

Analisis Kualitas Website MyHerbalife Menggunakan Metode Webqual 4.0

Nyimas Sopiah¹, M.Fakhri Khoirullah Ardhana^{2*}

Universitas Bina Darma

Jalan Jenderal Ahmad Yani No.3 Palembang, Indonesia

Sur-el : nyimas.sopiah@binadarma.ac.id¹, 191410127@student.binadarma.ac.id²

*) Corresponden Author

Received: 17 September 2025 Reviewed: 20 September 2025 Accepted: 02 Desember 2025

Abstract : Entering the digital business especially in the marketing field caused by technological developments. One of the technologies that can help businesses in the marketing field is the website. The formulation of the problem in this study which focuses on the MyHerbalife website is that the researcher will also analyze the quality of the MyHerbalife website whether it makes it easy for customers to purchase products through the website and whether MyHerbalife has a decent website. The purpose of this study is to analyze the quality of the feasibility of using the MyHerbalife website by applying the WebQual method. The method used in this study is Webqual which includes Usability, Information Quality, Service Interaction. The results obtained from this study are that the Usability variable of usability quality has a large impact on the Overall Impression variable of user satisfaction, from the Information Quality side indicates that the information variable has a large impact on the Overall Impression variable of user satisfaction, and from the Service Interaction Quality side indicates that the Service Interaction Quality variable of service quality has a large impact on the Overall Impression variable of user satisfaction.

Keywords: MyHerbalife, Webqual 4.0, Questionnaire, Website.

Abstrak : Memasuki bisnis digital terutama dalam bidang pemasaran yang disebabkan oleh perkembangan teknologi. Salah satu teknologi yang dapat membantu bisnis dalam bidang pemasaran yaitu website. Rumusan masalah pada penelitian ini yang berfokus pada website MyHerbalife. Peneliti juga akan menganalisis kualitas website MyHerbalife ini apakah memudahkan pelanggan untuk melakukan pembelian produk melalui website dan apakah MyHerbalife memiliki website yang layak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kualitas kelayakan penggunaan website MyHerbalife dengan menerapkan metode WebQual. metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Webqual yang meliputi Usability, Information Quality, Service Interaction. Hasil yang didapat dari penelitian ini bahwasannya variabel Usability kualitas kegunaan menyerahkan dampak yang besar dalam variabel Overall Impression kepuasan pengguna, dari sisi Information Quality mengindikasikan bahwasannya variabel informasi menyerahkan dampak yang besar dalam variabel Overall Impression kepuasan pengguna, dan dari sisi Service Interaction Quality mengindikasikan bahwasannya variabel Service Interaction Quality kualitas layanan menyerahkan dampak yang besar dalam variabel Overall Impression kepuasan pengguna.

Kata kunci: MyHerbalife, Webqual 4.0, Kuesioner, Website

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan dampak signifikan terhadap strategi pemasaran dan penyediaan layanan berbasis digital [1]. Website tidak hanya berfungsi

sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana pelayanan, komunikasi, serta interaksi antara perusahaan dan konsumen [2].

Herbalife sebagai perusahaan global di bidang nutrisi dan kesehatan memiliki website resmi MyHerbalife yang ditujukan untuk

pengguna dan distributor. *MyHerbalife* adalah platform digital resmi yang digunakan oleh distributor dan pelanggan produk Herbalife untuk mengakses informasi produk, melakukan pemesanan, mengelola akun, serta memperoleh dukungan terkait bisnis dan gaya hidup sehat. Sebagai website yang melayani kebutuhan pengguna secara langsung, kualitas dari *MyHerbalife* sangat memengaruhi kenyamanan dan kepuasan penggunanya.

Website yang tidak *user-friendly*, informasi yang kurang jelas, atau layanan interaktif yang tidak responsif dapat menyebabkan ketidakpuasan pengguna dan berdampak pada loyalitas konsumen [6]. Namun, seiring meningkatnya kebutuhan pengguna, kualitas website harus terus dievaluasi agar mampu memberikan pengalaman penggunaan yang optimal. Salah satu metode yang sering digunakan adalah WebQual 4.0 yang menilai kualitas website dari dimensi *usability*, *information quality*, *service interaction quality*, dan *Overall User Satisfaction* [7].

Berdasarkan uraian tersebut, penulis memutuskan untuk menganalisis kualitas website *MyHerbalife* menggunakan metode *WebQual* 4.0 serta mengkaji pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna. Penelitian-penelitian sebelumnya dijadikan sebagai landasan teoritis dan bahan pertimbangan untuk memperkuat analisis serta mendorong terbentuknya temuan yang lebih komprehensif. Penelitian dengan judul “Analisis Kualitas Website menggunakan metode Webqual 4.0 (Studi kasus: *MyBest E-learning System* UBSI)” yang ditulis oleh Indah Purwandani dan Nurfia Oktaviani

Syamsiah menghasilkan hasil penelitian bahwa ke empat variabel webqual yaitu *Usability*, *Information Quality*, *Service Interaction Quality*, dan *Overall User Satisfaction* berada pada kategori yang cukup tinggi dengan nilai kepuasan pada kategori puas [3]. Penelitian lain dengan judul “Analisis Kualitas Website menggunakan metode Webqual 4.0 (Studi kasus: SIPPP kota Bekasi)” yang ditulis oleh Melati Monica Meilina dan Rosi Kusuma Serli dengan hasil dari penelitian ini adalah Penelitian uji chi square didapatkan χ^2 hitung didapat nilai sebesar 32,01 > χ^2 tabel 0,05 (8) dengan nilai 15,507. Dengan demikian maka H_0 diterima sehingga Hipotesis H_1 , H_2 , dan H_3 diterima dengan pengujian menggunakan chi square [4]. Selanjutnya penelitian dengan judul “Analisa Kualitas Website menggunakan metode Webqual 4.0 (Studi kasus: Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Riau)” yang ditulis oleh Nurmaini Dalimunthe, Tricia Karina, dan Arabiatul Adawiyah di mana yang dihasilkan dari penelitian ini adalah pengukuran terhadap kepuasan pengguna website ini di Badan Kepegawaian Daerah Provinsi Riau bahwa website ini sudah memuaskan pegawai, berdasarkan diterima dua hipotesis yang diajukan yaitu hipotesis kualitas kegunaan dan kualitas informasi dengan kontribusi variabel terhadap kepuasan sebesar 52,3%. [5].

Penelitian - penelitian tersebut menjadi referensi penting serta memberikan arah dan acuan bagi penulis dalam melakukan analisis kualitas website *MyHerbalife* agar memperoleh hasil penelitian yang lebih valid dan informatif.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Observasi, wawancara, studi pustaka, dan penyebaran kuesioner merupakan teknik yang digunakan untuk pengumpulan data. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung dan penulisan pada objek penelitian sehingga membantu mendapatkan hasil yang lebih maksimal pembuatan [8]. Wawancara dilakukan dengan beberapa pengguna website *MyHerbalife* yang ada di NC Reni H. Anom mengenai informasi website dan apa saja yang disajikan oleh website tersebut. Buku, internet, serta jurnal ilmiah yang relevan dan memuat aspek-aspek yang berkaitan dengan *webqual 4.0*.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode *Webqual 4.0*. *Webqual 4.0* yaitu suatu instrumen pengukuran kualitas website yang dikembangkan oleh Barnes dan Vidgen. *Webqual 4.0* mengukur tingkat kualitas website *MyHerbalife* dengan mengacu pada empat dimensi utama, yaitu *Usability*, *Information Quality*, *Service Interaction Quality*, dan *Overall Satisfaction* [9].

Dalam penelitian ini, data dianalisis menggunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk mengetahui tingkat persepsi pengguna terhadap kualitas website *MyHerbalife*. Skala Likert 1–5 digunakan untuk mengukur jawaban responden, di mana skor 1 menunjukkan sangat tidak setuju, sedangkan skor 5 menunjukkan sangat setuju [10].

Alat yang digunakan dalam penelitian ini ialah SPSS Versi 25. SPSS adalah perangkat lunak statistik yang dirancang untuk analisis data

kuantitatif, pengolahan data, dan pelaporan hasil secara cepat dan tepat [11].

Adapun metode pengujian yang akan digunakan yaitu metode pengujian Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji T, Uji F [12]. Ada berbagai macam perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini seperti Windows 11 sebagai sistem operasi, SPSS Versi 25 dan *Microsoft Excel* sebagai perangkat lunak utama dalam pembuatan program web, *Google Chrome* sebagai perangkat lunak untuk kebutuhan *browsing* dan menampilkan hasil program sementara, hingga *Microsoft Word* sebagai perangkat lunak dalam pembuatan laporan [13].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Fungsi Utama Website *MyHerbalife*

Website *MyHerbalife* dirancang tidak hanya sebagai media penyedia informasi mengenai produk-produk Herbalife, melainkan juga sebagai platform digital yang terintegrasi dengan berbagai layanan yang mendukung bisnis, konsumen, dan komunitasnya. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap akses informasi yang cepat serta perkembangan transaksi berbasis online, kehadiran website ini menjadi jawaban atas tuntutan era digital yang semakin kompetitif.

Website *MyHerbalife* memiliki fungsi yang cukup komprehensif, mulai dari penyedia informasi produk, sarana penjualan online, dukungan bagi distributor, edukasi kesehatan, hingga pelayanan pelanggan. Fungsi-fungsi tersebut secara keseluruhan mendukung pencapaian tujuan utama website yaitu menjadi

media utama bagi *Herbalife* dalam memperkuat hubungan dengan konsumen, memperluas pasar, serta mendukung para distributor dalam menjalankan bisnisnya.

3.2. Sejarah dan Tujuan Website

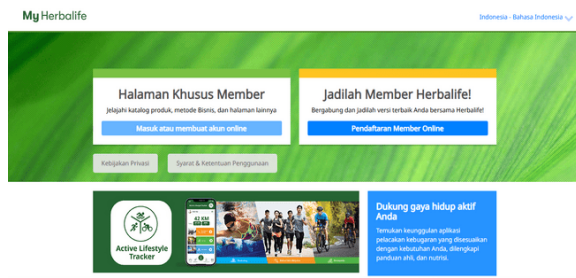
Website *MyHerbalife* merupakan salah satu inovasi digital yang dikembangkan oleh perusahaan *Herbalife Nutrition*. *Herbalife Nutrition* sendiri didirikan pada tahun 1980 oleh *Mark Hughes* di Los Angeles, Amerika Serikat. Perusahaan ini awalnya berfokus pada pemasaran produk nutrisi, manajemen berat badan, serta gaya hidup sehat dengan sistem distribusi langsung (*direct selling*) melalui jaringan distributor independen. Dengan model bisnis tersebut, *Herbalife* berhasil memperluas jaringan hingga ke lebih dari 90 negara, termasuk Indonesia. Seiring berkembangnya perusahaan dan semakin luasnya jangkauan distribusi, *Herbalife* menghadapi tantangan baru di era digital.

Perubahan pola perilaku konsumen yang semakin mengandalkan internet dalam mencari informasi produk, melakukan transaksi, hingga membangun komunitas gaya hidup sehat, menuntut *Herbalife* untuk beradaptasi dengan teknologi. Dalam konteks inilah, website *MyHerbalife* dikembangkan sebagai portal resmi perusahaan untuk memberikan layanan digital yang terintegrasi kepada distributor maupun konsumen. Website *MyHerbalife* mulai diperkenalkan secara bertahap pada awal tahun 2000-an sebagai bentuk transformasi bisnis *Herbalife* menuju digitalisasi. Di Indonesia sendiri, *MyHerbalife* hadir sebagai pusat

aktivitas daring yang mendukung distributor independen dalam menjalankan bisnis, sekaligus memfasilitasi konsumen untuk memperoleh informasi produk *Herbalife* secara lebih mudah dan cepat. Melalui website ini, *Herbalife* tidak hanya menyediakan layanan penjualan produk, tetapi juga mengintegrasikan berbagai fitur yang mencakup edukasi, komunikasi, hingga manajemen bisnis distributor. Tujuan utama pengembangan website *MyHerbalife* adalah untuk mempermudah akses dan meningkatkan kualitas layanan bagi seluruh pemangku kepentingan perusahaan, baik distributor maupun konsumen.

3.3. Tampilan User Interface (UI) Website

Tampilan antarmuka (*user interface/UI*) merupakan salah satu elemen penting dalam keberhasilan sebuah website, karena berhubungan langsung dengan pengalaman pengguna (*user experience/UX*) [14]. Website *MyHerbalife* dirancang dengan antarmuka yang sederhana, modern, dan mudah digunakan oleh berbagai kalangan pengguna, baik konsumen umum maupun distributor resmi *Herbalife*. Secara visual, halaman awal (*homepage*) *MyHerbalife* didominasi oleh warna hijau, putih, dan abu-abu yang merepresentasikan citra kesehatan, kesegaran, serta profesionalitas. Kombinasi warna tersebut tidak hanya memberikan kesan alami, tetapi juga konsisten dengan identitas merek *Herbalife* secara global dapat dilihat pada gambar 1.



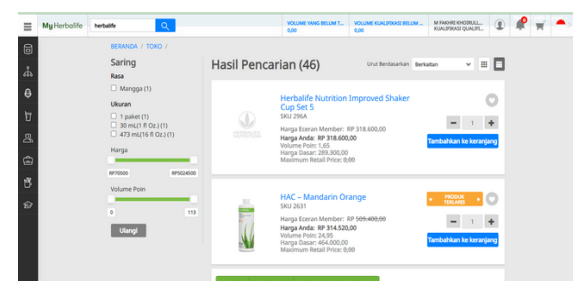
Gambar 1. Tampilan User Interface Website

3.4. Fitur – Fitur Website MyHerbalife

Website *MyHerbalife* tidak hanya berfungsi sebagai sarana informasi dan transaksi, tetapi juga dilengkapi dengan berbagai fitur yang mendukung kebutuhan konsumen dan distributor. Fitur-fitur tersebut dirancang untuk meningkatkan kenyamanan pengguna, mempercepat proses transaksi, serta memberikan layanan tambahan yang relevan dengan gaya hidup sehat yang menjadi misi utama Herbalife. Berikut adalah beberapa fitur utama yang tersedia pada website *MyHerbalife*.

3.4.1. Search Bar

Pengguna dapat mencari produk berdasarkan nama atau kategori, Mempercepat pengguna menemukan produk yang diinginkan tanpa harus menelusuri semua menu dapat dilihat di gambar 2.

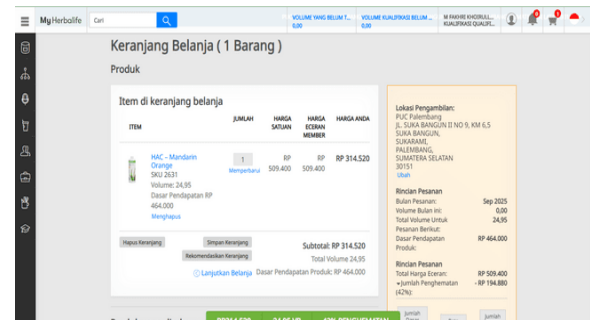


Gambar 2. Search Bar

3.4.2. Shopping Cart

Fitur untuk menampung produk yang akan dibeli sebelum melakukan checkout,

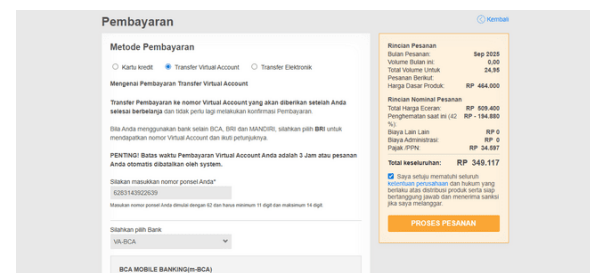
Memudahkan pengelolaan produk sebelum transaksi final dapat dilihat di gambar 3.



Gambar 3. Shopping Cart

3.4.3. Sistem Pembayaran Online

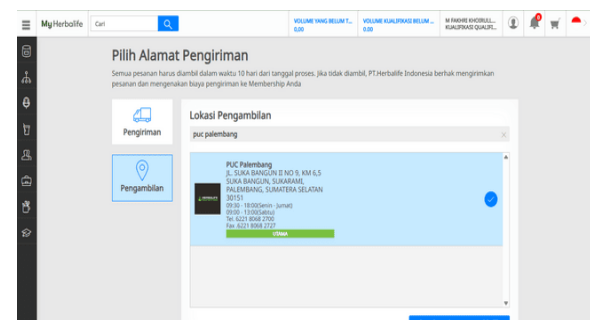
Mendukung berbagai metode pembayaran (*Transfer Virtual Account*, *Kartu Kredit*, *Transfer Elektronik*). Memberikan fleksibilitas bagi konsumen dalam memilih cara pembayaran dapat dilihat di gambar 4.



Gambar 4. Sistem Pembayaran Online

3.4.4. Tracking Pesanan

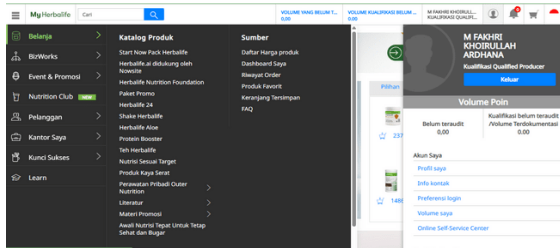
Menyediakan informasi status pesanan mulai dari pemrosesan hingga pengiriman. Meningkatkan transparansi dan kepercayaan konsumen dapat dilihat di gambar 5.



Gambar 5. Tracking Pesanan

3.4.5. Login & Dashboard Member

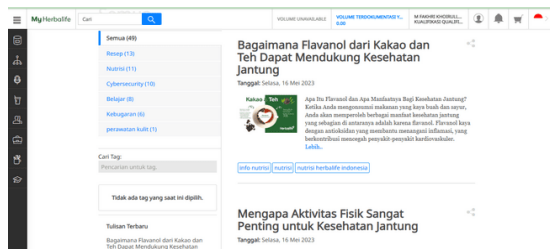
Area khusus distributor untuk mengakses akun, laporan penjualan, dan informasi promosi serta membantu distributor dalam mengelola bisnis Herbalife secara digital dapat dilihat di gambar 6.



Gambar 6. Login & Dashboard Member

3.4.6. Artikel & Edukasi Kesehatan

Menyediakan artikel, tips nutrisi, dan panduan gaya hidup sehat. Memberikan nilai tambah melalui edukasi dan juga bukan sekadar transaksi produk dapat dilihat di gambar 7.



Gambar 7. Artikel & Edukasi Kesehatan

3.4.7. Komunitas & Kesehatan

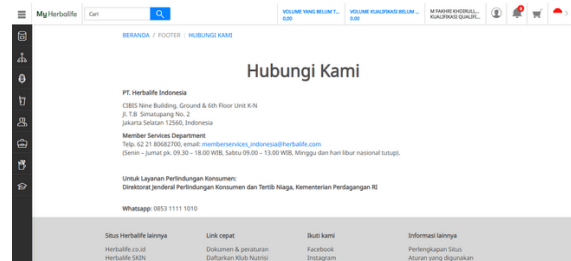
Ruang berbagi pengalaman antar pengguna serta menampilkan testimoni konsumen untuk membangun interaksi sosial dan meningkatkan kredibilitas produk dapat dilihat di gambar 8.



Gambar 8. Komunitas & Edukasi Kesehatan

3.4.8. Customer Support

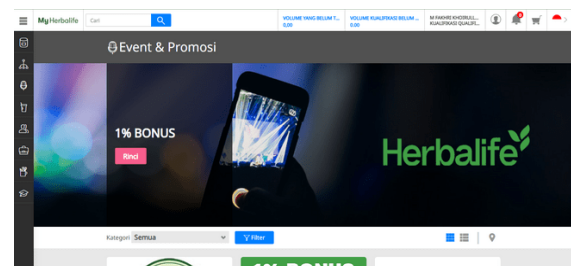
Tersedia FAQ, live chat, dan form kontak untuk bantuan pelanggan serta memberikan solusi cepat terhadap masalah atau pertanyaan pengguna dapat dilihat di gambar 9.



Gambar 9. Customer Support

3.4.9. Promo & Event

Informasi terkait diskon, penawaran khusus, dan kegiatan resmi Herbalife serta Meningkatkan engagement serta menarik konsumen untuk melakukan pembelian dapat dilihat di gambar 10.



Gambar 10. Promo & Event

Dengan adanya fitur-fitur tersebut, website *MyHerbalife* mampu memberikan pengalaman pengguna yang menyeluruh, mulai dari pencarian produk, transaksi pembelian, edukasi kesehatan, hingga interaksi sosial. Fitur ini sejalan dengan dimensi *usability*, *information quality*, *service interaction quality*, dan *overall user satisfaction* yang menjadi dasar penelitian menggunakan metode WebQual 4.0.

3.5. Uji Validitas

Penelitian dilakukan dengan menghitung angka korelasi atau r hitung dari nilai jawaban tiap responden untuk tiap butir pertanyaan, kemudian dibandingkan dengan r tabel. Hasil dan pembahasan menjelaskan tentang hasil penelitian yang diperoleh, baik berupa data, tabel, grafik, ataupun temuan penting lainnya. Setiap hasil yang ditampilkan harus dibahas, artinya diberikan interpretasi, analisis, dan kaitannya terhadap hipotesis atau kerangka teori yang digunakan [15]. Nilai r tabel diperoleh dengan persamaan $N-2 = 100 - 2 = 98 = 0,196$. Tingkat signifikansi 5% maka di dapat r tabel 0,196. Setiap butir pertanyaan dikatakan valid jika r hitung $>$ r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Tabel 1. Uji Validitas

Penyataan	Rhitung	Rtabel	Keterangan
P1	0,815	0,196	Valid
P2	0,806	0,196	Valid
P3	0,808	0,196	Valid
P4	0,796	0,196	Valid
P5	0,721	0,196	Valid
P6	0,709	0,196	Valid
P7	0,397	0,196	Valid
P8	0,792	0,196	Valid
P9	0,898	0,196	Valid
P10	0,865	0,196	Valid
P11	0,866	0,196	Valid
P12	0,904	0,196	Valid
P13	0,862	0,196	Valid
P14	0,862	0,196	Valid
P15	0,889	0,196	Valid
P16	0,803	0,196	Valid
P17	0,832	0,196	Valid
P18	0,918	0,196	Valid
P19	0,877	0,196	Valid
P20	0,461	0,196	Valid
P21	0,439	0,196	Valid
P22	0,361	0,196	Valid
P23	0,233	0,196	Valid

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai r hitung untuk masing-masing pernyataan kualitas kegunaan Website MyHerbalife adalah berkisar antara (0,397) sampai (0,808), r hitung untuk masing-masing pernyataan kualitas informasi website yang ada MyHerbalife adalah berkisar antara (0,862) sampai (0,904), dan r hitung untuk masing-masing pernyataan kualitas interaksi layanan website MyHerbalife adalah berkisar (0,877) sampai (0,918). Hasil uji semua nilai r hitung untuk masing-masing pernyataan lebih besar dari r tabel (0,196). Hal ini berarti bahwa setiap butir pertanyaan dalam penelitian ini adalah valid.

3.6. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas kualitas kegunaan website *MyHerbalife* 0,902 yang menunjukkan bahwa koefisien *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7 sehingga dapat disimpulkan bahwa data kualitas kegunaan website *MyHerbalife* dalam penelitian ini adalah reliabel.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Cronbach's Alpha Based on Standardized Items</i>	<i>N of Items</i>
.902	.905	23

3.7. Uji Normalitas

Dari Tabel 3 dapat dilihat berdasarkan hasil uji tersebut, skor signifikansi yang diperoleh senilai 0,432, yang lebih besar 0,05. Menandakan bahwa residual memiliki distribusi normal. Uji *Kolmogrov-Smirnov* difungsikan sebagai uji normalitas model regresi. Apabila

skor signifikansi yang didapatkan melebihi $\alpha=0,05$, sehingga dianggap normal.

Tabel 3. Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>	
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean = .0000000	
	Std. Deviation = 3.215478	
Most Extreme Differences	Absolute = .087	
	Positive = .073	
	Negative = -.087	
Kolmogorov-Smirnov Z	.872	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.432	

3.8. Uji T

Pengujian menggunakan *One-Sample T Test* dengan nilai patokan (test value) 3,40. Seluruh variabel memiliki nilai t yang besar dengan Sig. (2-tailed) < 0,001. Artinya, rata-rata *Usability*, *Information Quality*, *Service Interaction*, dan *User Satisfaction* secara signifikan lebih tinggi dari 3,40 (taraf 5%).

Tabel 4. Uji T

<i>Variabel</i>	<i>N</i>	<i>Mean</i>	<i>Std. Deviation</i>	<i>Std. Error Mean</i>
Usability	100	3.87	0.52	0.052
Information Quality	100	3.92	0.48	0.048
Service Interaction	100	3.78	0.55	0.055
User Satisfaction	100	3.95	0.50	0.050

3.9. Uji F

Uji F simultan berguna mengevaluasi apakah seluruh faktor (*Usability*, *Information Quality*, dan *Service Interaction Quality*) secara bersamaan mempunyai dampak faktor dependen (*Overall Impression Kepuasan Pengguna*).

Proses ini melibatkan komparasi diantara nilai F hitung dan F tabel pada tingkat signifikansi 0.010 (< 0.05).

Tabel 5. Uji F ANOVA

<i>Source of Variation</i>	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
Regression	2.105	2	1.053	4.872	0.010
Residual	20.895	97	0.215		
Total	23.000	99			

Hasil pengujian statistik F yang tertera dalam tabel tersebut menunjukkan skor F hitung sejumlah 4,872, lebih tinggi dari 2,36, dengan tingkat signifikansi (0,010) yang lebih kecil dari probabilitas yang ditentukan (0,05). Hasilnya, Kualitas Kegunaan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan secara keseluruhan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai kualitas website MyHerbalife dengan menggunakan metode WebQual 4.0, yang mencakup dimensi *usability*, *information quality*, *service interaction quality*, dan *overall user satisfaction*, dapat disimpulkan bahwa secara umum kualitas website telah memenuhi harapan sebagian besar pengguna. Pada dimensi *usability*, responden menilai bahwa tampilan dan navigasi website relatif mudah dipahami dan cukup ramah pengguna, meskipun masih ditemukan beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti kecepatan akses halaman dan konsistensi desain. Sementara itu, dimensi *information quality* memperoleh penilaian tinggi, menandakan bahwa informasi yang disajikan termasuk deskripsi produk, manfaat, dan

panduan penggunaan dianggap akurat, relevan, serta bermanfaat, meskipun pembaruan konten secara berkala masih diperlukan agar informasi tetap mutakhir. Pada dimensi *service interaction quality*, layanan interaktif yang tersedia, seperti fitur kontak, dukungan pelanggan, dan integrasi sistem pemesanan, dinilai sudah berjalan cukup baik. Pengguna merasakan manfaat dari komunikasi yang disediakan melalui website, namun peningkatan responsivitas layanan secara real time masih diperlukan. Selanjutnya, dimensi *overall user satisfaction* menunjukkan bahwa pengguna merasa cukup puas terhadap pengalaman mereka dalam menggunakan website, terutama dalam mencari informasi produk dan melakukan transaksi. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa kualitas website MyHerbalife telah berada pada kategori baik menurut persepsi pengguna, namun peningkatan pada beberapa aspek teknis dan pelayanan khususnya kecepatan akses, pembaruan informasi, dan interaktivitas layanan pelanggan perlu terus dilakukan agar kepuasan pengguna dapat semakin optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Moh, Husni, M., Taufikurrahman, Titin, H., "Dampak Teknologi Informasi dalam Perencanaan Strategis". *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 2(4), 1099–1112., 2024.
- [2] Fitriyani, F., Hartati, L., & Johan, A., "Peran Sales Promotion Strategy dan Web Quality terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Ekonomi-Bisnis*, 7(1), 134-146., 2023.
- [3] Indah, P, & Nurfia, O, S., "Analisis Kualitas Website menggunakan metode Webqual 4.0 (Studi Kasus: MyBest E-Learning System UBSI)". *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi*, 9(2), 300-306. 2021.
- [4] Melati, M, M, & Rosi, K, S., Analisis Kualitas Website menggunakan metode Webqual 4.0 (Studi Kasus: SIPPP Kota Bekasi). *Indonesian Journal on Software Engineering*, 9(2), 146-152. 2023.
- [5] Nurmaini, D, Tricia, K, & Arabiatul, A. "Analisa Kualitas Website menggunakan Metode Webqual 4.0 (Studi Kasus: Badan Kepegawaian Daerah Povinsi Riau)". *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 5(2), 184-190. 2019.
- [6] Putri, S., H., & Irwan, M., P., N., "Pengaruh Kinerja Situs Web Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di E-Commerce". *Jurnal Sains dan Teknologi Informasi*, 2(4), 14–25. 2024.
- [7] Ardian, S., & Rahayu, A., (2023). "Pengukuran Kualitas Website Institut Ilmu Kesehatan dan Teknologi Muhammadiyah Menggunakan Metode Webqual 4.0". *Jurnal Teknologi Terapan*, 7(3), 1227–1237. 2023.
- [8] M. S. Rumetna., "Rancang Bangun Aplikasi Koperasi Simpan Pinjam Menggunakan Metode Research And Development," *Jurnal SIMETRIS*, 11(1), 119-128, 2020.
- [9] Wahyono, A., & Sanjaya, W., "Implementasi Metode WebQual 4.0 untuk Analisis Kualitas Website Universitas Boyolali". *JITU : Journal Informatic Technology And Communication*, 7(1), 43–50. 2023.
- [10] Wulandari, C., & Mulyadi, D., "Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Convers di Kalangan Remaja Karawang". *Peng : Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 1(2), 277–288. 2024.
- [11] Nugrahani, S., & Imron, A., (2023). "Pelatihan Penggunaan Software "SPSS" Dalam Membantu Mengolah Data Kuantitatif pada Mahasiswa Semester Akhir". *JUPEMI : Jurnal Pengabdian Multidisiplin Indonesia*, 1(2), 39–42. 2023.
- [12] Musrifah M., S., Moh. La, S., & Henriette, D., T., Analisis Faktor – Faktor Penyebab Keterlambatan Pembangunan Gedung Asrama MAN 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik*, 11(1), 432–439. 2021.
- [13] Patmawati, H., & Santika, S., "Penggunaan Software Microsoft Excel sebagai

Alternatif Pengolahan Data Statistika Penelitian Mahasiswa Tingkat Akhir”. *PRISMA, Prosiding Seminar Nasional Matematika*, 124-129. 2017.

- [14] Imin, J. H., Fajar, M., & Hasniati. “Perancangan UI/UX Website Search Buddy Menggunakan Pendekatan Design Thinking”. *Jurnal Ilmiah Media Sisfo*, 18(1), 89–98. 2024.
- [15] Krisnawati, E., Artanti, K. D., & Umar, N. H., “Validity and Reliability Test of Research Instruments on Husbands’ Support on Barriers to Using LongTerm Contraceptive Methods among Multiparous Active Acceptors in Surabaya”. *Media Gizi Kesmas*, 13(2), 659–664. 2024.