PENGARUH DIMENSI KUALITAS *WEBSITE* TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA *E-COMMERCE* SHOPEE DI KALANGAN MAHASISWA STMIK TIME

[1]Johanes Terang Kita Perangin Angin, [2*]Bayu Teta

[1]Sistem Informasi, STMIK TIME
[2]Manajemen, STIE IBMI
*e-mail: bayuteta4@gmail.com

Abstract: This study aims to analyze the influence of website quality dimensions on user satisfaction with Shopee e-commerce among students of STMIK TIME. The website quality dimensions examined in this study include usability, information quality, and interaction quality. The research employs a quantitative approach with analysis using Structural Equation Modeling-Partial Least Squares (SEM-PLS). Data were collected through questionnaires distributed to 72 respondents selected using the simple random sampling method. The results indicate that usability and information quality have a significant impact on user satisfaction with Shopee e-commerce. Conversely, interaction quality does not have a significant effect on user satisfaction.
Keywords: Website Quality, Usability, Information Quality, Interaction Quality, User Satisfaction

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dimensi kualitas *website* terhadap kepuasan pengguna e-commerce Shopee di kalangan mahasiswa STMIK TIME. Dimensi kualitas *website* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *usability, information quality, dan interaction quality*. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis menggunakan *Structural Equation Modelling Partial Least Square* (SEM-PLS). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 72 responden yang dipilih menggunakan metode *simple random sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *usability* dan *information quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-commerce* Shopee. Sebaliknya, *interaction quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.
Kata Kunci: Kualitas *Website, Usability, Information Quality, Interaction Quality*, Kepuasan Pengguna

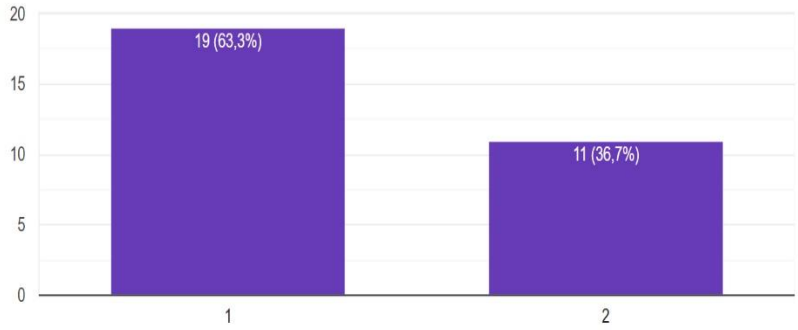
PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang pesat dalam beberapa tahun terakhir telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai sektor, salah satunya adalah sektor perdagangan elektronik atau *e-commerce*. *E-commerce* kini menjadi pilihan utama bagi konsumen berbelanja, berkat kemudahan akses dan berbagai pilihan produk yang dapat dijangkau hanya melalui perangkat digital. Di Indonesia, tren ini semakin berkembang seiring dengan peningkatan jumlah pengguna internet dan penggunaan *smartphone* yang semakin meluas. Salah satu *platform e-commerce* yang merasakan dampak positif dari fenomena ini adalah Shopee, yang kini menjadi salah satu pemimpin pasar *e-commerce* di Indonesia.

Kepuasan pengguna adalah persepsi pengguna mengenai sejauh mana produk atau layanan yang diterima memenuhi atau melebihi ekspektasi mereka. Dalam konteks *e-commerce*, kepuasan pengguna mencakup berbagai aspek, mulai dari kemudahan dalam menggunakan *website*, kualitas informasi yang disajikan, hingga pengalaman interaksi yang dirasakan selama proses belanja online. Untuk melihat tanggapan puas atau tidaknya para pengguna *e-commerce* Shopee di kalangan Mahasiswa STMIK Time, peneliti melakukan pra survei ke 30 mahasiswa yang menggunakan Shopee dengan memberikan pertanyaan "*Seberapa sering menurut Anda aplikasi Shopee menghadapi masalah teknis, seperti navigasi yang tidak intuitif dan membingungkan, informasi pengembalian barang yang kurang lengkap dan sulit dipahami, serta gangguan atau kesalahan teknis pada proses*

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

pembayaran, yang membuat Anda kurang puas dalam menggunakan aplikasi Shopee". Dengan kententuan apabila 1 mahasiswa menjawab sangat sering dan apabila 2 mahasiswa menjawab tidak sering. Berikut adalah hasil tanggapan mahasiswa.



Gambar 1. Tanggapan Mahasiswa
Sumber: Data Diolah, 2025

Berdasarkan hasil pra survei yang dilakukan oleh peneliti, ditemukan bahwa 19 dari 30 responden (63,3%) merasa aplikasi Shopee sering menghadapi masalah teknis, seperti navigasi yang tidak intuitif, informasi pengembalian barang yang kurang lengkap dan sulit dipahami, serta gangguan atau kesalahan teknis pada proses pembayaran.

Hal ini menunjukkan adanya masalah yang berkaitan dengan kualitas website Shopee, yang bisa dilihat dari tiga aspek utama: usability, information quality, dan interaction quality. Masalah pada navigasi aplikasi yang membingungkan menunjukkan bahwa aplikasi belum cukup mudah digunakan atau tidak efisien dalam membantu pengguna menemukan fitur dan layanan yang mereka butuhkan. Keluhan mengenai informasi pengembalian barang yang tidak lengkap dan sulit dipahami berkaitan dengan kualitas informasi yang disediakan oleh aplikasi. Jika informasi yang diberikan tidak jelas atau sulit dimengerti, pengguna akan merasa kurang percaya pada aplikasi tersebut. Selain itu, gangguan teknis pada proses pembayaran menunjukkan bahwa kualitas interaksi antara pengguna dan aplikasi masih kurang. Ketika aplikasi sering mengalami kesalahan teknis, hal ini mengganggu pengalaman belanja pengguna dan membuat mereka merasa tidak puas.

Hal ini di dukung dengan hasil penelitian yang di lakukan oleh (Adieb et al., 2024), menunjukkan bahwa faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna saat menggunakan *website* Shopee meliputi *usability, information quality, dan interaction quality*.

KAJIAN TEORI

Website

Website adalah sekumpulan halaman web yang saling terhubung dan dapat diakses melalui internet, yang menyajikan berbagai informasi seperti teks, gambar, video, dan elemen lainnya. Website digunakan untuk berbagai tujuan, seperti bisnis, pendidikan, hiburan, dan lain-lain.

Menurut (Permatasari & Suhendi, 2020), *website* dapat diartikan sebagai kumpulan halaman yang berisi informasi data digital baik berupa teks, gambar, animasi, suara dan video atau gabungan dari semuanya yang disediakan melalui jalur koneksi internet sehingga dapat diakses dan dilihat oleh semua orang di seluruh dunia.

Pendapat lain dari (Angin et al., 2021), *website* adalah sekumpulan halaman yang saling terhubung dan dapat diakses melalui internet menggunakan alamat atau URL (*Uniform Resource Locator*). Website menyajikan berbagai konten seperti informasi, gambar, video, dan fitur interaktif lainnya.

Kualitas *Website*

Kualitas *website* merujuk pada sejauh mana sebuah situs web memenuhi kebutuhan dan harapan penggunanya, serta bagaimana performanya dalam berbagai aspek teknis dan fungsional. Penelitian (Endra & Hermawan, 2017), membagi beberapa dimensi dari kualitas *website* di antaranya *usability*, *information quality* dan *interaction quality*.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Usability

Usability adalah sejauh mana suatu produk, sistem, atau antarmuka dapat digunakan dengan efektif, efisien, dan memuaskan oleh pengguna untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini mencakup kemudahan penggunaan, keterbacaan informasi, serta pengalaman navigasi yang nyaman dan intuitif bagi pengguna.

Usability berhubungan dengan desain situs dan sejauh mana situs tersebut memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi penggunanya (Islami & Kusumahadi, 2023). Dalam interaksi antara manusia dan komputer, *usability* atau yang sering disebut "ketergunaan" berkaitan dengan sejauh mana informasi dapat diakses dengan mudah serta pengalaman navigasi yang memudahkan pengguna (Handiwidjojo & Ernawati, 2016). Indikator yang di gunakan mengukur *Usability* antara lain *Learnability* (Mudah dipelajari), *Efficiency* (Efisien), *Memorability* (Kemudahan dalam mengingat) dan *Errors* (Pencegahan kesalahan).

Information Quality

Information quality merujuk pada sejauh mana informasi yang disediakan oleh suatu sistem memiliki karakteristik yang bernilai, seperti keakuratan, kelengkapan, relevansi, dan keterkinian, yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan mendukung pengambilan keputusan yang tepat.

Menurut (Maria et al., 2021) *information quality* merupakan faktor utama yang menentukan keberhasilan sosial e-*commerce* adalah kemampuan pelanggan untuk mempercayai informasi yang paling terkini, akurat, dan relevan. Pendapat lain dari (Abu, 2018), menyatakan bahwa *information quality* suatu pengukuran yang berfokus pada hasil yang dihasilkan oleh sistem, serta seberapa bernilai hasil tersebut bagi pengguna. Indikator yang di gunakan untuk mengukur *information quality* adalah *accuracy, completeness, timeliness, relevance, dan consistency* (Hartiwi & Rokhayati, 2024).

Interaction Quality

Interaction quality merujuk pada segala hal yang melibatkan pengguna situs *web* dalam pengalaman penggunaannya dengan situs tersebut.

Interaction quality berkaitan dengan kualitas interaksi yang dirasakan pengguna saat terlibat langsung dengan situs web, mencakup aspek kenyamanan, kemudahan, dan kepuasan selama berinteraksi dengan layanan yang disediakan oleh situs tersebut (Palipi et al., 2022). Indikator yang digunakan mengukur *interaction quality* adalah kepercayaan dan empati (Pramustia & Suyatno, 2021).

Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna adalah perasaan puas atau kecewa yang dirasakan seseorang setelah menggunakan produk atau layanan. Kepuasan pengguna menjadi ukuran perbandingan antara harapan yang dimiliki dengan kenyataan yang dialami setelah penggunaan produk atau jasa tersebut. Menurut (Budiman et al., 2018), kepuasan adalah perasaan orang akan kesenangan atau kekecewaan yang disebabkan membandingkan hasil kinerja sebuah produk dengan harapannya. Sedangkan menurut

Kepuasan pengguna merupakan kunci utama atau ukuran keberhasilan bagi setiap pengembangan dan implementasi sistem informasi pada suatu perusahaan (Retnawati, 2018). Kepuasan pengguna terhadap suatu layanan pada sebuah *website* disebabkan oleh beberapa faktor sebagai berikut:

1. Kesesuaian antara harapan pengguna dan kenyataan yang mereka alami saat menggunakan situs web.
2. Layanan yang diberikan selama proses interaksi atau penggunaan website.
3. Perilaku atau tindakan personil yang berinteraksi dengan pengguna yang dapat memberikan pengalaman yang tidak menyenangkan.
4. Suasana dan kondisi fisik lingkungan website, seperti desain atau navigasi yang kurang mendukung kenyamanan pengguna.

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian (Islami & Kusumahadi, 2023), menunjukkan bahwa kualitas *website* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna Zalora Indonesia di Kota Bandung. Variabel *usability website* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan variabel kualitas informasi, kualitas layanan, dan kualitas visual *website* berpengaruh positif dan signifikan. Selain itu, secara simultan, keempat variabel tersebut memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas informasi, layanan, dan visual website Zalora

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

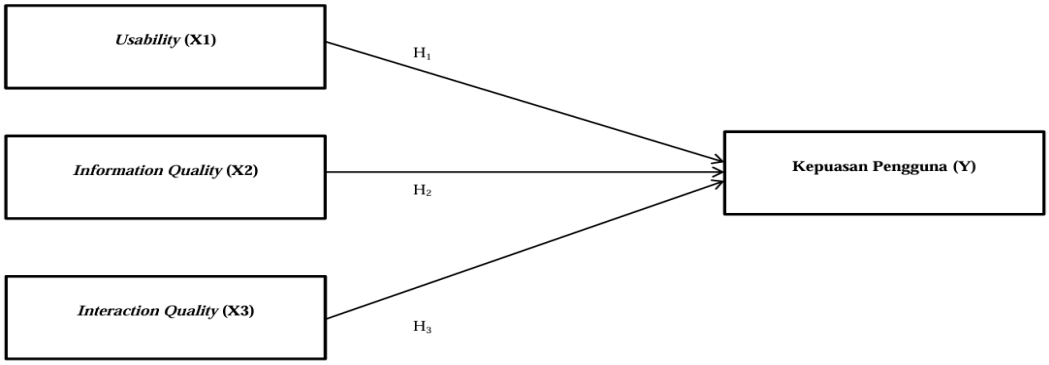
Indonesia dapat meningkatkan kepuasan pengguna, sementara aspek usability masih perlu diperbaiki agar memberikan pengalaman yang lebih optimal bagi pengguna.

Hasil penelitian (Kurniawati et al., 2018), menunjukkan bahwa kualitas website berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mister Aladin. Variabel *usability*, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa semakin baik kualitas website yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, peningkatan aspek usability, kualitas informasi, dan interaksi layanan pada *website* Mister Aladin dapat meningkatkan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Hasil penelitian (Nofirman et al., 2019), menunjukkan bahwa kualitas *website* BPS Kabupaten Siak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian ini menggunakan metode WebQual 4.0 dengan tiga variabel utama, yaitu kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi layanan. Hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan mempengaruhi kepuasan pengguna dengan kontribusi sebesar 63,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Dari ketiga variabel tersebut, kemudahan penggunaan memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan pengguna sebesar 34,6%, diikuti oleh kualitas informasi sebesar 20%, dan kualitas interaksi layanan sebesar 9,2%. Oleh karena itu, peningkatan kualitas *website*, terutama dalam aspek kemudahan penggunaan, dapat meningkatkan kepuasan pengguna website BPS Kabupaten Siak.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah dasar konseptual yang menggambarkan hubungan yang logis antara variabel-variabel yang akan dianalisis. Penjelasan ini didasarkan pada teori, konsep, dan temuan penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti (Teta, 2024). Berikut adalah gambaran kerangka pemikiran dalam penelitian ini.



Gambar 2. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka konseptual di atas dibentuklah sebuah hipotesis penelitian sebagai berikut:

H_1: *Usability* berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna *E-Commerce* Shopee Di Kalangan Mahasiswa STMIK Time

H_2: *Information Quality* berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna *E-Commerce* Shopee Di Kalangan Mahasiswa STMIK Time

H_3: *Interaction Quality* berpengaruh Terhadap Kepuasan Pengguna *E-Commerce* Shopee Di Kalangan Mahasiswa STMIK Time

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan analisis menggunakan *Structural Equation Modelling Partial Least Square* (SEM-PLS). Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada para responden yaitu mahasiswa STMIK Time. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji *outer model* dan uji *inner model* yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Populasi dan Sampel

Populasi merujuk pada objek atau subjek yang memiliki ciri-ciri dan jumlah tertentu yang ditentukan oleh peneliti (Sahir, 2022). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa di STMIK Time yang pernah berbelanja dan menggunakan *e-commerce* Shopee yang berjumlah 257 Mahasiswa.

Menurut (Arikunto, 2017), sampel adalah wakil dari populasi yang sedang diteliti. Sampel dalam penelitian ini di cari menggunakan rumus Slovin. Berikut rumus slovin yang di gunakan dalam penelitian ini:

$$\boldsymbol{n = \frac{N}{1 + Ne^2}}$$

Dimana:

n : Ukuran Sampel
N : Ukuran Populasi
e^2 : Tingkat Kesalahan dalam Pengambilan Sampel

Kesalahan yang ditolerir dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan sebesar 10%. Berdasarkan rumus tersebut, maka dapat dihitung jumlah sampel dalam penelitian ini.

$$n = \frac{257}{1 + 257(0{,}1)^2}$$
$$n = \frac{257}{1 + 257(0{,}01)}$$
$$n = \frac{257}{1 + 2{,}57}$$
$$n = \frac{257}{3{,}57}$$
$$n = 71{,}98$$

Jadi jumlah sampel pada penelitian ini dibulatkan menjadi 72 Mahasiswa. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *simple random sampling*, kemudian menurut (Sugiyono, 2017), *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Outer Model

Model pengukuran ini berfungsi untuk menilai kualitas serta validitas indikator atau variabel pengukuran dalam merepresentasikan variabel laten yang diteliti.

Convergent Validity

Validitas konvergen dievaluasi menggunakan nilai outer loading atau faktor muatan (loading factor). Sebuah indikator dianggap memenuhi kriteria validitas konvergen apabila nilai outer loading lebih dari 0,7.

Tabel 1. *Outer Loading*

Indikator	X1	X2	X3	Y
X1.1	0.801			
X1.2	0.814			
X1.3	0.822			
X1.4	0.767			
X2.1		0.824		
X2.2		0.793		
X2.3		0.758		
X2.4		0.821		
X2.5		0.803		
X3.1			0.710	
X3.2			0.923	
Y.1				0.996
Y.2				0.979

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Y.3				0.990
Y.4				0.985

Sumber: Data diolah dari SmartPLS, 2025

Berdasarkan data diatas diketahui masing - masing indikator setiap variabel memiliki nilai *outer loading* > 0,7. Sehingga dapat disimpulkan indikator di nyatakan layak atau *valid* digunakan dalam penelitian lebih lanjut.

Tabel 2. *Average Variant Extracted* (AVE)

	***Average Variant Extracted* (AVE)**
***Usability* (X_1)**	0,642
***Information Quality* (X_2)**	0,640
***Interaction Quality* (X_3)**	0,678
Kepuasan Pengguna (Y)	0,975

Sumber: Data diolah dari SmartPLS, 2025

Berdasarkan data diatas bahwa nilai AVE setiap variabel > 0,5 dengan demikian dapat dinyatakan setiap variabel telah memiliki nilai *convergent validity* yang baik.

Discriminant Validity

Validitas diskriminan adalah metode pengujian yang bertujuan untuk memastikan bahwa suatu konstruk atau variabel laten dalam model penelitian memiliki perbedaan konseptual yang jelas dibandingkan dengan konstruk atau variabel laten lainnya.

Tabel 3. *Composite Reliability*

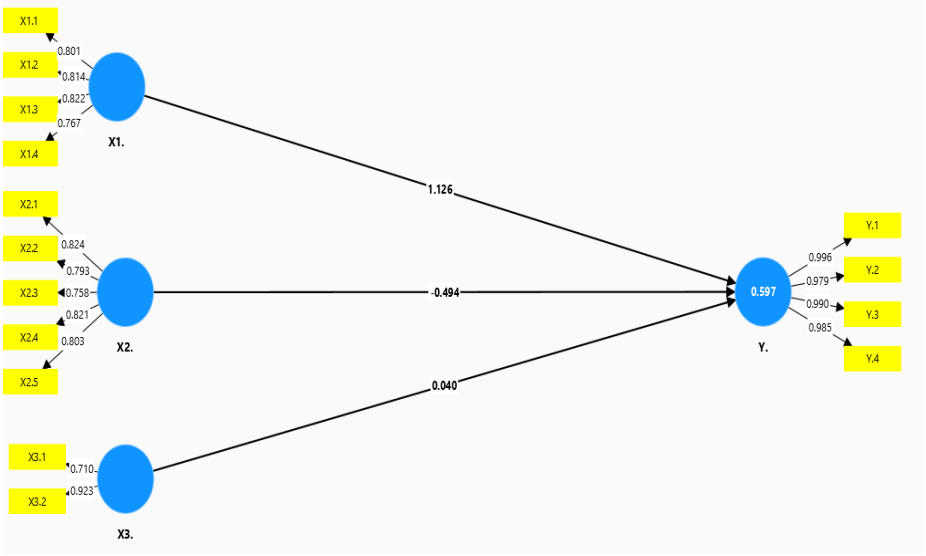
	Composite Reliability
***Usability* (X1)**	0,878
***Information Quality* (X2)**	0,899
***Interaction Quality* (X3)**	0,806
Kepuasan Pengguna (Y)	0,994

Sumber: Data diolah dari SmartPLS, 2025

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai *composite reliability* masing-masing variabel > 0,6. Hal ini menunjukkan masing - masing variabel telah memenuhi *composite reliability*.

Inner Model

Inner model digunakan untuk menjelaskan dan menguji hubungan antara variabel laten (konstruk) dalam model penelitian. Hasil Analisis model structural dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 3. Model Structural

Sumber: Data diolah dari SmartPLS, 2025

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Tabel 4. *R Square*

Variabel Dependen	R-Square	R-Square Adjusted
Y	0.597	0.579

Sumber: Data diolah dari SmartPLS, 2025

Variabel *Usability, Information Quality* dan *Interaction Quality* mampu menjelaskan variabel kepuasan pengguna sebesar 0,579 atau sebesar 57,9%, sementara sisanya sebesar 42,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini.

Tabel 5. *Path Coeffcients*

Hubungan	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
X1 -> Y	1.126	1.138	0.292	3.852	0.000
X2 -> Y	-0.494	-0.481	0.156	3.163	0.002
X3 -> Y	0.040	0.027	0.247	0.161	0.872

Sumber: Data diolah dari SmartPLS, 2025

1. Hipotesis pertama diterima, *Usability* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna di lihat dari nilai *T Statistics* sebesar 3,852 > 1.96 dengan *P Value* Sebesar 0.000 < 0.05.
2. Hipotesis kedua diterima, *Information Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna di lihat dari nilai *T Statistics* sebesar 3,163 > 1.96 dengan *P Value* Sebesar 0.002 < 0.05.
3. Hipotesis ketiga ditolak, *Interaction Quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna di lihat dari nilai *T Statistics* sebesar 0,161 < 1.96 dengan *P Value* Sebesar 0.872 > 0.05.

Pembahasan

***Usability* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna E-Commerce Shopee di kalangan mahasiswa STMIK TIME**

Usability berpengaruh terhadap kepuasan pengguna di lihat dari nilai *T Statistics* sebesar 3,852 > 1.96 dengan *P Value* Sebesar 0.000 < 0.05. Mahasiswa lebih memilih platform yang mudah diakses dan memiliki antarmuka intuitif, sehingga mereka dapat mencari produk dan bertransaksi dengan cepat. Aplikasi yang responsif dan cepat meningkatkan kenyamanan, terutama saat digunakan di berbagai kondisi. Fitur - fitur yang relevan dan mudah digunakan, seperti pencarian produk dan promosi, juga berperan penting. Jika fitur - fitur ini mudah ditemukan, mahasiswa akan merasa lebih puas dengan pengalaman belanja mereka.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Kurniawati et al., 2018), menunjukkan bahwa variabel *usability* memiliki hubungan positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi linier menunjukkan bahwa semakin baik *usability* yang ditawarkan, semakin tinggi tingkat kepuasan.

***Information Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna E-Commerce Shopee di kalangan mahasiswa STMIK TIME**

Information Quality berpengaruh terhadap kepuasan pengguna di lihat dari nilai *T Statistics* sebesar 3,163 > 1.96 dengan *P Value* Sebesar 0.002 < 0.05. informasi yang akurat, jelas, dan relevan sangat penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Mahasiswa cenderung mencari informasi yang lengkap mengenai produk, harga, deskripsi, dan ulasan dari pengguna lain. Jika informasi yang disediakan oleh Shopee berkualitas tinggi, seperti foto produk yang jelas, deskripsi yang detail, dan *review* yang jujur, pengguna akan merasa lebih yakin dalam memilih barang yang akan dibeli. Hal ini meningkatkan kepercayaan dan kepuasan mereka, karena mereka merasa mendapatkan pengalaman berbelanja yang transparan dan dapat diandalkan.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Islami & Kusumahadi, 2023), menunjukkan bahwa variabel kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas informasi, layanan, dan visual website Zalora Indo.nesia dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

***Interaction Quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna E-Commerce Shopee di kalangan mahasiswa STMIK TIME**

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Interaction Quality tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna di lihat dari nilai *T Statistics* sebesar 0,161 < 1.96 dengan *P Value* Sebesar 0.872 > 0.05. Meskipun interaksi antara pengguna dan platform, seperti layanan pelanggan atau komunikasi dengan penjual, penting, namun tidak memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepuasan pengguna. Artinya, faktor interaksi dalam konteks ini tidak menjadi faktor utama yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa saat berbelanja di Shopee.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian (Afif et al., 2017), dimana hasil analisis menunjukan bahwa *physical environment quality*, harga (*price*) berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan, sedangkan *interaction Quality*, *Outcome Quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat ditarik beberapa kesimpulan yang menggambarkan hubungan antara berbagai dimensi kualitas *website* dengan kepuasan pengguna *e-commerce* Shopee di kalangan mahasiswa STMIK TIME. Adapun beberapa kesimpulan yang dapat di tarik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Usability* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna E-Commerce Shopee di kalangan mahasiswa STMIK TIME
2. *Information Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pengguna E-Commerce Shopee di kalangan mahasiswa STMIK TIME
3. *Interaction Quality* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna E-Commerce Shopee di kalangan mahasiswa STMIK TIME

Saran

Shopee perlu meningkatkan kemudahan penggunaan platform dengan memperbaiki desain antarmuka dan memastikan navigasi yang intuitif agar pengguna merasa nyaman dan dapat mengakses fitur dengan lebih cepat dan mudah. Selain itu, Shopee harus memastikan informasi yang disediakan akurat, lengkap, relevan, dan mudah dipahami dan Shopee sebaiknya terus melakukan evaluasi dan pembaruan terhadap fitur serta kualitas *website* untuk memastikan pengalaman pengguna yang optimal dan meningkatkan kepuasan pengguna *e-commerce*.

DAFTAR PUSTAKA

Abu, N. (2018). Peran System Quality Dan Information Quality Dalam Mendukung Keberhasilan Implementasi Simda Desa (Studi Kasus Pada Desa-Desa Di Kabupaten Bangka). Jurnal Riset Terapan Akuntansi, 2(1), 1–6.

Adieb, M. R. A., Sugiharto, A., & Adhy, S. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Website Shopee Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan Metode WebQual 4.0 (Studi Kasus : Mahasiswa Pengguna Shopee di Universitas Diponegoro). Jurnal Masyarakat Informatika, 15(1), 39–55. https://doi.org/10.14710/jmasif.15.1.59737

Afif, N. S., Munandar, J. M., & Sarma, M. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Layanan pada Unit Pelayanan Disdukcapil Kota Bogor. Jurnal Manajemen Dan Organisasi, 8(1), 1–14. https://doi.org/10.29244/jmo.v8i1.18597

Angin, J. T. K. P., Suwandhi, A., Benny, B., Yudi, Y., Putra, J., & Waisen, W. (2021). Perancangan Sistem Informasi Reservasi Kamar pada Hotel Palace Inn Berbasis Web. Jurnal Ilmiah Core IT: Community Research Information Technology, 9(4).

Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program (Cetakan I). Pustaka Pelajar.

Budiman, B., Rodiyansyah, S. F., & Abdurrahman, D. (2018). Pengukuran Kepuasan Pengguna Dan Peningkatan Layanan Sistem Informasi Pelayanan Desa Dan Data Terpadu (Siladdu) Kabupaten Majalengka. J-Ensitec, 5(01), 272–281. https://doi.org/10.31949/j-ensitec.v5i01.1216

Damanik, E. O., Kemala, Z., & Sipayung, T. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Pada Live Streaming Aplikasi TIKTOK Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ekonomi Universitas Simalungun. Manajemen: Jurnal Ekonomi, 5(2), 90-104

Endra, R. Y., & Hermawan, D. (2017). Analisis dan Uji Kualitas Pengguna Website Tokopedia.Com

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License

Menggunakan Metode Webqual (case : Pengguna Tokopedia.com di Universitas Bandar Lampung). Explore: Jurnal Sistem Informasi Dan Telematika, 8(2). https://doi.org/10.36448/jsit.v8i2.957

Handiwidjojo, W., & Ernawati, L. (2016). Pengukuran Tingkat Ketergunaan (Usability) Sistem Informasi Keuangan. Juisi, 02(01), 49–55.

Irma Hartiwi, L. I. A., & Rokhayati, H. (2024). Analisis Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Pada Sistem Aplikasi Keuangan Tingkat Instansi Satuan Kerja. Jurnal Manajemen, 20(1), 18–37. https://doi.org/10.25170/jm.v20i1.4457

Islami, C. D., & Kusumahadi, K. (2023). Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Pada E-Commerce Zalora Indonesia di Kota Bandung). Al Qalam: Jurnal Ilmiah Keagamaan Dan Kemasyarakatan, 17(1), 490. https://doi.org/10.35931/aq.v17i1.1729

Kurniawati, R. A., Kusyanti, A., & Mursityo, Y. T. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan Pelanggan Mister Aladin Dengan Menggunakan Webqual 4.0. Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer, 2(3), 1151–1160.

Maria, I., Wijaya, V., & Keni, K. (2021). Pengaruh Information Quality Dan Service Quality Terhadap Perceived Value Dan Konsekuensinya Terhadap Customer Engagement Behavior Intention (Studi Pada Social Commerce Instagram). Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis, 5(2), 321. https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i2.12276

Nainggolan, E. G. M., Silalahi, B. T. F. ., & Sinaga, E. M. (2022). Analisis Kepuasan Gen Z Dalam Menggunakan QRIS Di Kota Pematangsiantar. Manajemen : Jurnal Ekonomi, 4(1), 24–32. https://doi.org/10.36985/manajemen.v4i1.351

Nofirman, N., Jalinus, N., & Irfan, D. (2019). Pengaruh Kualitas Website BPS Kab. Siak Terhadap Kepuasan Pengguna Website Menggunakan Metode Webqual 4.0. INVOTEK: Jurnal Inovasi Vokasional Dan Teknologi, 19(1), 129–138. https://doi.org/10.24036/invotek.v19i1.369

Palipi, P., Rajaguguk, E., Aritonang, M., Yohanna, M., & Rumapea, Y. Y. (2022). Pengukuran Kualitas Layanan Website Dengan Metode Webqual (Studi Kasus: Sistem Informasi Akademik Universitas Methodist Indonesia). Methosisfo : Jurnal Ilmiah Sistem Informasi, 2(2), 60–70. https://ojs.fikom-methodist.net/index.php/methosisfo/article/view/63

Permatasari, A., & Suhendi, S. (2020). Rancang Bangun Sistem Informasi Pengelolaan Talent Film berbasis Aplikasi Web. Jurnal Informatika Terpadu, 6(1), 29–37. https://doi.org/10.54914/jit.v6i1.255

Pramustia, R. F. D., & Suyatno, D. F. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Sociolla Menggunakan WebQual 4.0 (Studi Kasus: Pelanggan Sociolla di Jawa Timur). Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI), 2(3), 94–100. https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JEISBI/article/view/41857%0Ahttps://ejournal.unesa.ac.id

Retnawati, L. (2018). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Kualitas Layanan Sistem Informasi Di Universitas Xyz. SCAN - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi, 13(2). https://doi.org/10.33005/scan.v13i2.1153

Sakinah, T. M., Rohani, S., & Saragih, L. (2023). Pengaruh Perceived Usefulnes, Harga Dan Brand Truts Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Indriver (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen konsentrasi Pemasaran Universitas Simalungun Pematangsiantar). Manajemen: Jurnal Ekonomi, 5(2), 160-168

Sinaga, J. E., & Simatupang, P. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Go-Food Di Kota PematangSiantar (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Pematangsiantar). Manajemen : Jurnal Ekonomi, 1(1). https://doi.org/10.36985/manajemen.v1i1.37

Sahir, S. H. (2022). Metodologi Penelitian. KBM Indonesia.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis. Alfabeta.

Teta, B. (2024). Pengaruh kelalaian karyawan terhadap produktivitas di tambak udang venambak. 6(3), 613–623.

This is an open access article distributed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License