



ANALISIS KUALITAS WEBSITE KYOU.ID TERHADAP KEPUASAN PEMBELI MENGGUNAKAN METODE IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS

Devid Chia¹, Mesri Silalahi²

^{1,2} Prodi Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Komputer, Universitas Putera Batam

Article Info:

Dikirim: 16 Oktober 2019
Direvisi: 17 Desember 2019
Diterima: 31 Desember 2019
Tersedia Online: 31 Desember 2019

Penulis Korespondensi:

Devid Chia
Universitas Putera Batam, Batam,
Indonesia
Email: devid22juni1997@gmail.com

Abstrak: *Kyou adalah toko yang bergerak dalam bidang penjualan figure dan merchandise yang berhubungan dengan anime, yang sekarang sudah membuka layanan penjualan secara online dengan menggunakan website yang dapat diakses di kyou.id. terdapat 3 fitur utama pada website kyou.id yang langsung berhubungan dalam proses penjualan, yaitu Pre-Order & Back Order, Ready Stock, Unique Request. terdapat beberapa permasalahan pada website kyou.id yang peneliti anggap dapat mempengaruhi kualitas website kyou.id terhadap kepuasan dalam pembelian diantaranya: 1) kesulitan dalam pengubahan data pada website Kyou.id seperti pengubahan alamat, tempat tinggal, nomor telepon dan lain-lain. 2) Tidak adanya wishlist 3) Fitur bot chat pada Kyou.id kurang bisa menjawab pertanyaan. 4) Terdapat banyak barang yang sold out namun tetap ditampilkan. Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian dengan metode Importance-performance analysis ini adalah: 1) Untuk menganalisis tingkat kualitas website kyou.id terhadap kepuasan pembeli dengan menggunakan metode importance-performace analysis. 2) menganalisis atribut kualitas website yang dianggap penting dalam menentukan kepuasan pembeli pada website kyou.id. Berdasarkan nilai analisis tingkat kesesuaian website kyou.id yaitu sebesar 88%, nilai tingkat kesenjangan -0.51 maka tingkat kualitas website kyou.id masih belum memuaskan, atribut- atribut yang menentukan kualitas website kyou.id terhadap kepuasan pembeli terletak pada kuadran A dan kuadran B.*

Kata kunci: *kualitas website; kepuasan pembeli; importance-performance analysis.*

Abstract: *Kyou is the shop that engaged in selling figures and merchandise related to anime, which has now opened a sales service online using a website that can be accessed on kyou.id. there are 3 main features On the kyou.id website that are directly related to the sales process, namely Pre-Order & Back Order, Ready Stock, Unique Request. Several problems are on the kyou.id website that considered could affect the quality of the kyou.id website including: 1) difficulties in changing the data on the Kyou.id website such as changing addresses, residences, telephone numbers and others. 2) There is no wishlist 3) The bot chat feature on Kyou.id is less able to answer questions. 4) There are many items that are sold out but still displayed. The objectives to be achieved from this study using impotence-performance analysis are: 1) To analyze the level of quality of the kyou.id website towards buyer satisfaction using the importance-performance analysis method. 2) analyzing website quality attributes which are considered important in determining buyer satisfaction on the kyou.id website. Based on the analysis value of the conformity level of the kyou.id website which is 88%, the value of the gap level of -0.51, the quality level of the kyou.id website is still unsatisfactory, the attributes that determine the quality of kyou.id's website to buyer satisfaction are in quadrant A and quadrant B.*

Keywords: *website quality; customer satisfaction; importance-performance analysis.*

1. PENDAHULUAN

Kyou merupakan toko yang bergerak dibidang penjualan *figure* dan *merchandise* yang berhubungan dengan *anime*, dan sudah membuka layanan penjualan secara *online* dengan menggunakan *website* yang dapat diakses di *kyou.id*. Terdapat 3 fitur utama yang berhubungan langsung dalam proses penjualan, yaitu *Pre-Order & Back Order*, *Ready Stock*, *Unique Request*. Berdasarkan 3 fitur utama, peneliti menerima data langsung dari *founder* kyou sendiri, pengunjung *website* kyou.id lebih sering menggunakan satu fitur untuk melakukan pembelian, yaitu *unique request*. Peneliti menemukan beberapa permasalahan pada *website* kyou.id yang dapat mempengaruhi kualitas *website* kyou.id diantaranya adalah untuk mengubah data pribadi seperti alamat, no. telepon harus menggunakan *bot chat*, tidak adanya *wishlist* sehingga pembeli tidak bisa membuat daftar barang yang akan dibeli nantinya, masih ditemukan barang yang sudah *sold out* pada menu *ready stock* sehingga pembeli mungkin akan merasakan sedikitnya barang yang benar-benar tersedia, *friendship point* yang terkumpul dari hasil pembelian barang tidak terlihat, sehingga pembeli tidak tahu pasti sudah berapa poin yang sudah terkumpul.

Importance - Performance Analysis pertama kali diperkenalkan oleh John A. Martilla dan John C. James pada tahun 1997 sebagai teknik analisis deskriptif yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor yang perlu dan harus ditingkatkan kinerjanya untuk memenuhi kepuasan pembeli pada sebuah organisasi atau perusahaan. [1] Kelebihan metode IPA dibanding dengan metode yang lainnya adalah dapat mengambil suatu keputusan secara akurat dan cepat dalam mengatasi masalah yang berkaitan dengan ketidakpuasan pembeli terhadap pelayanan yang diberikan oleh *website*, sehingga diharapkan pelayanan yang diberikan kedepannya dapat memuaskan pembeli, serta tujuan yang ingin dicapai dapat terpenuhi. fokuskan penelitian ini adalah pada analisis kualitas *website* kyou.id terhadap kepuasan pembeli menggunakan metode *importance-performance analysis*

2. METODOLOGI PENELITIAN

Analisis Metode IPA digunakan untuk mengidentifikasi atribut-atribut dari kualitas *website* kyou.id yang perlu dibutuhkan adanya pengembangan untuk meningkatkan kepuasan pembeli Adapun langkah – langkah Metode IPA yang akan digunakan adalah pengukuran variable menggunakan skala *Likert*[2], selanjutnya menentukan sampel dan jumlah sampel yang akan dilibatkan dengan menggunakan rumus penghitungan slovin[3]. dengan tingkat toleransi kesalahan/error sebesar 10%. sehingga didapatkan jumlah responden dari penelitian ini adalah sebesar 100 responden, responden yang diambil merupakan orang yang pernah melakukan transaksi pembelian menggunakan *website kyou.id*, setelah itu penyebaran kuesioner melalui *google form.*, setelah data kuesioner terpenuhi barulah melakukan penghitungan distribusi perhitungan skor tingkat kinerja dan tingkat kepentingan, dilakukan juga perhitungan tingkat kesesuaiannya, setelah itu dilakukannya perhitungan tingkat kesenjangan(GAP) untuk mengukur perbedaan kepuasan pembeli dan kinerja dari *website*. Dan yang terakhir adalah penentuan kuadran IPA.

2.1 Kuesioner

Kuisisioner berisikan daftar pernyataan yang disusun oleh penulis pada Tabel 1. Pertanyaan-pertanyaan pada kuisisioner untuk mengetahui kualitas *website* kyou.id terhadap kepuasan pembeli, yaitu[4] (1) kemampuan seorang pengguna *websitedalammencari* cara untuk menggunakan *websitedengan* efektif dan benar (*usability*), (2) kemudahan sistem navigasi untuk dipelajari dan dipahami oleh pengunjung, agar dapat menemukan halaman-halaman yang lebih spesifik yang berada pada *website (navigation sistem)*, (3) penentuan secara grafis, pewarnaan, tata letak, bentuk dan *typografi* yang baik (*graphic design*), (4) isi yang bermanfaat meliputi yang dapat dilihat maupun dirasakan (*content*), (5) penyesuaian *website* terhadap berbagai *browser* dan juga *plug-in* yang digunakan (*compatibility*), (6) lama waktu yang diperlukan untuk menampilkan isi/konten (*loading time*), (7) seberapa baik fungsi pemrograman yang ada pada *website (functional)*, (8) wujud perasaan pembeli ketika telah melakukan sebuah perbandingan kinerja dengan harapan (kepuasan pembeli)[5].

Tabel 1. Kuesioner

<i>Variabel</i>	<i>Indikator</i>	<i>Kode</i>
<i>Usability</i>	Website kyou.id mudah dipelajari pada saat di akses dan digunakan	US1
	Website kyou.id sudah efisien pada saat digunakan untuk membeli barang/item hobby	US2
	Website kyou.id mudah diingat, sehingga dapat membuat ingin kembali berkunjung ke kyou.id	US3
	Fitur pada website kyou.id masih sulit pada saat digunakan sehingga dapat membuat pengunjung melakukan error/kesalahan	US4
	Website kyou.id dapat memberikan kepuasan dalam mencari dan membeli barang/item	US5
<i>Navigation System</i>	Sistem navigasi yang disediakan pada website kyou.id sudah memudahkan untuk mengunjungi halaman yang lebih spesifik	NS1
	Tata letak sistem navigasi pada website kyou.id mudah di mengerti	NS2
	Semua link yang terhubung pada sistem navigasi website kyou.id sudah sesuai dengan keterangan	NS3
	Sistem navigasi pada website kyou.id bisa digunakan untuk melakukan pencarian halaman barang/item lebih dalam	NS4
<i>Graphic Design</i>	Desain yang digunakan pada website kyou.id menimbulkan kenyamanan dalam menggunakan dan membeli	GD1
	Kombinasi warna pada website kyou.id menarik secara visual/penlihatan	GD2
<i>Content</i>	Pada website kyou.id gambar barang/item yang dijual sudah sesuai	CT1
	Multimedia yang digunakan (*contohnya animasi) pada website kyou.id sudah mendukung isi konten	CT2
<i>Compatibility</i>	Website kyou.id dapat diakses dengan baik di berbagai browser (*seperti mozilla firefox, google chrome, dll)	CP1
	Website kyou.id dapat diakses dengan baik di berbagai perangkat (*seperti android, iphone, feature phone nokia, laptop, komputer)	CP2
<i>Loading Time</i>	kyou.id tidak membutuhkan waktu yang lama untuk diakses	LT1
	Ketika waktu tunggu website kyou.id terlalu lama untuk diakses tetap memutuskan untuk mengunjungi kyou.id	LT2
<i>Functional</i>	website kyou.id sudah dinamis dan interaktif dalam menjalankan fungsinya	FC1
	Fitur chat yang dihadirkan pada website kyou.id mampu mengajak pengunjung website berkomunikasi secara langsung	FC2
	Semua fitur yang dihadirkan pada website kyou.id dapat berfungsi dengan baik	FC3
	Kinerja website kyou.id dalam memperkenalkan barang/item yang dijual sudah baik	KP1
	Website kyou.id sudah memiliki nilai tambah yang mendukung proses pembelian barang/item	KP2
<i>Kepuasan Pembeli</i>	Barang/item yang dijual pada website kyou.id sudah sesuai dengan spesifikasi yang ada	KP3
	Pada website kyou.id terdapat informasi yang ditampilkan tentang kualitas sehingga dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk membeli barang/item yang ditawarkan/jual	KP4
	Website kyou.id, pihak kyou dapat membangun citra reputasi dan tanggung jawab kepada pengunjung dan pembeli	KP5

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data dengan cara menyebarkan kuesioner secara onlinedalam bentuk google form kepada pengguna dan pembeli yang menggunakan website kyou.id. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dan respon yang akan dijadikan sebagai data didalam penelitian ini, kuesioner yang disebarkan terdiri dari dua bagian yaitu tentang kinerja dan tentang kepentingan website kyou.id. Untuk melengkapi penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden. Karakteristik responden yang sudah disesuaikan dengan kriteria inklusi yang sudah ditetapkan oleh peneliti.

3.1 Penghitungan Skot Tingkat Kinerja

Setiap pertanyaan dalam kuesinoer diberi skor, Jawaban sangat tidak penting dan sangat tidak sesuai kinerja diberi skor 1, jawaban kurang penting dan kurang sesuai kinerja diberi skor 2, jawaban cukup diberi skor 3, jawaban penting dan sesuai kinerja diberi skor 4 dan jawaban sangat penting dan sangat sesuai kinerja diberi skor 5. diperoleh bahwa terdapat 13 atribut yang sudah dianggap memenuhi atau kinerja website sudah baik oleh responden yang ditunjukkan dengan penilaian rata-rata skor atribut yang berada diatas rata-rata skor tingkat kinerja. Penghitungan skor tingkat kinerja ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2. Distribusi penghitungan skor tingkat kinerja

No.	Atribut	Jawaban										Total	
		Sangat Tidak Sesuai Kinerja		Kurang Sesuai Kinerja		Cukup		Sesuai Kinerja		Sangat Sesuai Kinerja			
		Jml	Skor	Jml	Skor	Jml	Skor	Jml	Skor	Jml	Skor	Jml	Skor
1	US1	0	0	0	0	23	69	29	116	48	240	425	4.25
2	US2	0	0	3	6	33	99	50	200	14	70	375	3.75
3	US3	0	0	0	0	13	39	44	176	43	215	430	4.3
4	US4	2	2	24	48	41	123	25	100	8	40	313	3.13
5	US5	2	2	10	20	24	72	46	184	18	90	368	3.68
6	NS1	0	0	8	16	24	72	52	208	16	80	376	3.76
7	NS2	1	1	5	10	21	63	59	236	16	80	390	3.9
8	NS3	0	0	3	6	12	36	61	244	22	110	396	3.96
9	NS4	2	2	13	26	32	96	43	172	10	50	346	3.46
10	GD1	0	0	9	18	21	63	51	204	19	95	380	3.8
11	GD2	0	0	1	2	15	45	59	236	25	125	408	4.08
12	CT1	0	0	8	16	20	60	54	216	18	90	382	3.82
13	CT2	0	0	2	4	33	99	49	196	16	80	379	3.79
14	CP1	0	0	14	28	25	75	42	168	19	95	366	3.66
15	CP2	2	2	39	78	29	87	26	104	4	20	291	2.91
16	LT1	0	0	26	52	27	81	40	160	7	35	328	3.28
17	LT2	1	1	20	40	29	87	39	156	11	55	339	3.39
18	FC1	0	0	4	8	28	84	12	48	56	280	420	4.2
19	FC2	0	0	15	30	37	111	34	136	14	70	347	3.47
20	FC3	0	0	8	16	38	114	47	188	7	35	353	3.53
21	KP1	1	1	12	24	22	66	52	208	13	65	364	3.64
22	KP2	1	1	2	4	29	87	56	224	12	60	376	3.76
23	KP3	1	1	13	26	32	96	38	152	16	80	355	3.55
24	KP4	1	1	22	44	36	108	31	124	10	50	327	3.27
25	KP5	0	0	4	8	24	72	55	220	17	85	385	3.85
Total Keseluruhan											921	92.19	
Rata-rata Skor Tingkat Kinerja											9	3.69	

3.2 Penghitungan Skor Tingkat Kepentingan

Diperoleh bahwa terdapat 14 atribut yang berada diatas rata-rata skor tingkat kepentingan yang dianggap sangat penting dan diharapkan oleh responden yang ditunjukkan dengan penilaian rata-rata skor atribut. Penghitungan skor tingkat kinerja dapat dilihat pada tabel 3.

Tabel 3. Distribusi penghitungan skor tingkat kinerja

No.	Atribut	Jawaban										Total	
		Sangat Tidak Penting		Kurang Penting		Cukup		Penting		Sangat Penting			
		Jml	Skor	Jml	Skor	Jml	Skor	Jml	Skor	Jml	Skor	Jml	Skor
1	US1	0	0	2	4	14	42	30	120	54	270	436	4.36
2	US2	0	0	0	0	12	36	36	144	52	260	440	4.4
3	US3	0	0	4	8	15	45	32	128	49	245	426	4.26
4	US4	0	0	0	0	25	75	42	168	33	165	408	4.08
5	US5	0	0	0	0	32	96	33	132	35	175	403	4.03
6	NS1	0	0	1	2	29	87	31	124	39	195	408	4.08
7	NS2	0	0	5	10	16	48	39	156	40	200	414	4.14
8	NS3	0	0	0	0	20	60	34	136	46	230	426	4.26
9	NS4	0	0	0	0	38	114	29	116	33	165	395	3.95
10	GD1	0	0	3	6	36	108	31	124	30	150	388	3.88
11	GD2	0	0	3	6	51	153	18	72	28	140	371	3.71
12	CT1	0	0	0	0	16	48	33	132	51	255	435	4.35
13	CT2	0	0	8	16	20	60	34	136	38	190	402	4.02
14	CP1	0	0	0	0	14	42	30	120	56	280	442	4.42
15	CP2	0	0	0	0	18	54	35	140	47	235	429	4.29
16	LT1	0	0	4	8	25	75	35	140	36	180	403	4.03
17	LT2	0	0	0	0	23	69	29	116	48	240	425	4.25
18	FC1	0	0	7	14	24	72	35	140	34	170	396	3.96
19	FC2	0	0	0	0	17	51	33	132	50	250	433	4.33
20	FC3	0	0	0	0	6	18	44	176	50	250	444	4.44
21	KP1	0	0	0	0	14	42	35	140	51	255	437	4.37
22	KP2	0	0	6	12	12	36	43	172	39	195	415	4.15
23	KP3	0	0	0	0	5	15	46	184	49	245	444	4.44
24	KP4	0	0	2	4	14	42	35	140	49	245	431	4.31
25	KP5	0	0	0	0	8	24	41	164	51	255	443	4.43
Total Keseluruhan											10494	104.94	
Rata-rata Skor Tingkat Kepentingan												4.2	

3.3 Penghitungan Tingkat Kesesuaian

Tabel 4. Tabel tingkat kesesuaian

No.	Atribut	Total Skor Tingkat Kinerja	Total Skor Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian	%
1	US1	425	436	0.97	97
2	US2	375	440	0.85	85
3	US3	430	426	1.01	101
4	US4	313	408	0.77	77
5	US5	368	403	0.91	91
6	NS1	376	408	0.92	92
7	NS2	390	414	0.94	94
8	NS3	396	426	0.93	93
9	NS4	346	395	0.88	88
10	GD1	380	388	0.98	98
11	GD2	408	371	1.1	110
12	CT1	382	435	0.88	88

No.	Atribut	Total Skor Tingkat Kinerja	Total Skor Tingkat Kepentingan	Tingkat Kesesuaian	%
13	CT2	379	402	0.94	94
14	CP1	366	442	0.83	83
15	CP2	291	429	0.68	68
16	LT1	328	403	0.81	81
17	LT2	339	425	0.8	80
18	FC1	420	396	1.06	106
19	FC2	347	433	0.8	80
20	FC3	353	444	0.8	80
21	KP1	364	437	0.83	83
22	KP2	376	415	0.91	91
23	KP3	355	444	0.8	80
24	KP4	327	431	0.76	76
25	KP5	385	443	0.87	87
Rata-rata Total				0.88	88

Hasil tingkat kesesuaian dari 25 atribut kualitas *website* kepuasan pembeli didapat dari hasil penghitungan skor kuesioner akhir tingkat kinerja ($\sum X$) dibagi dengan hasil dari penghitungan skor kuesioner akhir tingkat kepentingan ($\sum Y$) setelah didapatkan hasilnya, lalu dikalikan 100%.[6] Dapat diketahui atribut yang terendah sebesar 68% adalah *compatibility*. Hal ini berarti bahwa atribut tersebut dirasa masih belum memuaskan pembeli ketika dikunjungi dan diakses pada *browser smartphone*. Sedangkan untuk atribut yang mendapat nilai tingkat kesesuaian tertinggi sebesar 110% dan atribut tersebut melebihi harapan dari pengunjung dan pembeli adalah *graphic design*. Hal ini menunjukkan bahwa pihak *kyou* memperhatikan komposisi *design* dan pengaturan tata letak yang baik untuk memperindah sekaligus mendukung performa dalam melayani setiap pengakses sehingga pengakses *website kyou.id* merasa nyaman dengan melakukan pembelian.

Rata-rata dari hasil penghitungan tingkat kesesuaian responden adalah 88%, hasil nilai rata-rata tingkat kesesuaian ini didapat dari jumlah seluruh atribut kemudian hasilnya dibagi 25 atribut tersebut. Dapat dikatakan kinerja dari sebagian besar atribut dapat memenuhi harapan dari pembelinya, namun perlu adanya peningkatan kinerja *website*.

3.4 Analisis Tingkat Kesenjangan (GAP)

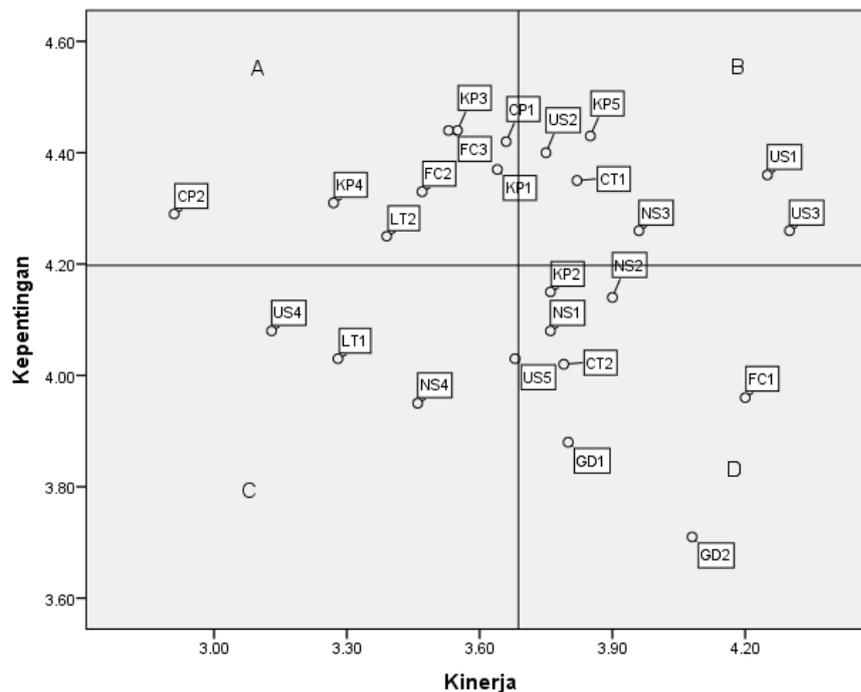
Nilai kesenjangan pada *website kyou.id* didapatkan dari selisih antara nilai kinerja dengan nilai kepentingan[6]. Hasil Penghitungan Tingkat Kesenjangan (GAP) dapat dilihat pada table 5:

Tabel 5. Tabel kesenjangan (GAP)

Rata-rata Kinerja / $Perf(i)$	Rata-rata Kepentingan / $Imp(i)$	Q_i (Gap)
3.69	4.2	-0.51

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari nilai kesenjangan pada *website kyou.id* adalah $(-0.51 < 0)$, ini menunjukkan bahwa kinerja sistem saat ini masih belum terlalu sesuai dengan harapan penggunanya.

3.5 Analisis Kuadran IPA



Gambar 1. Kuadran IPA

Dari diagram kartesius di atas didapatkan pembagian atribut yang diteliti. Atribut terbagi menjadi 4 kuadran, yaitu kuadran A, kuadran B, kuadran C, dan kuadran D. Setiap atribut dibutuhkan sebagai strategi untuk meningkatkan kepuasan peengujung dan pembeli terhadap kualitas website kyou.id. Kuadran yang paling membutuhkan sebuah perbaikan adalah kuadran A[7], dimana kuadran A merupakan Prioritas Tinggi untuk diperbaiki, selanjutnya diikuti dengan penyeimbangan kuadran D karena kinerja yang cenderung berlebihan dari sebuah kepentingan, dan setelah itu kuadran C yang merupakan sebuah prioritas rendah.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat diambil sebuah kesimpulan adalah sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan nilai analisis tingkat kesesuaian *website* kyou.id yaitu sebesar 88%, dan nilai tingkat kesenjangan -0.51 maka tingkat kualitas *website* kyou.id masih perlu ditingkatkan;
- 2) Berdasarkan hasil pada diagram kartesius, kuadran yang menentukan atribut kualitas *website* kyou.id terhadap kepuasan pembeli adalah kuadran A dan kuadran B.
- 3) Terdapat 8 Atribut pada kuadran A (*high importance-low performance*) atau prioritas utama untuk ditingkatkan yaitu: a. kompatibilitas pengaksesan *website* kyou.id pada berbagai browser; b. kompatibilitas pengaksesan *website* kyou.id pada berbagai perangkat; c. memutuskan untuk tetap melanjutkan mengakses *website* ketika waktu tunggu terlalu lama; d. fitur *chat* yang dihadirkan; e. dari seluruh fitur yang dihadirkan masih ada beberapa fitur yang dirasa perlu ditingkatkan lagi; f. kinerja *website* kyou.id dalam memperkenalkan barang/item; g. kesesuaian barang/item yang dijual dengan deskripsi; h. informasi tentang kualitas barang/item.
- 4) Terdapat 6 Atribut yang berada di kuadran B (*high importance-high performance*) atau pertahankan kinerja yaitu :a. mudah dipelajari; b. efisiensi; c. mudah diingat; d. kesesuaian gambar; e. kesesuaian link; f. citra reputasi/tanggung jawab.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Al Baiti, Suprpto, and A. Rachmadi, "Pengukuran Kualitas Layanan Website Dinas Pendidikan Kota Malang Dengan Menggunakan Metode Webqual 4 . 0 dan IPA," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 1, no. 9, pp. 885–892, 2017.
- [2] R. Nugraha, A. Harsono, and Adianto, "Usulan Peningkatan Kualitas Pelayanan Jasa pada Bengkel 'X' Berdasarkan Hasil Matrix Importance-Performance Analysis* (Studi Kasus di Bengkel AHASS PD. Sumber Motor Karawang) RIZAL," *J. Online Inst. Teknol. Nas.*, vol. 1, no. 3, pp. 221–231, 2014.

- [3] W. Purnomo and D. Riandadari, “ANALISA KEPUASAN PELANGGAN TERHADAP BENGKEL DENGAN METODE IPA (IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS) DI PT . ARINA PARAMA JAYA GRESIK,” *JTM*, vol. 03, no. 3, pp. 54–63, 2015.
- [4] W. Hardyanto, A. Adhi, and A. Purwinarko, “Usability Laman Penerimaan Mahasiswa Baru UNNES,” *Sci. J. Informatics*, vol. 3, no. 1, pp. 28–35, 2016.
- [5] J. O. Ong and J. Pambudi, “ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DENGAN IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS DI SBU LABORATORY CIBITUNG PT SUCOFINDO (PERSERO),” *JATI Undip*, vol. IX, no. 1, pp. 177–193, 2014.
- [6] W. S. Fatmala, Suprpto, and A. Rachmadi, “Analisis Kualitas Layanan Website E-Commerce Berrybenka Terhadap Kepuasan Peangunjung Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA),” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 1, pp. 175–183, 2018.
- [7] I. Dalilah, A. Kusyanti, and A. D. Herlambang, “Evaluasi Kualitas Layanan Website PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Webqual 4.0 dan Importance-Performance Analysis (IPA),” *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 1, pp. 288–295, 2018.