENGUKURAN LOYALITAS PELANGGAN PADA PRODUK-PRODUK BRAND INDONESIA DENGAN METODE NET PROMOTER SCORE (NPS) PADA KONSUMEN KELAS MENENGAH KOTA MEDAN*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Sumatra Utara: Medan.
- [9] B. Dwi Suharminto *et al.*, "UJI KUALITAS WEBSITE INDONESIA MENGGUNAKAN METODE SYSTEM USABILITY SCALE (SUS)," vol. 16, no. 1, 2022, doi: 10.47111/JTI.
- [10] Marlindawati, "Analisis Kualitas Layanan Sistem Informasi Menggunakan SERVQUAL," *Semin. Nas. Apl. Teknol. Inf.*, no. 12, pp. 47–52, 2013.
- [11] Azwar, S. 2015. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar