

Analisis Kualitas Website Gramedia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode WebQual 4.0

¹Adhithia Bagus Pratama, ²Almy Rizki Akbar, ³Rafael Syafiq

Sistem Informasi, Ilmu Komputer, Universitas Pamulang, Kota Tangerang Selatan, Indonesia

¹bgsxprrtm@gmail.com, ²rizkyalmy@gmail.com, ³rafaelsyafiq7@gmail.com.

Abstract

This study aims to analyze the quality of the Gramedia website and its impact on user satisfaction using the WebQual 4.0l method. The research method employed is descriptive quantitative, with data collected through digital questionnaires distributed to 14 active users. The research instrument was measured based on three main WebQual 4.0 dimensions: usability, information quality, and service interaction quality. The results indicate that the Gramedia website maintains high-quality standards, with the accessibility (usability) dimension achieving the highest score (64.4%). Furthermore, 85.7% of respondents expressed satisfaction with the service interaction, and 78.6% regularly engage in shopping transactions. However, the aspect of information accuracy requires slight optimization regarding real-time stock data synchronization. Overall, the quality of the Gramedia website has successfully met user expectations and functions effectively as a digital literacy solution.

Keywords: WebQual 4.0, User Satisfaction, Gramedia Website, Service Quality.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas layanan website Gramedia dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna dengan menggunakan metode WebQual 4.0. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner digital kepada 14 responden aktif. Instrumen penelitian diukur berdasarkan tiga dimensi utama WebQual 4.0: kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*service interaction*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa website Gramedia memiliki kualitas yang sangat baik, dengan dimensi aksesibilitas (*usability*) memperoleh skor tertinggi (64,4%). Selain itu, 85,7% responden merasa puas dengan interaksi layanan dan 78,6% responden secara rutin melakukan transaksi belanja. Meskipun demikian, aspek akurasi informasi masih memerlukan sedikit optimalisasi dalam hal sinkronisasi data stok secara *real-time*. Secara keseluruhan, kualitas website Gramedia telah berhasil memenuhi ekspektasi pengguna dan berperan efektif sebagai solusi literasi digital.

Kata Kunci: WebQual 4.0, Kepuasan Pengguna, Website Gramedia, Kualitas Layanan.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan Transformasi digital dalam industri literasi menuntut penyedia layanan seperti Gramedia untuk mengoptimalkan platform *e-commerce* mereka. Sebagai salah satu toko buku terbesar, website Gramedia berperan krusial dalam memudahkan akses masyarakat terhadap produk literasi. Namun, keberhasilan platform ini sangat bergantung pada kualitas layanan digital yang dirasakan langsung oleh pengguna. Kualitas website yang kurang optimal dapat menjadi penghambat bagi mitra dalam memperoleh informasi dan melakukan transaksi secara efektif.

Menurut penelitian oleh Hidayat & Setyawati (2023), kualitas layanan digital yang mencakup kemudahan navigasi dan kecepatan akses menjadi faktor penentu utama dalam mempertahankan loyalitas konsumen pada

platform belanja buku daring. Kepuasan pengguna menjadi indikator utama dalam mengukur keberhasilan implementasi teknologi informasi. Permasalahan yang sering muncul biasanya berkaitan dengan kemudahan akses, akurasi data stok, dan kualitas interaksi layanan. Sejalan dengan hal tersebut, Pratama et al. (2021) menyatakan bahwa integrasi sistem informasi yang akurat mampu meminimalkan tingkat kesalahan data yang diterima oleh pengguna akhir.

Untuk mengevaluasi hal tersebut secara objektif, penelitian ini menggunakan metode WebQual 4.0 yang mencakup dimensi kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*service interaction*). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas website Gramedia dan dampaknya terhadap kepuasan pengguna melalui pengumpulan data dari responden aktif sebagai upaya memberikan

rekomendasi bagi peningkatan kualitas layanan digital di masa mendatang.

B. PELAKSAAAN DAN METODE

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk mengukur kualitas website Gramedia secara objektif berdasarkan persepsi pengguna melalui metode *purposive sampling*, di mana kriteria utamanya adalah individu yang memiliki pengalaman berinteraksi dan bertransaksi di platform Gramedia.com.

Pendekatan deskriptif kuantitatif ini dipilih karena relevansinya dalam menjelaskan fenomena kualitas layanan pada populasi tertentu secara sistematis dan terukur (Santoso, 2020). Pengumpulan data primer dilakukan melalui instrumen kuesioner digital yang dirancang menggunakan skor 1 hingga skor 3, mulai dari kategori "Sangat Tidak Setuju" hingga "Sangat Setuju", untuk memperoleh kedalaman data mengenai tingkat kepuasan pengguna. Variabel penelitian diadaptasi sepenuhnya dari kerangka kerja metode WebQual 4.0 yang mencakup tiga dimensi fundamental, yaitu kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*service interaction*). Instrumen ini telah terstandarisasi secara internasional untuk mengevaluasi kualitas layanan web secara komprehensif (Wati & Rahmawati, 2022).

Prosedur penelitian dimulai dari tahap identifikasi fenomena digitalisasi literasi, penyusunan butir kuesioner, uji validitas instrumen, hingga tahap penyebaran kepada responden secara daring. Setelah data terkumpul, proses pengolahan dilakukan secara sistematis melalui teknik analisis deskriptif. Analisis ini menggunakan perhitungan nilai persentase untuk menentukan tren persepsi responden pada setiap indikator dimensi WebQual 4.0. Perhitungan tersebut dilakukan dengan menerapkan persamaan matematika sebagai berikut:

$$P = F / N \times 100\%$$

Dalam persamaan diatas, P merepresentasikan nilai persentase yang dicari, F menunjukkan frekuensi jawaban responden pada skor tertentu, dan N adalah total jumlah sampel penelitian. Hasil perhitungan tersebut kemudian diinterpretasikan ke dalam kategori penilaian tertentu untuk menghasilkan kesimpulan yang akurat mengenai efektivitas dan kualitas website Gramedia (Aditama, 2021). Seluruh rangkaian metodologi ini disusun guna memastikan bahwa luaran penelitian memiliki validitas yang kuat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis kualitas website Gramedia dalam penelitian ini dilakukan dengan mengadopsi instrumen metode WebQual 4.0 yang divalidasi melalui persepsi 30 responden. Evaluasi difokuskan pada tiga dimensi utama, yaitu kualitas penggunaan (*usability*), kualitas informasi

(*information quality*), dan kualitas interaksi layanan (*service interaction*). Sebagai langkah awal, identifikasi karakteristik responden menunjukkan bahwa platform Gramedia.com memiliki basis pengguna yang sangat loyal, di mana 78,6% responden dikategorikan sebagai pengguna aktif dengan intensitas belanja yang tinggi. Sisanya sebesar 21,4% merupakan pengguna aktif yang cenderung memanfaatkan platform untuk eksplorasi informasi produk tanpa melakukan transaksi rutin.

Temuan ini menegaskan bahwa website Gramedia telah berhasil menjalankan fungsinya sebagai platform transaksional yang relevan dengan kebutuhan literasi digital masyarakat saat ini (Wibowo & Kusuma, 2022). Data primer yang dikumpulkan kemudian diolah secara statistik deskriptif untuk melihat distribusi penilaian pada setiap dimensi. Perhitungan persentase dilakukan menggunakan rumus persamaan, di mana hasil tabulasi disajikan dalam Tabel 1 untuk membandingkan kategori penilaian pengguna.

Tabel 1. Distribusi Persentase Penilaian Dimensi WebQual 4.0

Dimensi WebQual	Skor 1	Skor 2	Skor 3
Usability	14.2%	64.4%	21.4%
Information Quality	21.4%	57.2%	21.4%
Service Interaction	14.2%	57.2%	28.6%

Pada dimensi kualitas penggunaan (*usability*), website Gramedia menunjukkan performa yang dominan dengan raihan skor "Bagus" sebesar 64,4%. Penilaian tinggi pada aspek aksesibilitas dan navigasi ini mengindikasikan bahwa desain antarmuka platform telah mampu memberikan kemudahan operasional bagi pengguna. Sejalan dengan pendapat Sari & Handayani (2024), aspek *usability* yang matang pada situs retail berbanding lurus dengan efisiensi pengalaman belanja konsumen. Sementara itu, pada dimensi kualitas informasi (*information quality*), mayoritas responden (57,2%) memberikan respon positif terhadap akurasi data produk.

Meskipun demikian, adanya penilaian rendah sebesar 21,4% memberikan sinyal urgensi bagi pihak pengelola untuk memperkuat sinkronisasi inventaris secara *real-time*. Menurut Lestari (2025), akurasi informasi stok merupakan pilar utama dalam mempertahankan kepercayaan pengguna pada ekosistem *e-commerce*. Aspek terakhir yaitu kualitas interaksi layanan (*service interaction*) juga memperoleh capaian yang signifikan, dengan akumulasi respon positif mencapai 85,8% (kombinasi kategori Bagus dan Sangat Bagus). Keamanan sistem pembayaran dan responsivitas layanan bantuan menjadi faktor determinan yang membentuk persepsi positif responden.

Hal ini selaras dengan studi Fauzi (2022) yang menekankan bahwa kualitas interaksi yang andal adalah kunci dalam memitigasi risiko persepsian pengguna saat bertransaksi secara daring. Secara integratif, hasil analisis ini menunjukkan korelasi kuat antara kualitas website secara menyeluruh dengan kepuasan pengguna.

Meskipun terdapat beberapa ruang perbaikan pada aspek sinkronisasi informasi, secara umum website Gramedia dinilai sebagai platform yang kompetitif dan mampu memberikan kepuasan maksimal bagi penggunaannya (Nugroho & Saputra, 2024). Keberhasilan implementasi WebQual 4.0 dalam evaluasi ini memberikan rekomendasi strategis bagi pengembangan layanan literasi digital yang lebih adaptif di masa depan.

D. PENUTUP

Berdasarkan hasil analisis kualitas website Gramedia menggunakan metode WebQual 4.0, dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan platform tersebut telah memenuhi standar kualitas yang sangat baik dalam melayani kebutuhan literasi pengguna. Dimensi *usability* menjadi faktor keunggulan utama yang memberikan kontribusi signifikan terhadap kenyamanan akses dan kemudahan navigasi bagi responden. Hal ini membuktikan bahwa antarmuka yang intuitif mampu menekan hambatan teknis pengguna dalam berinteraksi dengan sistem (Wati & Rahmawati, 2022).

Selain itu, dimensi *service interaction* yang responsif turut membangun kepercayaan mitra dalam melakukan transaksi digital secara aman. Tingginya angka loyalitas pengguna yang tercermin dari intensitas belanja menunjukkan bahwa kualitas website secara fungsional telah selaras dengan ekspektasi pasar digital saat ini (Ramadhan, 2023). Meskipun kualitas website dinilai positif secara kolektif, hasil penelitian mengidentifikasi adanya kebutuhan optimasi pada dimensi *information quality*, khususnya terkait akurasi sinkronisasi data stok secara *real-time*. Oleh karena itu, disarankan bagi pengelola website Gramedia untuk memperkuat integrasi basis data inventaris guna memastikan transparansi informasi produk bagi konsumen (Lestari, 2025).

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas cakupan sampel dan menggunakan metode analisis

statistik inferensial seperti *Structural Equation Modeling* (SEM) untuk menguji kekuatan pengaruh antar-variabel secara lebih spesifik. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan dalam pengembangan ekosistem belanja buku daring yang lebih adaptif, andal, dan berorientasi pada kepuasan pengguna di masa depan (Hidayat & Setyawati, 2023).

E. DAFTAR PUSTAKA

- :
- Aditama, R. (2021). *Metodologi Penelitian Analisis Data Kuantitatif*. Jurnal Informatika dan Bisnis, 9(2), 78-85.
- Fauzi, A. (2022). *Analisis Kualitas Layanan E-commerce Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Sistem Informasi, 12(1), 45-56.
- Hidayat, R., & Setyawati, L. (2023). *Digital Literacy and E-commerce Quality Analysis*. International Journal of Digital Business, 5(2), 101-115.
- Lestari, P. (2025). *Akurasi Informasi Stok pada Platform E-commerce Indonesia*. Jurnal Teknologi Informasi, 14(1), 33-40.
- Nugroho, D., & Saputra, M. (2024). *Manajemen Kepuasan Pengguna di Era Digital*. Jurnal Ekonomi dan Manajemen, 11(3), 150-162.
- Pratama, B., et al. (2021). *Akurasi Informasi dalam Sistem Layanan Daring*. Jurnal Teknologi Komputer, 8(3), 210-222.
- Ramadhan, F. (2023). *Uji Reliabilitas WebQual 4.0 pada Website Belanja Online*. Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis, 6(2), 88-95.
- Santoso, H. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif untuk Pemula*. Yogyakarta: Penerbit Media Ilmu.
- Sari, K., & Handayani, T. (2024). *Evaluasi Usability pada Website Retail Indonesia*. Jurnal Sains dan Teknologi, 15(1), 12-25.
- Wati, E., & Rahmawati, S. (2022). *Penerapan WebQual 4.0 untuk Pengukuran Kualitas Website*. Jurnal Manajemen Informatika, 10(4), 300-312.