



**LAPORAN PENELITIAN**

**THE ROLE OF WEBQUAL 4.0: SHOPEE USER  
SATISFACTION IN MUNJUNGAN DISTRICT**

**Oleh :**

Muhammad Riyan Prasetyo	(2012010383)
Basthoumi Muslih, M.M.	(0701018607)
Dodi Kusuma Hadi Soedjoko, S.H., M.M.	(0715127402)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
JUNI 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : The Role of Webqual 4.0: Shopee User Satisfaction in Munjungan District
2. Ketua
- a. Nama Lengkap : Muhammad Riyan Prasetyo
- b. NPM : 2012010383
- c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
- d. Alamat Rumah : RT 05/ RW 01, Dusun Krajan, Desa Karangturi, Kec. Munjungan, Kota/Kab. Trenggalek, Jawa Timur
- e. Telp./HP : 082244699904
- f. Email : [rprasetyo037@gmail.com](mailto:rprasetyo037@gmail.com)
3. Jangka waktu Penelitian : 2 bulan
4. Pembiayaan :
- a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
- b. Sumber Lain : Rp 15.000.000
- Jumlah Seluruhnya : Rp 15.000.000

Mengetahui,  
Kaprosdi Manajemen



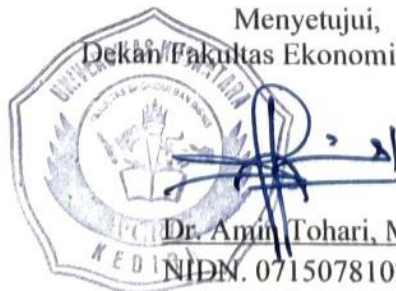
Restin Meilina, M.M.  
NIDN. 0721058605

Kediri, 12 Juli 2024  
Ketua,



Muhammad Riyan Prasetyo  
NPM. 2012010383

Menyetujui,  
Dekan/Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Tohari, M.Si.  
NIDN. 0715078102

## KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah Yang Maha Kuasa, kami berhasil menyelesaikan tugas penyusunan Laporan Penelitian ini. Penulisan Laporan Penelitian ini merupakan bagian dari langkah-langkah dalam merencanakan penelitian guna menyusun skripsi sebagai syarat untuk meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M.) di program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penelitian ini difokuskan pada eksplorasi mengenai Peran Webqual 4.0 dalam meningkatkan *User Satisfaction* di *platform Shopee*, khususnya di Kecamatan Munjungan.

Dalam penyelesaian penelitian ini, penulis telah mendapat bantuan dan bimbingan dari banyak pihak, baik dari awal pelaksanaan penelitian sampai pada penyusunan skripsi ini, untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yaitu Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd.
2. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri, Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si.
3. Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri, Ibu Restin Meilina, M.M.
4. Dosen Pembimbing I, Bapak Basthoumi Muslih, M.M. yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan Laporan Penelitian.
5. Dosen Pembimbing II, Bapak Dodi Kusuma Hadi Soedjoko, S.H., M.M. yang telah membimbing saya untuk menyelesaikan Laporan Penelitian.

6. Serta kepada semua pihak lain yang telah membantu, namun tidak dapat disebutkan satu per satu dalam penyelesaian Laporan Penelitian ini.

Kami menyadari bahwa Laporan Penelitian ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak.

Kediri, 20 Juni 2024



**Muhammad Riyan Prasetyo**  
NPM : 2012010383

## RINGKASAN

Penelitian ini mengkaji peran WebQual 4.0 dalam konteks *User Satisfaction* Shopee di Kecamatan Munjungan, dengan fokus pada tiga dimensi utama: *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction*. Kecamatan Munjungan dipilih sebagai subjek penelitian karena lokasinya yang terpencil dan tantangan khusus yang dihadapi pengguna, seperti kurangnya pelatihan, kualitas data produk yang kurang memadai, opsi pembayaran terbatas, dan kekhawatiran keamanan transaksi online. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan kuesioner dan teknik pengambilan sampel acak sederhana, serta mengaplikasikan berbagai uji statistik untuk analisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga dimensi WebQual 4.0 memiliki pengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* Shopee di Kecamatan Munjungan, baik secara parsial maupun simultan. *usability*, *interaction quality*, dan *service interaction* terbukti berkontribusi positif terhadap tingkat *user satisfaction*. Semakin baik kinerja Shopee dalam ketiga aspek ini, semakin tinggi pula kepuasan pengguna di daerah tersebut. Temuan ini menekankan pentingnya Shopee untuk terus meningkatkan kemudahan penggunaan platform, memastikan akurasi dan keandalan informasi produk, serta meningkatkan kualitas interaksi layanan pelanggan.

Penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna *e-commerce* di daerah terpencil seperti Kecamatan Munjungan. Dengan memahami peran penting dari *usability*, *interaction quality*, dan *service interaction*, Shopee dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan pengalaman pengguna dan mengatasi tantangan unik yang dihadapi oleh konsumen di daerah-daerah serupa. Hasil penelitian ini dapat menjadi dasar bagi Shopee untuk melakukan penyesuaian dan perbaikan layanan, sehingga dapat lebih baik memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna di berbagai konteks geografis dan sosial ekonomi.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
RINGKASAN .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	4
BAB II KAJIAN TEORI.....	6
A. Teori <i>User Satisfaction</i> (Kepuasan Pengguna) .....	6
1. Pengertian <i>User Satisfaction</i> (Kepuasan Pengguna) .....	6
2. Faktor yang mempengaruhi <i>User Satisfaction</i> (Kepuasan Pengguna).....	7
3. Indikator <i>User Satisfaction</i> (Kepuasan Pengguna) .....	8
B. <i>Usability</i> (Kegunaan) .....	9
1. Pengertian <i>Usability</i> (Kegunaan) .....	9
2. Faktor yang mempengaruhi <i>Usability</i> (Kegunaan) .....	10
3. Indikator <i>Usability</i> (Kegunaan).....	12
C. <i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi).....	13
1. Pengertian <i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi) .....	13
2. Indikator <i>Information Quality</i> (Kualitas Informasi).....	14
D. <i>Service Interaction</i> (Interaksi Layanan).....	15
1. Pengertian <i>Service Interaction</i> (Interaksi Layanan).....	15
2. Indikator <i>Service Interaction</i> (Interaksi Layanan) .....	17
BAB III METODE PENELITIAN .....	20
A. Deskripsi Metode Penelitian .....	20

B.	Rincian Proses Pengumpulan Data .....	21
C.	Sasaran Penelitian .....	22
D.	Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data.....	22
	1. Uji Validitas .....	23
	2. Uji Reliabilitas.....	25
E.	Prosedur Analisis Data.....	26
	1. Uji Asumsi Klasik .....	26
	2. Uji Regresi Linear Berganda .....	28
	3. Uji Koefisien Determinasi.....	29
	4. Uji Parsial (Uji t).....	29
	5. Uji Simultan (Uji F) .....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		31
A.	Hasil Penelitian .....	31
	1. Uji Asumsi Klasik .....	31
	2. Uji Regresi Linear Berganda .....	34
	3. Uji Koefisien Determinasi.....	36
	4. Uji Parsial (Uji t).....	37
	5. Uji Simultan (Uji F) .....	38
B.	Pembahasan.....	39
	1. Pengaruh <i>Usability</i> terhadap <i>User Satisfaction</i> Shopee .....	39
	2. Pengaruh <i>Information Quality</i> terhadap <i>User Satisfaction</i> Shopee .....	41
	3. Pengaruh <i>Service Interaction</i> terhadap <i>User Satisfaction</i> Shopee .....	42
	4. Pengaruh <i>Usability, Information Quality, dan Service Interaction</i> terhadap <i>User Satisfaction</i> Shopee.....	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....		45
A.	Kesimpulan .....	45
B.	Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA .....		48

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Alternatif Jawaban Responden.....	23
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Masing-masing Variabel.....	24
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Masing-masing Variabel .....	25
Tabel 4. 1 Hasil Uji Multikolinearitas.....	33
Tabel 4. 2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	35
Tabel 4. 3 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	36
Tabel 4. 4 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	37
Tabel 4. 5 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	39



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Plot Probabilitas Normalitas .....	32
Gambar 4. 2 Scatterplot.....	34

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Instrumen Penelitian .....	51
Lampiran 2 Tabulasi Angket .....	55
Lampiran 3 Dokumentasi .....	59
Lampiran 4 Artikel yang di Publikasikan .....	60

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Di era globalisasi, internet mempermudah segalanya, seolah-olah dunia berada dalam genggaman kita, memungkinkan masyarakat untuk dengan mudah mengakses berbagai bidang. Dunia ini dikenal sebagai dunia online, terlihat dalam bidang pendidikan, jasa transportasi, jual beli barang, hingga hiburan. Dampak globalisasi ini terlihat dari perubahan budaya, pola hidup masyarakat, dan perilaku sosial mereka (Sardanto & Muslih, 2019). Perkembangan teknologi yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah mempengaruhi cara berbelanja masyarakat di era modern. Kini, masyarakat dapat dengan mudah memperoleh apa yang mereka butuhkan melalui berbagai marketplace besar di Indonesia, salah satunya adalah Shopee, yang tetap populer di kalangan masyarakat. Data dari katadata.com mencatat bahwa pada kuartal ketiga 2020, Shopee mencapai peringkat pertama dalam jumlah pengunjung situs terbesar, dengan total 96,5 juta. Hal ini disebabkan oleh banyaknya ulasan dan penilaian positif pada produk Shopee, yang mendorong masyarakat untuk berbelanja melalui platform tersebut (Aradatin et al., 2021).

Shopee telah berhasil menarik jutaan pengguna dari berbagai lapisan masyarakat. Shopee berkomitmen untuk menyediakan pengalaman berbelanja online yang nyaman dan aman. Selain itu, Shopee juga menawarkan berbagai promosi menarik dan pilihan pembayaran yang beragam untuk menarik lebih

banyak konsumen. Namun, seiring dengan pertumbuhan pengguna, berbagai tantangan juga muncul yang perlu diatasi untuk menjaga tingkat kepuasan pengguna.

Dalam konteks *e-commerce*, *usability* merujuk pada kemudahan dan efisiensi dengan mana pengguna dapat berinteraksi dengan *platform*. *Usability* yang baik mencakup navigasi yang sederhana, antarmuka yang ramah pengguna, dan fitur-fitur yang mudah diakses. Kualitas informasi merupakan faktor krusial dalam menentukan kepuasan pengguna sistem informasi. Informasi yang berkualitas tinggi cenderung meningkatkan kepuasan pengguna karena membantu mereka dalam memutuskan mana yang lebih baik dan efisien untuk dipilih (Mar'atus Solikah et al., 2019). *Information quality*, di sisi lain, mengacu pada keakuratan, relevansi, dan keandalan informasi produk yang disediakan oleh *platform*. Kualitas informasi yang tinggi membantu pengguna membuat keputusan pembelian yang lebih baik. *Service interaction* merupakan aspek penting dalam kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Nurfi'ah et al., 2022). *Service interaction* mencakup berbagai aspek layanan pelanggan, mulai dari respon cepat terhadap pertanyaan pengguna hingga penyelesaian masalah yang efektif. Interaksi layanan yang baik meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna. *User satisfaction* adalah hasil akhir yang diinginkan dari pengoptimalan semua variabel ini, mencerminkan tingkat kepuasan pengguna

terhadap keseluruhan pengalaman berbelanja mereka. Variabel *usability*, *quality information*, dan *service interaction* memiliki pengaruh signifikan terhadap *user satisfaction* dalam penggunaan aplikasi berbasis teknologi.

Penelitian ini mengeksplorasi tiga dimensi utama dari WebQual 4.0: *usability*, *quality information*, dan *service interaction*, serta bagaimana ketiga faktor ini mempengaruhi *user satisfaction*. Kecamatan Munjungan dipilih sebagai subjek penelitian karena lokasinya yang terpencil dan tantangan khusus yang dihadapi pengguna di daerah tersebut, seperti kurangnya pelatihan atau bantuan dalam menggunakan *platform*, kualitas data produk yang kurang memadai, opsi pembayaran yang terbatas, dan kekhawatiran terhadap keamanan transaksi *online*. Pengguna Shopee di Kecamatan Munjungan menghadapi sejumlah kendala yang mempengaruhi pengalaman berbelanja mereka. Salah satu masalah utama adalah kurangnya pelatihan atau arahan yang tepat, sehingga banyak pengguna kesulitan menggunakan platform ini dengan sukses. Selain itu, keputusan pembelian sering kali terhambat oleh informasi produk yang tidak memadai atau tidak dapat diandalkan. Terbatasnya pilihan opsi pembayaran juga menjadi kendala signifikan, mengurangi efisiensi dan kenyamanan dalam penggunaan aplikasi Shopee. Lebih lanjut, pengetahuan yang terbatas mengenai keamanan transaksi online menimbulkan keresahan di kalangan warga Munjungan, membuat mereka merasa kurang aman saat berbelanja online. Kondisi ini menunjukkan perlunya

peningkatan pada aspek *usability*, *quality information*, dan *service interaction* untuk meningkatkan *user satisfaction* di daerah tersebut.

Berdasarkan hal di atas, perlu dikaji lebih lanjut tentang *usability*, *interaction quality*, dan *service interaction* agar Shopee dapat terus meningkatkan pengalaman dan *User Satisfaction*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis bagi Shopee untuk meningkatkan kemudahan penggunaan platform, memastikan informasi produk yang disajikan akurat dan dapat diandalkan, serta meningkatkan interaksi layanan pelanggan yang efektif. Dengan demikian, Shopee dapat terus beradaptasi dengan kebutuhan dan harapan pengguna, terutama di daerah-daerah yang mungkin menghadapi tantangan unik seperti Kecamatan Munjungan. Atas dasar pemikiran tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“The Role of Webqual 4.0: Shopee User Satisfaction in Munjungan District”**.

## **B. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan latar belakang yang telah diuraikan, laporan penelitian ini bertujuan untuk mencapai hal-hal berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Usability* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *User Satisfaction* Shopee di Kecamatan Munjungan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Information Quality* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *User Satisfaction* Shopee di Kecamatan Munjungan.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Service Interaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *User Satisfaction* Shopee di Kecamatan Munjungan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *User Satisfaction* Shopee di Kecamatan Munjungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ardi, A. N. (2019). Pengaruh Kualitas Website Lazada Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen Di Indonesia. *Universitas Jember*, 1–76.
- Amarin, S., Wijaksana, T. I., Bisnis, A., & Telkom, U. (2021). *Pengaruh Kualitas Sistem , Kualitas Informasi , Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen ( Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka Di Kota Bandung )*. 4(1), 37–52.
- Aradatin, S. A. Al, Basthoumi Muslih, M. ., & Restin Meilina, M. (2021). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Angkatan 2017 Unp Kediri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Issn : 2776- 8171*.
- Bevan, S. (2015). *Economic Impact Of Musculoskeletal Disorders (Msds) On Work In Europe*. Best Practice Research Clinical Rheumatology.
- Bintari, W. P., Udayana, I., & Maharani, B. D. (2022). Pengaruh Usability, Information Quality, Dan Service Interaction Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Tokopedia Di Kabupaten Kediri). *Jurnal Perspektif*, 20(1), 68–75. <https://doi.org/10.31294/Jp.V20i1.12286>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Sage Publications, Thousand Oaks.
- Eppler, M. J. (2019). *Managing Information Quality: Increasing The Value Of Information In Knowledge-Intensive Products And Processes*. Springer. New York.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Grönroos, C. (2015). *Service Management And Marketing: Managing The Service Profit Logi*. Wiley.
- Hartson, R., & Pyla, P. S. (2019). *The Ux Book: Process And Guidelines For Ensuring A Quality User Experience*. Morgan Kaufmann, California.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing (17th Ed.)*. Pearson Education, New York.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. In *Pearson Education (15th Ed.)*. Pearson Education, New York.
- Lazar, J., Feng, J. H., & Hochheiser, H. (2017). *Research Methods In Human-Computer Interaction (2nd Ed.)*. Morgan Kaufmann, California.
- Lovelock, C. H., & Wirtz, J. (2016). *Services Marketing: People, Technology, Strategy*. Pearson, Global Edition.
- Mar'atus Solikah, Kusumaningtyas, D., Bhirawa, S. W. S., & Muslih, B. (2019).



- Sistem Informasi (Sebuah Pendekatan Evaluatif Berbasis Riset). In *Sistem Informasi* (Vol. 2).
- Nurff'ah, S., Puspasari, I. D., & Paramitha, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Maulana Laundry. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7(1), 1–8.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2018). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions And Expectation*. Free Press.
- Prakosa, Y. D., Novita, D., & Kesuma, D. P. (2020). Analisis Kualitas Layanan Ppdb Online Di Sma Xaverius 2 Palembang Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 1(2), 199–211. <https://doi.org/10.35957/Jtsi.V1i2.517>
- Preece, J., Sharp, H., & Rogers, Y. (2015). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction (5th Ed.)*. John Wiley & Sons.
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas Dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1), 67–78. <https://doi.org/10.37932/J.E.V11i1.167>
- Sadiq, S., & Indulska, M. (2021). *Information Quality: The Potential Of Data And Analytics To Generate Knowledge*. Springer Nature.
- Safera, R. A., Indrayani, E., & Ardiensyah. (2022). Pengaruh Kualitas Website “Pejabat Pengelola Informasi Dan Dokumentasi (Ppid)” Terhadap Kepuasan Pengguna Di Dinas Komunikasi Dan Informatika Kabupaten Pematang. *Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah*, 14(1), 80–96. <https://doi.org/10.33701/Jiagd.V14i1.2709>
- Sardanto, R., & Muslih, B. (2019). *Dramaturgi: Impression Management “Seorang Pirel” Atas Kepuasan Pelanggan Warkop Karaoke Di Tulungagung*. 341–348.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Cv Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah Dipahami*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Tanriady, E. P., Munir, A., & Surasa, H. (2023). Implementasi Metode Webqual 4.0 Dalam Menganalisis Kepuasan Pengguna Website Search Buddy. *Kharisma Tech*, 19(1), 75–85. <https://doi.org/10.55645/Kharimatech.V19i1.470>
- Yulianti, E. (2024). Pengaruh Security , Trust , Usability , Dan Usefulness Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Aplikasi Seabank Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur. 5(6), 3167–3182.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2016). *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm*. Mcgraw-Hill Education.