

ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE CROWDFUNDING KITABISA.COM TERHADAP PENGALANGAN DANA COVID-19 MENGGUNAKAN METODE E-S-QUAL DAN WEBQUAL 4.0

Siti Khofifah¹, Theresiawati², I Wayan Widi P³
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta^{1,2,3,4}
Jalan RS. Fatmawati, Jakarta Selatan

Sur-el : sitikhofifah@upnvj.ac.id¹, theresiawati@upnvj.ac.id², wayan.widi@upnvj.ac.id⁴

Abstract : Kitabisa.com is one of Indonesia's online crowdfunders that has a big share in fundraising and donations by utilizing websites and mobile applications for individuals, organizations, associations, or companies for various donation purposes, whether social, personal, creative and others. The level of website quality become a factor that must be considered in a website crowdfunding. Therefore we need a website analysis using the E-S-Qual method and Webqual 4.0 method. Data collection technique used a questionnaire and obtained 203 respondents. Data processing in this study using Smartpls 3.0. The test results of the seven hypotheses, there were 3 rejected hypotheses, namely privacy, compensation, and contact. The results of his research that the level of quality of the website has a significant effect on user satisfaction in making donations to Kitabisa.com. This is evident from the rsquare value of 0.574. These results indicate that 57.4% user satisfaction level of website quality significantly affects user satisfaction in making donations on Kitabisa.com, and recommendations for improving the quality of the Kitabisa.com website

Keywords: Webqual 4.0, E-S Qual, Crowdfunding, Website quality

Abstrak : Kitabisa.com merupakan salah satu online crowdfunding Indonesia yang memiliki andil besar dalam penggalangan dana dan donasi dengan memanfaatkan website dan aplikasi mobile bagi perorangan, organisasi, paguyuban, ataupun perusahaan untuk bermacam-macam tujuan donasi baik sosial, pribadi, kreatif dan lainnya. Tingkat Kualitas sebuah website menjadi sebuah faktor yang harus diperhatikan dalam sebuah website crowdfunding. Oleh karena itu diperlukannya analisis pengukuran kualitas website dengan memakai metode E-S-Qual dan Webqual 4.0. Teknik pengumpulan datanya memakai kuesioner dan diperoleh 203 responden. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan Smartpls 3.0. Hasil pengujian dari tujuh hipotesis terdapat 3 hipotesis yang tertolak, yaitu privacy, compensation, dan contact. Hasil penelitiannya memperlihatkan tingkat kualitas website secara signifikan berpengaruh pada kepuasan pengguna dalam melakukan donasi di Kitabisa.com hal ini terbukti dari nilai r-square 0,574. Hasil ini menunjukkan bahwa 57,4% Kepuasan pengguna memperlihatkan tingkat kualitas website secara signifikan berpengaruh pada kepuasan pengguna dalam melakukan donasi di Kitabisa.com, dan rekomendasi untuk meningkatkan tingkat kualitas website Kitabisa.com.

Kata kunci: Webqual 4.0, E-S Qual, Crowdfunding, Website quality

1. PENDAHULUAN

Pemberlakuan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) di sejumlah

wilayah Indonesia menjadikan terbatasnya aktivitas masyarakat. Hal ini menjadi salah satu faktor penurunan perekonomian, melemahnya nilai tukar rupiah dan bertambahnya jumlah pengangguran di Indonesia. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Kemenkeu Indonesia

(2020), pandemi corona ini menjadikan 1,5 juta pegawai di pemutusan hubungan kerja (PHK) dan dirumahkan, 1,2 juta pegawai berasal dari sektor formal dan 265 ribu dari sektor informal. Tidak hanya terjadi PHK secara besar – besaran, Pemerintah juga mengalami kendala dalam penanganan pandemi diantaranya kekurangan alat – alat kesehatan untuk menangani pasien Covid. Untuk membantu Pemerintah dalam menangani pandemi dan penurunan perekonomian agar tidak berkepanjangan, masyarakat bergotong-royong dengan cara menghimpun dana untuk melawan pandemi covid 19 melalui website Kitabisa.com *online crowdfunding* Indonesia. Proses *crowdfunding* terjadi dimana sekelompok orang (berjumlah banyak) secara finansial memberikan sejumlah uang sebagai sumbangan atau turut berpartisipasi mendukung pendanaan suatu proyek [1]. Pelaksanaan penggalangan dana dilakukan oleh sejumlah pihak yang menyandang dana dengan minat yang sejalan secara daring melalui website.

Dalam suatu website *crowdfunding*, kualitas website menjadi elemen terpenting dikarenakan keberhasilan website diukur dengan melakukan analisis pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna dan akan berpengaruh besar bagi konsumen dalam memilih penyedia jasa serta layanan jasa [2][3]. Kualitas website akan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna dan membuat keputusan untuk melakukan penggalangan dana atau keputusan untuk memberikan donasi melalui kitabisa.com, dikarenakan pengguna website kitabisa.com saat

akan bertransaksi atau memberikan donasi, langkah awalnya menyetujui persyaratan dan ketentuan yang berlaku serta mempercayakan penggalangan dana pada Kitabisa.com.

Angka pemakaian kitabisa.com pada pandemic corona ini tergolong tinggi, berdasarkan *traffic overview* dari situs similarweb di bulan Maret 2020 pada gambar 1 website kitabisa.com mengalami peningkatan total pengunjung sebesar 65,65% ataupun sekitar 3,48 juta pengunjung. Bahkan menempati urutan ke 2518 dunia pada kategori media dan berita.



Gambar 1. Traffic Overview Kitabisa.com

Jumlah pengunjung website kitabisa.com tidak bisa dijadikan jaminan kualitas website *online crowdfunding*. Diperlukan adanya analisis tingkat kualitas website Kitabisa.com untuk mengetahui kualitas website *crowdfunding* berdasarkan persepsi pengguna serta dampaknya terhadap keputusan pengguna untuk berdonasi pada website *crowdfunding* Kitabisa.com. Metode yang digunakan untuk melakukan analisis kualitas website kitabisa.com yaitu metode E-S-Qual dan Webqual 4.0. Sehingga tingkat kualitas website Kitabisa.com dapat meningkat serta penggalangan dana penanganan pandemi covid 19 dapat terlaksana dengan baik.

Berdasarkan hal tersebut diatas, pertanyaan penelitian yang akan dijawab dalam

penelitian ini adalah “Bagaimana kualitas website dan pengaruh kualitas website dalam keputusan pengguna berdonasi pada situs website Kitabisa.com berdasarkan perspektif pengguna menggunakan metode E-S-Qual dan Webqual 4.0?”.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian yang digunakan dalam penelitian ini dimulai dari melakukan identifikasi dan merumuskan permasalahan, studi literatur, menentukan metode penelitian, melakukan pembuatan kuesioner serta menentukan responden yang akan diteliti yaitu pengguna website Kitabisa.com. Setelah dilakukan pengumpulan data melalui kuesioner yang dilakukan secara daring kemudian dilakukan pengujian hasil kuesioner meliputi uji validitas dan reliabilitas. Melakukan analisis data, penentuan faktor yang perlu ditingkatkan serta rekomendasi perbaikan website Kitabisa.com.

Pendekatan penelitian yang digunakan merupakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan dimensi metode e-s-qual dan webqual 4.0 untuk dapat menjelaskan keterhubungan antara variabel-variabel yang diteliti dengan mengumpulkan data-data numerik dari sampel penelitian yang kemudian dianalisis dengan menggunakan metode statistik tertentu. Pengumpulan data dengan metode kuesioner online (secara tidak langsung) yang dibuat dengan Google form. Penyebaran kuesioner online ini dilakukan melalui social media (Twitter dan Instagram) yang biasanya disebar di

kolom komentar postingan mengenai covid-19 maupun bantuan terhadap covid-19, dikarenakan karakteristik dari responden yaitu pernah berdonasi mengenai covid-19 pada platform kitabisa.com. Penyebaran kuesioner online ini menggunakan *online chatting* (Whatsapp dan Line) sebagai media penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner ini dilakukan pada tanggal 6 Desember 2020 - 18 Desember 2020. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna website Kitabisa.com sebanyak 236 reponden namun hanya ada 203 responden yang bisa diteruskan pada tahapan selanjutnya. Data yang tidak valid merupakan responden yang tidak pernah berdonasi mengenai covid-19 pada platform kitabisa.com. Secara persentasi sebanyak 86% dari jumlah responden yang datanya dapat dilanjutkan ke tahap berikutnya. Dan ada 14% yaitu 33 responden yang datanya dihapus dan tidak bisa diteruskan pada tahapan selanjutnya. Metode yang digunakan untuk melakukan pengolahan data yaitu menggunakan Google sheet dan di export kedalam Microsoft Excel kemudian diolah menggunakan SmartPLS.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Uji Kuesioner

Sebelum kuesioner disebar kepada pengguna website kitabisa.com terlebih dahulu dilakukan uji kelayakan kuesioner yaitu uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan Microsoft Excel dan SmartPLS3. Pengujian kuesioner dilakukan terhadap 30 responden. Konstruksi kuesioner (dimensi webqual dan e-s-qual) berjumlah 8 dengan total

36 pernyataan. Berikut tabel konstruk dan pernyataan yang digunakan terlihat pada Tabel 1 kuesioner *webqual*, Tabel 2 kuesioner *E-S-Qual* dan Tabel 3 *User Satisfaction*.

Tabel 1. Kuesioner Webqual

<i>Kode</i>	<i>Pernyataan</i>
U1	kitabisa.com memberikan pengalaman yang positif untuk pengguna
U2	Tampilan website kitabisa.com menarik
U3	Tampilan kitabisa.com sesuai dengan tipenya (website crowdfunding)
U4	Navigasi dan petunjuk yang jelas diberikan oleh situs kitabisa.com
U5	Kitabisa.com memberikan interaksi yang jelas dan mudah dimengerti
U6	Kitabisa.com mudah untuk dioperasikan dan dipelajari
IQ1	Kitabisa.com menyediakan informasi yang akurat
IQ2	Kitabisa.com menampilkan informasi yang tepat waktu / up to date
IQ3	Kitabisa.com menampilkan informasi yang relevan
IQ4	Informasi pada website kitabisa.com mudah dimengerti
OQ5	Kitabisa.com menampilkan informasi secara detail
IQ6	Informasi yang ditampilkan kitabisa.com dapat dipercaya
IQ7	Kitabisa.com menampilkan informasi yang sesuai format
SIQ1	Kitabisa.com memberikan rasa aman saat berdonasi
SIQ2	Kitabisa.com memiliki reputasi yang baik
SIQ3	Website kitabisa.com menciptakan ruang untuk personalisasi seperti mengubah layanan, produk dan iklan sesuai kebutuhan
SIQ4	Website Kitabisa.com memudahkan “orang baik” untuk berkomunikasi dengan penggalang dana

U = usability;

I = Information Quality;

SI = Service Interaction

Tabel 2. Kuesioner ES-Qual

<i>Kode</i>	<i>Pernyataan</i>
FUL1	Kitabisa.com memberikan informasi yang dibutuhkan kepada pengguna tentang berdonasi Covid-19
FUL2	Informasi donasi yang disajikan pada website Kitabisa.com bersifat jujur
FUL3	Kitabisa.com menjaga aktivitas donasi yang aman dan nyaman
PRI1	Kitabisa.com melindungi data personal pengguna
PRI2	Kitabisa.com aman dari serangan keamanan informasi
PRI3	Website kitabisa.com memberikan rasa percaya kepada pengguna saat berdonasi
PRI4	Website kitabisa.com memberikan rasa aman kepada pengguna saat berdonasi
PRI5	Pengguna yakin informasinya akan terlindungi saat berdonasi di kitabisa.com
COM1	Pengguna dapat melakukan proses re-fund dana saat terjadi masalah saat berdonasi
COM2	Kitabisa.com menyediakan customer service yang responsible
CON1	Kitabisa.com menyediakan call center dan live chat yang dapat mengatasi masalah pengguna
CON2	Kitabisa.com memberikan layanan customer service yang dapat diakses 24 jam
CON3	Pengguna kitabisa.com mudah menemukan dan mengakses customer service

F=Fulfillment; E=Efficiency ;

COM=Compensation ; CON=Contact

Tabel 3. Kuesioner User Satisfaction

<i>Kode</i>	<i>Pernyataan</i>
US1	Saya suka dengan tampilan website Kitabisa.com
US2	Saya suka dengan layanan website Kitabisa.com
US3	Akses pada website Kitabisa.com cepat
US4	Informasi yang didapatkan dari website Kitabisa.com bermanfaat bagi saya
US5	Website Kitabisa.com dapat diakses menggunakan gadget apapun
US6	Setiap hari saya mengakses website kitabisa.com

Dalam pengujian ini nilai *outer loading* pada tiap indikator harus diatas 0,6 - 0,7 yang berarti indikator tersebut valid[4]. Pengujian ini dinamakan *standardized loading factor* yang

merupakan kolerasi antara tiap indikator yang dilihat dari nilai *outer loading* tiap indikator yang ada dalam kuesioner.

Tabel 4. Hasil Loading Factor

	<i>COM</i>	<i>CON</i>	<i>FUL</i>	<i>IQ</i>	<i>PRI</i>	<i>SIQ</i>	<i>U</i>	<i>US</i>
COM1	0.837							
COM2	0.649							
CON1		0.949						
CON2		0.906						
CON3		0.928						
FUL1			0.878					
FUL2			0.912					
FUL3			0.87					
IQ1				0.728				
IQ2				0.728				
IQ3				0.749				
IQ4				0.757				
IQ5				0.82				
IQ6				0.766				
IQ7				0.675				
PRI1					0.829			
PRI2					0.751			
PRI3					0.714			
PRI4					0.767			
PRI5					0.847			
SIQ1						0.803		
SIQ2						0.844		
SIQ3						0.926		
SIQ4						0.847		
U1							0.554	
U2							0.594	
U3							0.814	
U4							0.829	
U5							0.813	
U6							0.841	
US1								0.603
US2								0.779
US3								0.716
US4								0.868
US5								0.73
US6								0.65

Berdasarkan hasil *loading factor* pada tabel 4 terdapat 2 indikator yang dihapus karena hasil *outer loading* dibawah 0,6 yaitu variabel *usability*; U1 (kitabisa.com memberikan pengalaman yang positif untuk pengguna) dan U2 (Tampilan website kitabisa.com menarik). Selanjutnya dilakukan uji konsistensi reliabilitas internal dengan melihat nilai reliabilitas komposit (*Composite reliability*). Jika nilai reliabilitas komposit sama dengan ataupun > 0,70 dikatakan baik untuk penelitian [5].

Tabel 5 Hasil Composite Reliability

<i>Composite Reliability</i>	
COM	0.715
CON	0.949
FUL	0.917
IQ	0.898
PRI	0.888
SIQ	0.916
U	0.883
US	0.871

Hasil pada tahap uji konsistensi reliabilitas yang disajikan pada tabel 5 menunjukkan reliabilitas komposit memiliki nilai diatas 0,7 pada setiap variable sehingga model penelitian memiliki reliabilitas yang baik. Selanjutnya Data pada pengujian individual item reliability diperoleh dari 203 responden yang disebarkan melalui google form. Hasil dari Uji Individual Item Reliability bisa dicermati dalam tabel 6.

Tabel 6 Loading Factor

<i>Variabel</i>	<i>Indikator</i>	<i>Loading Factor</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Fulfillment</i>	FUL1	0,851	Valid
	FUL2	0,759	Valid
	FUL3	0,824	Valid
<i>Privacy</i>	PRI1	0,723	Valid

<i>Variabel</i>	<i>Indikator</i>	<i>Loading Factor</i>	<i>Keterangan</i>
Compensation	PRI2	0,809	Valid
	PRI3	0,838	Valid
	PRI4	0,789	Valid
	PRI5	0,846	Valid
	COM1	0,869	Valid
Contact	COM2	0,869	Valid
	CON1	0,889	Valid
Usability	CON2	0,925	Valid
	CON3	0,919	Valid
	U3	0,858	Valid
	U4	0,857	Valid
	U5	0,858	Valid
	U6	0,804	Valid
Information Quality	IQ1	0,761	Valid
	IQ2	0,797	Valid
	IQ3	0,788	Valid
	IQ4	0,701	Valid
	IQ5	0,789	Valid
	IQ6	0,811	Valid
	IQ7	0,766	Valid
Service Interaction Quality	SIQ1	0,795	Valid
	SIQ2	0,837	Valid
	SIQ3	0,812	Valid
	SIQ4	0,833	Valid
User Satisfaction	US1	0,142	Tidak Valid
	US2	0,810	Valid
	US3	0,780	Valid
	US4	0,879	Valid
	US5	0,778	Valid
	US6	0,145	Tidak Valid

Berdasarkan data pada tabel 6, variabel *user satisfaction* yaitu indikator US1 dan US6 memiliki nilai *loading factor* < 0,6 jadi indikatornya tidak dipakai. Sehingga indikator US1 dan US6 di hapus dan tidak diikutkan dalam perhitungan selanjutnya. Setelah dihapusnya 2 (dua) indikator dari *User Satisfaction* yaitu US1 (Kitabisa.com memberikan pengalaman yang positif untuk pengguna), US6 (Setiap hari saya mengakses website kitabisa.com) dan dilakukan uji

validitas, hasil *loading factor* masing-masing indikatornya mempunyai nilai > 0,6 maka semua indikatornya dikatakan valid dari model.

Selanjutnya dilakukan uji Uji validitas komposit merupakan pengukuran ketepatan instrument pengukuran pada penelitian. Dalam pengujian ini menghasilkan nilai reliabilitas komposit (*Composite reliability*) dan *Cronbach Alpha*. Bahwa nilai reliabilitas komposit sama dengan ataupun > 0,70 maka dinyatakan baik untuk penelitian [5]. Nilai Cronbach alpha > 0,60 artinya memiliki variabel yang reliabel dan valid[6].

Tabel 7. Uji Validitas

<i>Variabel</i>	<i>composite reliability</i>	<i>cronbach's alpha's</i>
<i>Compensation</i>	0,861	0,676
<i>Contact</i>	0,936	0,898
<i>Fulfillment</i>	0,853	0,743
<i>Information Quality</i>	0,913	0,888
<i>Privacy</i>	0,900	0,862
<i>Service Interaction Quality</i>	0,891	0,837
<i>Usability</i>	0,909	0,866
<i>User Satisfaction</i>	0,887	0,829

Mengacu dari tabel 7 di atas bisa ditarik kesimpulan jika seluruh konstraknya memenuhi syarat reliabel. Hal tersebut terlihat dari nilainya *composite reliability* dan *cronbach's alpha's* yang didapatkan dari perkiraan SmartPLS. Nilai yang dihasilkan ialah > 0,60 sebagaimana kriteria yang direkomendasikan. Hasil dari *Composite Reliability* yang dihasilkan > 0,70 yang artinya realibilitas dari indikator dinyatakan baik.

Selanjutnya dilakukan uji *Average Variance Extracted* (AVE) untuk melakukan pengujian model yang menggambarkan besaran

keragaman indikator yang didukung oleh konstruk. Nilai dari AVE > 0,5 pada tiap indikator dinyatakan memiliki *convergent validity* yang baik[7].

Tabel 8. Nilai Average Variance Extraced (AVE)

<i>Variabel</i>	<i>AVE</i>
<i>Compensation</i>	10,755
<i>Contact</i>	0,830
<i>Fulfillment</i>	0,660
<i>Information Quality</i>	0,599
<i>Privacy</i>	0,644
<i>Service Interaction Quality</i>	0,672
<i>Usability</i>	0,713
<i>User Satisfaction</i>	0,662

Nilai AVE yang ditunjukkan pada tabel 6 menyatakan semua variabel pengujian model memiliki nilai AVE diatas 0,5 sehingga dinyatakan baik dan memenuhi ketentuan pengujian AVE. Uji *Discriminant Validity*, perhitungan yang berdasarkan pada nilai *cross loading* dari indikator dan konstruk. Indikator pada pengujian ini dikatakan baik jika kolerasi antara konstruk dan indikator lebih besar dari kolerasi dengan konstruk atau variabel laten yang lain [8]. Hasil pengujian pada tabel 9 menunjukkan nilai *cross loading* indikator memiliki nilai yang lebih besar dari kolerasi nilai konstruk yang lain.

Tabel 9. Nilai Cross Loading

	<i>COM</i>	<i>CON</i>	<i>FUL</i>	<i>IQ</i>	<i>PRI</i>	<i>SIQ</i>	<i>U</i>	<i>US</i>
COM1	0,868	0,631	0,439	0,487	0,495	0,470	0,353	0,428
COM2	0,870	0,637	0,477	0,530	0,543	0,472	0,289	0,431
CON1	0,675	0,890	0,445	0,556	0,532	0,516	0,385	0,393
CON2	0,673	0,925	0,496	0,616	0,568	0,518	0,450	0,468
CON3	0,650	0,919	0,450	0,576	0,577	0,528	0,489	0,431
FUL1	0,515	0,453	0,853	0,586	0,480	0,564	0,331	0,580
FUL2	0,422	0,374	0,758	0,485	0,437	0,462	0,276	0,436
FUL3	0,337	0,409	0,823	0,480	0,497	0,552	0,366	0,491
IQ1	0,416	0,447	0,510	0,760	0,497	0,508	0,364	0,391
IQ2	0,497	0,622	0,497	0,797	0,509	0,644	0,506	0,528
IQ3	0,440	0,546	0,407	0,788	0,473	0,574	0,329	0,473
IQ4	0,508	0,558	0,501	0,702	0,469	0,585	0,463	0,539
IQ5	0,529	0,506	0,481	0,789	0,485	0,635	0,439	0,568
IQ6	0,405	0,422	0,565	0,810	0,549	0,659	0,307	0,588
IQ7	0,371	0,381	0,497	0,766	0,444	0,631	0,350	0,577
PRI1	0,437	0,381	0,401	0,402	0,722	0,325	0,208	0,292
PRI2	0,532	0,575	0,436	0,560	0,809	0,456	0,233	0,439
PRI3	0,467	0,502	0,514	0,499	0,839	0,491	0,299	0,424
PRI4	0,429	0,479	0,496	0,522	0,790	0,473	0,339	0,332
PRI5	0,520	0,498	0,480	0,537	0,846	0,461	0,277	0,398
SIQ1	0,367	0,381	0,582	0,609	0,477	0,795	0,322	0,570
SIQ2	0,422	0,388	0,525	0,631	0,362	0,838	0,361	0,545
SIQ3	0,551	0,584	0,538	0,715	0,598	0,811	0,395	0,544
SIQ4	0,439	0,520	0,484	0,632	0,383	0,833	0,435	0,558
U3	0,413	0,487	0,380	0,438	0,302	0,413	0,858	0,412
U4	0,309	0,462	0,294	0,404	0,262	0,353	0,858	0,406
U5	0,306	0,366	0,342	0,431	0,328	0,377	0,858	0,419
U6	0,217	0,326	0,336	0,450	0,246	0,415	0,805	0,406
US2	0,407	0,342	0,538	0,584	0,443	0,522	0,368	0,808
US3	0,412	0,445	0,462	0,509	0,312	0,571	0,380	0,781
US4	0,404	0,411	0,533	0,600	0,411	0,597	0,435	0,881
US5	0,387	0,348	0,498	0,539	0,382	0,513	0,398	0,780

Pada tabel 9 menunjukkan nilainya *cross loading* dari setiap indikatornya pada konstruk lebih tinggi blok yang lain. Dapat disimpulkan jika seluruh variabel latennya atau konstruk telah mempunyai nilai *discriminant validity* yang lebih baik dari blok indikator lainnya.

b. Uji *Path Coefficient* (β)

Path coefficient merupakan versi baku menurut bobot regresi linier yang bisa dipakai pada menguji kemungkinan interaksi karena dampak antara variabel statistik pada pendekatan pemodelan persamaan struktural. Bisa diartikan, pengujian *path coefficient* dicermati menurut nilai ambang batas yaitu 0,1, dimana koefisien jalur mendeskripsikan dampak kekuatan interaksi antar konstruk. Pada uji *coefficient* jika nilai ambang batas $>0,1$ jadi bisa disimpulkan path berpengaruh pada model. Berikut merupakan hasil dari pengujian *path coefficient*.

Tabel 10. Hasil Uji Path Coefficient

<i>Hubungan antar variabel</i>	β
<i>Compensation</i> → <i>User Satisfaction</i>	0,106
<i>Contact</i> → <i>User Satisfaction</i>	-0,104
<i>Fulfillment</i> → <i>User Satisfaction</i>	0,232
<i>Information Quality</i> → <i>User Satisfaction</i>	0,288
<i>Privacy</i> → <i>User Satisfaction</i>	-0,026
<i>Service Interaction Quality</i> → <i>User Satisfaction</i>	0,244
<i>Usability</i> → <i>User Satisfaction</i>	0,154

Hasil dari uji *path coefficient* pada tabel 10 Menunjukkan bahwa terdapat 2 (dua) jalur yang memiliki nilai dibawah 0,1 yaitu CON→US yang memiliki nilai -0,104, dan PRI→US yang

memiliki nilai -0,026 dinyatakan dua jalur tersebut tidak mempunyai signifikansi yang baik didalam modelnya.

c. Uji *Coefficient of Derermination* (R^2)

Pada penilaian model menggunakan PLS diawali dengan mencermati R-Square pada masing-masing variabel laten terikat. Evaluasi *structural model* dilakukan menggunakan metode *bootstrap* dengan melihat nilai *coefficient of determination* (R-square R^2) dari variabel laten endogen dan melihat nilai t-statistic [9]. Berikut adalah hasil dari pengujiannya. Pada prinsipnya dalam penelitian ini memakai 1 buah variabel yang mendapatkan pengaruh dari variabel lain yakni variabel *User Satisfaction* yang dipengaruhi oleh variabel E-S-Qual (*Fulfillment, Privacy, Compensation* dan *Contact*) dan variabel Webqual 4.0.

Tabel 11. Nilai R Square

<i>Variabel</i>	<i>R Square</i>
User	
Satisfaction	0.574

Tabel 11 memperlihatkan nilai *R-square* variabel *user Satisfaction* yaitu 0,574. Hasilnya tersebut memperlihatkan jika 57,4% variabel-variabel E-S-Qual (*Fulfillment, Privacy, Compensation* dan *Contact*) dan variabel Webqual 4.0 mempunyai kontribusi dalam kualitas *website*.

d. Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis dapat terlihat pada tabel 12, dilakukan dengan menggunakan metode *bootstrap*. Hasil pengujiannya yang dilaksanakan melalui *bootstrapping* dari analisa PLS ialah variabel *Fulfillment, Information Quality,*

Service Interaction Quality dan *Usability* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *User Satisfaction* hal tersebut disebabkan nilai *p-value* < 0,005, sedangkan variabel *Compensation*, *Contact* dan *Privacy* tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel *User Satisfaction* hal ini dikarenakan nilai *p-value* lebih besar dari 0,005.

Tabel 13 merupakan rangkuman hasil pengujian hipotesis yaitu terdapat empat hipotesis diterima dan tiga hipotesis yang ditolak. Empat faktor yang mempengaruhi tingkat kualitas *website* kitabisa.com diantaranya satu variabel dari metode e-s-qual yaitu *fulfillment*, dan terdapat 3 variabel dari metode webqual 4.0 yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*.

Tabel 12 Hasil Uji Hipotesis

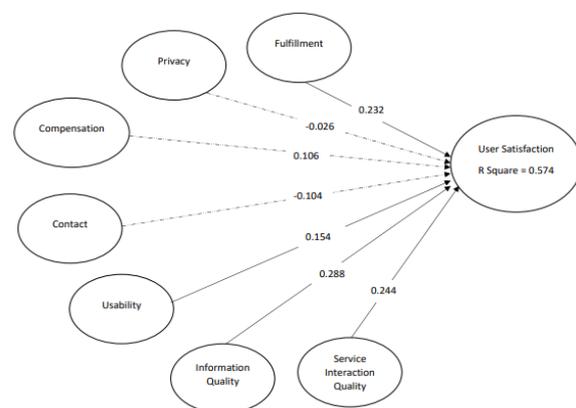
	<i>Original Sample (O)</i>	<i>Sample Mean (M)</i>	<i>Standard Deviation (STDEV)</i>	<i>T Statistics (O/STDEV)</i>	<i>P Values</i>
<i>Compensation → User Satisfaction</i>	0,106	0,105	0,078	1,354	0,176
<i>Contact → User Satisfaction</i>	-0,104	-0,103	0,081	1,291	0,197
<i>Fulfillment → User Satisfaction</i>	0,232	0,224	0,071	3,267	0,001
<i>Information Quality → User Satisfaction</i>	0,288	0,284	0,095	3,029	0,003
<i>Privacy → User Satisfaction</i>	-0,026	-0,018	0,073	0,359	0,719
<i>Service Interaction Quality → User Satisfaction</i>	0,244	0,248	0,086	2,849	0,005
<i>Usability → User Satisfaction</i>	0,154	0,153	0,065	2,374	0,018

Tabel 13. Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis

<i>No</i>	<i>Keterangan</i>	<i>Nilai Koefisien Jalur</i>	<i>Nilai p-value</i>	<i>Hasil Pengujian</i>
1	<i>Fulfillment → User Satisfaction</i> Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif diantara <i>Fulfillment</i> pada Tingkat Kualitas <i>Website</i> Kitabisa.com	0,106	0,176	Diterima
2	<i>Privacy → User Satisfaction</i> Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif diantara <i>Privacy</i> pada Tingkat Kualitas <i>Website</i> Kitabisa.com	-0,104	0,197	Ditolak

No	Keterangan	Nilai Koefisien Jalur	Nilai p-value	Hasil Pengujian
3	Compensation→User Satisfaction Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif diantara <i>Compensation</i> pada Tingkat Kualitas <i>Website</i> Kitabisa.com	0,232	0,001	Ditolak
4	Contact →User Satisfaction Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif diantara <i>Contact</i> pada Tingkat Kualitas <i>Website</i> Kitabisa.com	0,288	0,003	Ditolak
5	Usability→User Satisfaction Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif diantara <i>Usability</i> pada Tingkat Kualitas <i>Website</i> Kitabisa.com	-0,026	0,719	Diterima
6	Information Quality →User Satisfaction Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif diantara <i>Information Quality</i> pada Tingkat Kualitas <i>Website</i> Kitabisa.com	0,244	0,005	Diterima
7	Service Interaction Quality →User Satisfaction Terdapat pengaruh yang signifikan dan positif diantara <i>Service Interaction Quality</i> pada Tingkat Kualitas <i>Website</i> Kitabisa.com	0,154	0,018	Diterima

Setelah melakukan beberapa uji menggunakan SmartPLS 3.0 diperoleh hasil akhir model akhir penelitian yang dapat dilihat pada gambar 2. Terdapat 3 (tiga) variabel yaitu *privacy*, *compensation*, dan *contact* yang memiliki nilai p-value yang lebih besar dari lebih besar dari 0,05 atau tidak memiliki pengaruh signifikan dan positif dengan tingkat kualitas tingkat kualitas website kitabisa.com.



Gambar 2. Model Akhir Penelitian

Keterangan :

— · · — · · — · · ▶ Nilai p-value lebih besar sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan dan positif sehingga Hipotesis Ditolak.

Hasil survey oleh 203 responden mendapatkan kolerasi *R-square* sebesar 0.574 menunjukkan nilai *R-square* untuk variabel *User Satisfaction* diperoleh sebesar 0,574. Hasil ini menunjukkan bahwa 57,4% variabel - variabel E-S-Qual (*Fulfillment*, *Privacy*, *Compensation* dan *Contact*) dan variabel Webqual 4.0 (*Usability*, *Information Quality* dan *Service Interaction Quality*) mempunyai kontribusi dalam kualitas *website*.

Hasil dari survey kuesioner yang telah disebarakan melalui *google form* menunjukkan bahwa kualitas *website* kitabisa.com memiliki kualitas yang baik berdasarkan nilai *loading factor* pada beberapa aspek yaitu kecepatan dan ketepatan *website* dalam mencari halaman yang diinginkan pengguna, keamanan *website*, kompensasi *website* saat ada masalah, *website up to date*, dan layanan *customer service*. Namun ada aspek yang dimana mempunyai *loading factor* yang rendah yang harus diperhatikan dan dilakukan perbaikan yang dapat dilihat pada Tabel 14.

Tabel 14 Rekomendasi Perbaikan

No	Aspek	Dimensi	Tindakan	Rekomendasi
1	FUL2: Informasi donasi yang Disajikan pada website Kitabisa.com bersifat jujur	E-S-Qual	Update dan modifikasi	Menambahkan informasi penggalang dana serta informasi tujuan dari penggalangan dana
2	PRI1: Kitabisa.com melindungi data personal pengguna		Upgrade	Melakukan pengembangan terkait keamanan system
3	PRI2: Kitabisa.com aman dari serangan keamanan informasi		Upgrade	Melakukan pengembangan terkait keamanan system
4	COM1: Pengguna dapat melakukan proses refund dana saat terjadi masalah saat berdonasi		Modifikasi	Aplikasi Re-fund
5	COM2: Kitabisa.com menyediakan customer service yang responsible		Modifikasi	Aplikasi chat box via whatsapp
6	CON1: Kitabisa.com menyediakan call center dan live chat yang dapat mengatasi masalah pengguna		Modifikasi	Aplikasi Live Chat
7	U2: Tampilan website kitabisa.com menarik	Webqual 4.0	Update dan modifikasi	Pengembangan tampilan UI/UX yang lebih baik
8	IQ3: Kitabisa.com menampilkan informasi yang relevan		Update	Update berkala
9	US1: Saya suka dengan tampilan website Kitabisa.com	User Satisfaction	Update dan modifikasi	Pengembangan tampilan UI/UX yang lebih baik
10	US6: Setiap hari saya mengakses website kitabisa.com		Update, upgrade, dan modifikasi	Design <i>website</i> yang ramah dan menarik, iklan dan promosi untuk menarik pengguna.

Berdasarkan tabel 14 variabel yang memiliki angka *loading factor* yang rendah diantaranya *fulfillment, privacy, compensation, contact, information quality, user satisfaction* memerlukan rekomendasi untuk *update, upgrade* atau modifikasi. Hal ini dikuatkan dengan hasil penelitian sebelumnya (Andiputra dan tanamal, 2020) melakukan analisis *usability* dengan metode *Webuse* pada *Website Kitabisa.com* variabel desain tampilan *website* memiliki skor yang kurang baik yang artinya tampilan *website* masih kurang menarik dan kurang dapat memuaskan pengguna [10]. Aspek tersebut sangat mempengaruhi kualitas *website* dan kepuasan pengguna *kitabisa.com* dalam menggunakan *website*. Rekomendasi ini diharapkan dapat menjadi salah satu pendukung keputusan bagi *Kitabisa.com* dalam meningkatkan kualitas *website*.

4. KESIMPULAN

Dari tujuh hipotesis yang diajukan dalam mempengaruhi kepuasan pengguna, ada tiga hipotesis yang ditolak berdasarkan hasil pengujian *path coefficient*, yaitu hipotesis *Compensation* yang mempengaruhi Kepuasan Pengguna (COM→US), *hipotesis Contact* yang mempengaruhi kepuasan pengguna (CON→US), hipotesis *Privacy* yang mempengaruhi *user satisfaction* (PRI→US).

Ditolaknya *Compensation, Contact, dan Privacy* pada hipotesis penelitian ini berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya *compensation, contact, dan privacy* berpengaruh terhadap kualitas *website*. Hal ini menunjukkan

bahwa faktor-faktor pada *website kitabisa.com* yang lebih mempengaruhi kepuasan pengguna adalah kecepatan dan ketepatan *website* dalam mencari halaman yang diinginkan pengguna, keamanan *website*, kompensasi *website* saat ada masalah, *website up to date*, dan layanan *customer service*.

User satisfaction atau kepuasan pengguna memiliki pengaruh terhadap kualitas *website* hal ini terbukti dari nilai *r-square* 0,574. Hasil ini menunjukkan bahwa 57,4% variabel - variabel *E-S-Qual (Fulfillment, Privacy, Compensation dan Contact)* dan variabel *Webqual 4.0 (Usability, Information Quality dan Service Interaction Quality)* mempunyai kontribusi dalam kualitas *website*.

Untuk melakukan perbaikan tingkat kualitas *website, kitabisa.com* dapat meningkatkan pada aspek tampilan *website kitabisa.com* dan kesenangan pengguna dalam menggunakan *website*. Peningkatan tampilan *website* dapat menarik pengguna, kesenangan pengguna dan dapat meningkatkan kualitas *website*. Untuk penelitian selanjutnya dengan topik sejenis dengan penelitian ini diharapkan dapat menambah variabel dan menggabungkan metode lain yang mempunyai peluang mempengaruhi tingkat kualitas *website*.

Penambahan jumlah responden yang lebih banyak dan cakupan responden yang lebih luas pada penelitian berikutnya agar data yang dihasilkan dan di uji memiliki hasil yang variatif dan dapat di eksplor lebih jauh terhadap tingkat kualitas *website kitabisa.com* dalam mempengaruhi kepuasan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Wicks, M., *Crowdfunding-an introduction*. Victoria: Blue Beetle Books. 2013
- [2] Pratama, Y., & Kusumo, D. S. Pengukuran Kualitas Website CDC Universitas Telkom Menggunakan Metode Webqual 4.0. *eProceedings of Engineering*, 2(1), 2015.
- [3] Warjiyono, W., & Hellyana, C. M., Pengukuran Kualitas Website Pemerintah Desa Jagalempeni Menggunakan Metode Webqual 4.0. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 5(2), 139., 2018.
- [4] Hartono, Jogiyanto., *Metode Penelitian Bisnis*. Edisi Ke-6. Yogyakarta. Universitas Gadjah Mada. 2014.
- [5] Ahlan, A. R., Kartiwi, M., & Sukmana, H. T., *Measurement of information system project success based on perceptions of the internal stakeholders.*, 2015.
- [6] Ghozali, I., *Structural Equation Modeling: Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (pls)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro., 2008.
- [7] Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C., & Sarstedt, M. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage publications., 2016.
- [8] Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F., *Partial least squares structural equation modeling*. Handbook of market research, 26(1), 1-40., 2017.
- [9] Seta, H. B., Hidayanto, A. N., & Abidin, Z., Variables Affecting E-learning Services Quality in Indonesian Higher Education: Students' Perspectives. *Journal of Information Technology Education*, 19. 2020.
- [10] Andiputra, K., & Tanamal, R.. *Analisis Usability Menggunakan Metode Webuse pada Website kitabisa.com.*, 2020.