

Abstrak

Indonesia merupakan pasar *e-commerce* terbesar di Asia Tenggara dengan kontribusi hingga lima puluh persen dari seluruh transaksi di wilayah ini. Ditengah berkembangnya *e-commerce* yang semakin pesat, terdapat banyak keluhan yang harus diperbaiki pada *e-commerce* seperti barang yang diterima tidak sesuai dengan pesanan, pembatalan pesanan secara sepihak, sistem *refund* yang sangat lamban, serta *customer service* yang kurang tanggap. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas *website e-commerce*, mengetahui atribut mana saja yang membutuhkan perbaikan serta melakukan rancangan perbaikan pada *website e-commerce*. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Importance Performance Analysis* berdasarkan metode *Webqual 4.0* yang terdiri dari 5 dimensi dengan 22 atribut dan juga metode *E-Recovery Website Quality* yang terdiri dari 3 dimensi dengan 11 atribut. Penelitian ini menggunakan data dari 103 responden yang menggunakan *website e-commerce* Shopee dan Tokopedia. Hasil kuesioner melalui uji *validitas* dan uji *reliabilitas* yang digunakan untuk menganalisis keandalan item dan layak atau tidaknya hasil *kuesioner*. Temuan menunjukkan terdapat 8 atribut yang berpengaruh pada kepuasan pelanggan akan tetapi masih jauh dari *ekpektasi*, sehingga perlu dijadikan fokus perbaikan. Rancangan perbaikan kualitas *website e-commerce* Tokopedia digambarkan melalui *House Of Quality (HOQ)* dengan 7 karakteristik teknik yang diperlukan untuk perbaikan kualitas *website e-commerce*, sehingga dapat dilakukan strategi manajemen pemasaran yang efektif untuk mengatasi ketatnya persaingan di industri *E-commerce*.

Kata Kunci: *Website quality, Webqual 4.0, E-RecS-Qual, E-commerce, HOQ, Customer satisfaction*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Abstract

Indonesia is the largest e-commerce market in Southeast Asia contributing to fifty percent of all transactions in the region. In the midst of the rapid growth of e-commerce, there are many complaints that need to be addressed in e-commerce such as unacceptable goods received, unilateral cancellations, slow refund systems, and less responsive customer service. This study was conducted to analyze the quality of e-commerce websites, find out which items need improvement, and make improvement design e-commerce websites. This study uses the Importance Performance Analysis approach based on Webqual 4.0 method consisting of 5 dimensions with 22 attributes and also E-RecS-Qual method consisting of 3 dimensions with 11 attributes. This study used the survey results from 103 respondents who regularly use the e-commerce website Shopee and Tokopedia. The results of the questionnaire through the validity and reliability tests were used to analyze the reliability of items and the feasibility of the results of the questionnaire. The findings show that 8 attributes influence customer satisfaction. However, the findings are still nowhere near the expectations. Thus, it requires being the focus of improvement. Improvements in design of 8 attributes in the form of House of Quality with 7 technical features needed to improve the quality of e-commerce website Tokopedia.com. Therefore, effective management strategies can be applied to overcome the intense competition in the e-commerce industry.

Keywords: Website quality, Webqual 4.0, E-RecS-Qual, E-commerce, HOQ, Customer satisfaction

