

Evaluasi Kualitas Website Usaha Jasa Dekorasi Bydekorasa Menggunakan Metode WebQual 4.0

Sandra Hanum Salsabilla^{1,*} dan Anita Safitri²

^{1,2}Bisnis Digital, Universitas Negeri Surabaya, Indonesia

*) Corresponding Author (Email: sandrahanum.22021@mhs.unesa.ac.id)

ABSTRACT

This study examines the role of websites for decoration service businesses and evaluates the quality of the Bydekorasa website using the WebQual 4.0 method. Bydekorasa, a decoration service business under PT Media Antara Rasa, had relied mainly on social media to communicate its portfolio, pricing, and client testimonials, which limited access to complete and structured service information. A website was developed to centralize this information, and its quality was evaluated from the user's perspective across three WebQual 4.0 dimensions, namely usability, information quality, and service interaction quality. Data were collected from 35 respondents who had previously used Bydekorasa's services, selected through purposive sampling, and analyzed using descriptive statistics after validity and reliability testing. The results show that all 22 indicators were valid and all dimensions were reliable, with an overall mean score of 4.40, categorized as very good. Usability obtained the highest mean score of 4.45, followed by information quality at 4.39 and service interaction quality at 4.35. These findings indicate that the website successfully supports Bydekorasa's role as a centralized information service, providing ease of use, accurate and relevant information, and adequate interaction with users, although website reputation remains an area for further improvement.

Keywords: *Website, Jasa Dekorasi, Kualitas Website, WebQual 4.0, Bydekorasa*

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia terus menunjukkan peningkatan yang signifikan, salah satunya terlihat dari semakin luasnya akses masyarakat terhadap internet. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik, (2025), persentase penduduk Indonesia yang mengakses internet meningkat dari 62,10% pada tahun 2021 menjadi 72,78% pada tahun 2024. Peningkatan tersebut turut mendorong pemanfaatan teknologi informasi pada berbagai sektor ekonomi,



termasuk ekonomi kreatif. Menurut (United Nations Conference on Trade and Development (2024), industri kreatif bersumber dari ide dan kreativitas manusia serta memanfaatkan teknologi informasi untuk mendukung kelancaran proses bisnis. Kontribusi ekonomi kreatif Indonesia sendiri terus meningkat, dengan produk domestik bruto mencapai Rp1.611,2 triliun pada tahun 2024 dan pertumbuhan yang melampaui pertumbuhan ekonomi nasional (Tempo.com, 2025)

Salah satu subsektor ekonomi kreatif yang turut berkembang adalah jasa dekorasi, yang berperan penting dalam membangun suasana serta pengalaman emosional pada suatu acara (Marlina & Narundana, 2024; Sari dkk., 2025). Di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, pemanfaatan website sebagai media pemasaran dan promosi dinilai penting untuk menjangkau pasar yang lebih luas (Aritenang dkk., 2025). Namun demikian, keberadaan website perlu didukung oleh kualitas yang baik, karena evaluasi diperlukan untuk memastikan kemudahan penggunaan, kelengkapan informasi, dan kualitas interaksi layanan agar website dapat berfungsi secara optimal (Priantoni & Rochman, 2025). Beberapa penelitian pada usaha jasa dekorasi menunjukkan bahwa keterbatasan informasi, proses pemesanan yang masih konvensional, serta ketergantungan pada media sosial sebagai kanal komunikasi utama masih menjadi kendala yang umum dihadapi (Fahlefi dkk., 2025; Nasrullah dkk., 2024; Rachmah & Mahendra, 2022)

Kondisi tersebut juga dialami oleh Bydekorasa, lini usaha jasa dekorasi di bawah naungan PT Media Antara Rasa yang berdiri sejak akhir tahun 2018 dan berbasis di Tangerang. Selama ini, Instagram menjadi media utama yang digunakan Bydekorasa untuk menampilkan portofolio hasil dekorasi. Namun, media sosial tersebut belum mampu menyajikan informasi layanan secara lengkap dan terstruktur, seperti detail paket, daftar harga, dan ulasan klien, sehingga calon pelanggan masih harus menghubungi pihak Bydekorasa secara langsung untuk memperoleh informasi dasar. Kondisi ini sejalan dengan kebiasaan konsumen Indonesia yang cenderung melakukan riset daring sebelum melakukan transaksi, di mana Indonesia menempati peringkat kelima dengan persentase konsumen yang melakukan riset daring sebesar 67,5% (Databoks, 2022). Oleh karena itu, Bydekorasa mengembangkan sebuah website yang menyajikan portofolio, katalog harga, dan testimoni klien secara terpusat sebagai solusi layanan informasi.

Keberhasilan sebuah website sebagai media layanan informasi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaannya, tetapi juga oleh kualitas yang dirasakan oleh pengguna. Dalam kerangka Model Kesuksesan Sistem Informasi milik Delone & McLean (2003), kualitas sistem dan kualitas informasi merupakan aspek yang berperan dalam keberhasilan suatu sistem informasi. Konsep tersebut menunjukkan pentingnya evaluasi kualitas website dari sudut pandang pengguna. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian ini menggunakan metode WebQual 4.0 yang menilai kualitas website berdasarkan persepsi pengguna melalui tiga dimensi, yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality* (Barnes & Vidgen, 2002). Dibandingkan dengan metode evaluasi lain seperti *System Usability Scale* yang lebih

berfokus pada aspek kemudahan penggunaan, WebQual 4.0 dinilai lebih sesuai digunakan pada website Bydekorasa karena juga mempertimbangkan kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan yang relevan dengan fungsi website sebagai media layanan informasi jasa.

Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa metode WebQual 4.0 telah banyak diterapkan untuk mengevaluasi kualitas website pada berbagai sektor, mulai dari pendidikan (Fahreza dkk., 2025; Idharuddin & Prehanto, 2021; Prakosa dkk., 2020), pemerintahan (Rerung & Ramadhan, 2024), perdagangan elektronik (Kosaman dkk., 2018), hingga sistem informasi internal perguruan tinggi (Frederick dkk., 2023). Namun demikian, penerapan WebQual 4.0 pada usaha jasa dekorasi masih sangat terbatas, mengingat sektor ini memiliki karakteristik layanan yang berbeda dari sektor-sektor tersebut, usaha jasa dekorasi menawarkan layanan yang disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, sehingga calon pelanggan cenderung mengandalkan portofolio visual sebagai bahan pertimbangan sebelum menggunakan jasa tersebut. Kesenjangan penelitian inilah yang mendasari pentingnya penelitian ini dilakukan, yaitu untuk mengisi celah literatur mengenai evaluasi kualitas website pada usaha jasa dekorasi yang selama ini masih jarang dikaji, sekaligus memberikan kontribusi empiris mengenai relevansi WebQual 4.0 pada sektor jasa berbasis pengalaman.

Berdasarkan uraian tersebut, artikel ini bertujuan untuk menjelaskan pentingnya website sebagai media layanan informasi pada usaha jasa dekorasi serta mengevaluasi kualitas website Bydekorasa menggunakan metode WebQual 4.0 yang mencakup dimensi *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Oleh karena itu, pembahasan dalam artikel ini difokuskan pada peran website dan hasil evaluasi kualitas website berdasarkan persepsi pengguna, tanpa membahas secara rinci proses pengembangan maupun pengujian fungsional website.

II. TINJAUAN PUSTAKA

Information System Success Model

Model kesuksesan sistem informasi yang dikembangkan oleh Delone & McLean (2003) digunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan suatu sistem informasi berdasarkan pencapaian tujuan yang telah ditetapkan. Model ini menyatakan bahwa keberhasilan sistem informasi ditentukan oleh kemampuan sistem dalam menyajikan informasi yang bermanfaat, mudah diakses, dan dapat digunakan oleh pengguna. Model tersebut terdiri dari enam dimensi utama, yaitu *system quality*, *information quality*, *service quality*, *use*, *user satisfaction*, dan *net benefits*, yang masing-masing berperan dalam menjelaskan keberhasilan suatu sistem informasi.

Dimensi *information quality* mencakup kemudahan akses informasi, kejelasan penyajian, akurasi dan ketepatan data, kelengkapan konten, serta kegunaan informasi bagi pengguna. Dimensi *system quality* ditandai dengan fleksibilitas sistem

dalam beradaptasi dengan kebutuhan pengguna, kemudahan sistem untuk dipelajari, serta tersedianya fitur yang memudahkan navigasi. Dimensi *service quality* mengukur ketanggapan, keandalan, dan ketepatan layanan sistem dalam memenuhi kebutuhan pengguna secara konsisten, sementara *use*, *user satisfaction*, dan *net benefits* masing-masing menilai intensitas pemanfaatan sistem, kepuasan pengguna, dan manfaat yang dihasilkan bagi pengguna maupun organisasi (Delone & McLean, 2003).

Pada penelitian ini, Model DeLone & McLean digunakan sebagai kerangka konseptual untuk memetakan aspek kualitas sistem dan kualitas informasi yang relevan dengan evaluasi website, bukan sebagai model kausal yang diuji secara statistik. Keberhasilan website ditentukan oleh kualitas konten yang disajikan, meliputi keakuratan, kejelasan, dan kelengkapan informasi, serta dari sisi sistem yang mencakup kemudahan penggunaan, kemudahan untuk dipelajari, dan kelancaran akses. Kedua dimensi tersebut dianggap paling relevan dalam menentukan kesuksesan website Bydekorasa sebagai media layanan informasi, dan selanjutnya dioperasionalkan melalui metode *WebQual 4.0* yang memiliki indikator sejalan dengan kedua dimensi tersebut.

Kualitas Website

Kualitas website merupakan kemampuan website dalam memenuhi ekspektasi pengguna maupun pemilik website (Morales-Vargas dkk., 2020). Penilaian terhadap kualitas website penting dilakukan agar pengembangan website dapat dilakukan secara berkelanjutan (Barnes & Vidgen, 2002), sekaligus untuk mengidentifikasi kekurangan sistem sehingga dapat dilakukan perbaikan sesuai kebutuhan (Semerádová & Weinlich, 2020). Beberapa pendekatan telah dikembangkan untuk mengukur kualitas website pada konteks yang berbeda-beda. (Zaman, 2010) misalnya menggunakan tujuh dimensi untuk mengkaji kualitas website sektor publik, sementara (Jeon, 2009) menggunakan empat dimensi pada konteks industri perhotelan. Perbedaan dimensi tersebut menunjukkan bahwa pengukuran kualitas website perlu disesuaikan dengan konteks dan karakteristik penggunaannya (Albalushi dkk., 2022)

Salah satu metode yang banyak digunakan untuk mengukur kualitas website adalah *WebQual*, yang dikembangkan oleh Barnes dan Vidgen dan telah mengalami penyempurnaan hingga versi 4.0 (Barnes & Vidgen, 2002).

Metode WebQual 4.0

WebQual pertama kali dikembangkan dengan pendekatan *Quality Function Deployment* dan menekankan aspek *information quality* *WebQual 1.0*, kemudian disempurnakan dengan mengintegrasikan konsep *SERVQUAL* sehingga aspek *service interaction quality* mulai diperhatikan *WebQual 2.0*, sebelum akhirnya dianalisis lebih lanjut menjadi tiga dimensi utama yang terdefinisi jelas pada *WebQual 3.0*, yaitu *site quality*, *information quality*, dan *service interaction quality* (Barnes & Vidgen, 2001, 2002). Pada *WebQual 4.0*, dimensi *site quality* kemudian disempurnakan menjadi *usability*, sehingga penilaian kualitas website lebih berfokus pada pengalaman dan

persepsi pengguna dibandingkan sudut pandang perancang sistem (Barnes & Vidgen, 2002). *WebQual 4.0* terdiri dari 22 butir pernyataan yang terbagi ke dalam 8 item *usability*, 7 item *information quality*, dan 7 item *service interaction quality*.

Dimensi *usability* berkaitan dengan kemudahan penggunaan, kejelasan interaksi, kemudahan navigasi, serta tampilan website. Dimensi *information quality* menilai keakuratan, kepercayaan, ketepatan waktu, relevansi, serta format penyajian informasi. Dimensi *service interaction quality* menilai reputasi, keamanan, kesesuaian layanan, serta kemudahan interaksi antara pengguna dan penyedia layanan. Ketiga dimensi tersebut telah diterapkan pada berbagai jenis website, mulai dari sektor pendidikan (Fahreza dkk., 2025; Idharuddin & Prehanto, 2021), instansi pemerintahan (Rerung & Ramadhan, 2024), hingga sistem informasi internal perguruan tinggi (Frederick dkk., 2023), sehingga metode ini dinilai fleksibel untuk diterapkan pada berbagai konteks organisasi maupun usaha, termasuk usaha jasa dekorasi.

III. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk mengevaluasi kualitas website Bydekorasa berdasarkan persepsi pengguna. Pendekatan deskriptif dipilih karena bertujuan menggambarkan karakteristik data penelitian tanpa melakukan generalisasi terhadap populasi (Sugiyono, 2023). Objek penelitian ini adalah website Bydekorasa, lini usaha jasa dekorasi di bawah naungan PT Media Antara Rasa yang telah menyajikan informasi portofolio, layanan, katalog harga, dan testimoni klien secara terpusat. Populasi penelitian merupakan individu yang pernah menggunakan jasa dekorasi Bydekorasa. Partisipan ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan partisipan berdasarkan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian (Sugiyono, 2023). Partisipan yang dipilih merupakan pelanggan lama Bydekorasa yang telah menggunakan jasa dekorasi serta mengakses website, dengan pertimbangan bahwa partisipan tersebut memiliki pengalaman layanan riil yang mendukung penilaian terhadap kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan kualitas interaksi layanan. Jumlah partisipan yang digunakan sebanyak 35 orang, mengacu pada ketentuan minimal sampel penelitian kuantitatif sebanyak 30 responden (Delice, 2010) serta didukung oleh penelitian sejenis yang menggunakan jumlah partisipan yang sama (Kosaman dkk., 2018).

Instrumen penelitian menggunakan kuesioner *WebQual 4.0* yang disesuaikan dengan konteks website Bydekorasa tanpa mengubah tiga dimensi utamanya, yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Penyesuaian dilakukan pada 22 butir pernyataan dengan menyesuaikan objek penilaian menjadi website Bydekorasa tanpa mengubah makna setiap butir pernyataan. Validitas isi instrumen tetap terjaga karena setiap butir pernyataan hasil adaptasi masih merepresentasikan konstruk yang sama dengan instrumen aslinya. Setelah proses penyesuaian selesai, Instrumen kemudian diuji validitas dan

reliabilitas menggunakan data dari 35 partisipan. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 9. Instrumen penelitian terdiri atas 22 butir pernyataan yang dikelompokkan ke dalam tiga dimensi WebQual 4.0. Operasionalisasi variabel beserta indikator yang digunakan dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Dimensi dan Jumlah Item Instrumen WebQual 4.0

Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
U1	Usability	Situs web Bydekorasa mudah dipelajari untuk dioperasikan	(Barnes & Vidgen, 2002)
U2		Interaksi dengan website Bydekorasa jelas dan mudah dipahami	(Barnes & Vidgen, 2002)
U3		Website Bydekorasa mudah dinavigasikan	(Barnes & Vidgen, 2002)
U4		Website Bydekorasa mudah digunakan	(Barnes & Vidgen, 2002)
U5		Website Bydekorasa memiliki desain/tampilan yang menarik	(Barnes & Vidgen, 2002)
U6		Desain website Bydekorasa sesuai dengan jenis situsnya	(Barnes & Vidgen, 2002)
U7		Website Bydekorasa memberikan kesan profesional dan kompeten	(Barnes & Vidgen, 2002)
U8		Website Bydekorasa menciptakan pengalaman positif	(Barnes & Vidgen, 2002)
IQ1	Information quality	Website Bydekorasa	(Barnes & Vidgen, 2002)

Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
		memberikan informasi yang akurat	
IQ2		Informasi pada website Bydekorasa dapat dipercaya	(Barnes & Vidgen, 2002)
IQ3		Website Bydekorasa menyediakan informasi tepat waktu/up to date	(Barnes & Vidgen, 2002)
IQ4		Website Bydekorasa menyediakan informasi relevan/sesuai	(Barnes & Vidgen, 2002)
IQ5		Website Bydekorasa menyajikan informasi mudah dipahami	(Barnes & Vidgen, 2002)
IQ6		Website Bydekorasa memberikan informasi dengan detail yang tepat	(Barnes & Vidgen, 2002)
IQ7		Website Bydekorasa menyajikan informasi dalam format yang sesuai	(Barnes & Vidgen, 2002)
SQ1	<i>Service interaction quality</i>	Website Bydekorasa memiliki reputasi yang baik	(Barnes & Vidgen, 2002)
SQ2		Merasa aman ketika mengisi data atau menghubungi Bydekorasa melalui website	(Barnes & Vidgen, 2002)
SQ3		Data pribadi aman ketika mengakses	(Barnes & Vidgen, 2002)

Kode	Dimensi	Indikator	Sumber
SQ4		website Bydekorasa	(Barnes & Vidgen, 2002)
		Website Bydekorasa memberikan kesan layanan yang personal bagi saya	
SQ5		Website Bydekorasa menciptakan kesan kebersamaan antara Bydekorasa dan pelanggannya	(Barnes & Vidgen, 2002)
		Website Bydekorasa memberi kemudahan komunikasi langsung dengan pihak Bydekorasa	
SQ6		Layanan website Bydekorasa sesuai dengan yang dijanjikan	(Barnes & Vidgen, 2002)

Setiap butir pernyataan dinilai menggunakan skala Likert lima poin, sebagaimana disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Skala Likert Instrumen Penelitian

Skor	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics. Sebelum dilakukan analisis deskriptif, instrumen terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung setiap item terhadap nilai r tabel sebesar 0,3338 untuk jumlah sampel 35 responden (Prakosa dkk., 2020); item dinyatakan

valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien *Cronbach's Alpha*, dengan nilai ambang batas sebesar 0, (Prakosa dkk., 2020). Selanjutnya, nilai rata-rata (*mean*) dihitung pada setiap item, setiap dimensi, dan keseluruhan variabel *WebQual 4.0*. Nilai rata-rata tersebut diinterpretasikan menggunakan interval kategori penilaian kualitas website yang dihitung berdasarkan panjang interval kelas (Sugiyono, 2023), sebagaimana disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Interval Kategori Penilaian Kualitas Website

Interval	Kategori
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik
2,61 – 3,40	Cukup Baik
3,41 – 4,20	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik

Semakin tinggi nilai rata-rata yang diperoleh, semakin baik kualitas website Bydekorasa berdasarkan persepsi pengguna.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Karakteristik Partisipan

Partisipan penelitian berjumlah 35 orang yang merupakan pelanggan lama Bydekorasa. Karakteristik partisipan diuraikan berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, jenis acara, dan lama menggunakan jasa, sebagaimana disajikan pada Tabel 4 sampai dengan Tabel 8.

Tabel 4. Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Perempuan	21	60%
2	Laki-laki	14	40%

Berdasarkan Tabel 4, partisipan penelitian didominasi oleh perempuan sebanyak 21 orang (60%), sedangkan partisipan laki-laki berjumlah 14 orang (40%). Hal ini menunjukkan bahwa perempuan lebih banyak terlibat dalam penggunaan maupun pengambilan keputusan terkait jasa dekorasi Bydekorasa dibandingkan laki-laki.

Tabel 5. Karakteristik Partisipan Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17–27 Tahun	28	80%
2	28–44 Tahun	7	20%

Berdasarkan Tabel 5, mayoritas partisipan berada pada rentang usia 17–27 tahun sebanyak 28 orang (80%), sedangkan partisipan pada rentang usia 28–44 tahun berjumlah 7 orang (20%). Kondisi ini menunjukkan bahwa pengguna jasa Bydekorasa didominasi oleh kelompok usia muda yang cenderung lebih terbiasa mencari dan mengakses informasi layanan melalui website.

Tabel 6. Karakteristik Partisipan Berdasarkan Domisili

No	Domisili	Frekuensi	Persentase
1	Tangerang	15	42,9%
2	Jakarta	9	25,7%
3	Bogor	6	17,1%
4	Bekasi	5	14,3%

Berdasarkan Tabel 6, partisipan paling banyak berdomisili di Tangerang, yaitu sebanyak 15 orang (42,9%), diikuti oleh Jakarta sebanyak 9 orang (25,7%), Bogor sebanyak 6 orang (17,1%), dan Bekasi sebanyak 5 orang (14,3%). Sebaran domisili tersebut sejalan dengan lokasi usaha Bydekorasa yang berbasis di Tangerang, sehingga sebagian besar pelanggan berasal dari wilayah tersebut dan sekitarnya.

Tabel 7. Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Acara

No	Jenis Acara	Frekuensi	Persentase
1	Lamaran	13	37,1%
2	Pernikahan	12	34,3%
3	Ulang Tahun	7	20%
4	Perusahaan	1	2,9%
5	Anniversary	1	2,9%
6	Pengajian	1	2,9%

Berdasarkan Tabel 7, jenis acara yang paling banyak menggunakan jasa Bydekorasa adalah acara lamaran sebanyak 13 orang (37,1%) dan pernikahan sebanyak 12 orang (34,3%), diikuti oleh acara ulang tahun sebanyak 7 orang (20%), serta acara perusahaan, anniversary, dan pengajian yang masing-masing berjumlah 1 orang (2,9%). Hal ini menunjukkan bahwa jasa dekorasi Bydekorasa banyak digunakan untuk acara-acara bertema personal dan momen penting dalam kehidupan pelanggan.

Tabel 8. Karakteristik Partisipan Berdasarkan Lama Menggunakan Jasa

No	Lama Menggunakan Jasa	Frekuensi	Persentase
1	2023–2024	14	40%
2	2021–2022	11	31,4%
3	2025–2026	9	25,7%
4	2019–2020	1	2,9%

Berdasarkan Tabel 8, sebagian besar partisipan menggunakan jasa Bydekorasa pada rentang tahun 2023–2024 sebanyak 14 orang (40%), diikuti oleh rentang tahun 2021–2022 sebanyak 11 orang (31,4%), rentang tahun 2025–2026 sebanyak 9 orang (25,7%), dan rentang tahun 2019–2020 sebanyak 1 orang (2,9%). Sebaran tersebut menunjukkan bahwa mayoritas partisipan merupakan pelanggan yang menggunakan jasa Bydekorasa dalam beberapa tahun terakhir, sehingga pengalaman mereka relevan untuk menilai kualitas website yang saat ini digunakan Bydekorasa.

Secara keseluruhan, karakteristik pada Tabel 4 sampai dengan Tabel 8 menunjukkan bahwa partisipan penelitian didominasi oleh perempuan berusia muda yang berdomisili di Tangerang dan sekitarnya, menggunakan jasa Bydekorasa untuk acara lamaran dan pernikahan, serta merupakan pelanggan dalam beberapa tahun terakhir. Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa partisipan penelitian memiliki pengalaman nyata dalam menggunakan jasa dekorasi Bydekorasa, sehingga relevan untuk memberikan penilaian terhadap kualitas website.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebelum dilakukan analisis deskriptif, instrumen *WebQual 4.0* terlebih dahulu diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 9.

Tabel 9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Dimensi	Jumlah Item	Rentang r Hitung	r Tabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
<i>Usability</i>	8	0,379–0,627	0,3338	0,766	Valid & Reliabel
<i>Information quality</i>	7	0,481–0,558	0,3338	0,712	Valid & Reliabel
<i>Service interaction quality</i>	7	0,404–0,745	0,3338	0,730	Valid & Reliabel

Berdasarkan Tabel 9, seluruh 22 item pada ketiga dimensi *WebQual 4.0* dinyatakan valid karena memperoleh nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel sebesar 0,3338. Seluruh dimensi juga dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* di atas 0,70, dengan nilai tertinggi pada dimensi *usability* sebesar 0,766. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam kuesioner ini terbukti konsisten dan layak digunakan untuk analisis data selanjutnya.

Analisis Deskriptif Kualitas Website Bydekorasa

Hasil analisis deskriptif terhadap 22 item *WebQual 4.0* disajikan pada Tabel 10, sedangkan rata-rata dan kategori pada tingkat dimensi disajikan pada Tabel 11.

Tabel 10. Rata-Rata Skor per Item WebQual 4.0

Kode Item	Dimensi	Rata-Rata Item
U1	<i>Usability</i>	4,51

U2	<i>Usability</i>	4,51
U3	<i>Usability</i>	4,40
U4	<i>Usability</i>	4,69
U5	<i>Usability</i>	4,43
U6	<i>Usability</i>	4,49
U7	<i>Usability</i>	4,20
U8	<i>Usability</i>	4,43
IQ1	<i>Information quality</i>	4,43
IQ2	<i>Information quality</i>	4,51
IQ3	<i>Information quality</i>	4,34
IQ4	<i>Information quality</i>	4,40
IQ5	<i>Information quality</i>	4,43
IQ6	<i>Information quality</i>	4,40
IQ7	<i>Information quality</i>	4,26
SQ1	<i>Service interaction quality</i>	4,17
SQ2	<i>Service interaction quality</i>	4,29
SQ3	<i>Service interaction quality</i>	4,26
SQ4	<i>Service interaction quality</i>	4,34
SQ5	<i>Service interaction quality</i>	4,54
SQ6	<i>Service interaction quality</i>	4,51
SQ7	<i>Service interaction quality</i>	4,40

Tabel 11. Rata-Rata dan Kategori Kualitas Website per Dimensi

Dimensi	Rata-Rata	Kategori
<i>Usability</i>	4,45	Sangat Baik
<i>Information quality</i>	4,39	Sangat Baik
<i>Service interaction quality</i>	4,35	Sangat Baik
Rata-Rata Keseluruhan	4,40	Sangat Baik

Berdasarkan Tabel 11, evaluasi kualitas website Bydekorasa menggunakan metode *WebQual 4.0* memperoleh nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,40 yang termasuk kategori sangat baik. Dimensi *usability* memperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,45, diikuti oleh *information quality* sebesar 4,39, dan *service interaction quality* sebesar 4,35. Meskipun terdapat sedikit variasi, ketiga dimensi tersebut sama-sama berada pada kategori sangat baik dengan selisih nilai yang relatif kecil.

Pada dimensi *usability*, skor tertinggi diperoleh indikator U4 yaitu website mudah digunakan sebesar 4,69, yang menunjukkan bahwa pengguna dapat memahami dan mengoperasikan website tanpa mengalami kendala berarti. Pada dimensi *information quality*, skor tertinggi diperoleh indikator IQ2 yaitu informasi dapat dipercaya sebesar 4,51, yang menunjukkan bahwa informasi layanan, portofolio, dan harga yang disajikan pada website dinilai kredibel oleh pengguna. Pada dimensi *service interaction quality*, skor tertinggi diperoleh indikator SQ4 yaitu kemudahan interaksi antara pengguna dan penyedia jasa sebesar 4,54, sementara

skor terendah pada seluruh instrumen diperoleh indikator SQ1 yaitu mengenai reputasi website sebesar 4,17.

Pembahasan

Hasil penelitian ini memperkuat temuan bahwa website memiliki peran penting sebagai media layanan informasi bagi usaha jasa dekorasi. Sebelum memiliki website, Bydekorasa menghadapi kendala keterbatasan informasi karena hanya mengandalkan media sosial Instagram, yang belum mampu menyajikan detail paket, harga, dan ulasan klien secara terstruktur. Kondisi ini sejalan dengan temuan (Fahlefi dkk., 2025; Nasrullah dkk., 2024; Rachmah & Mahendra, 2022) yang menunjukkan bahwa keterbatasan informasi dan ketergantungan pada media sosial umum dijumpai pada usaha jasa dekorasi lainnya, sehingga pengembangan website menjadi solusi yang relevan untuk menyajikan informasi layanan secara lebih terpusat dan terstruktur. Dengan tersedianya website, calon klien dapat memperoleh gambaran portofolio, katalog layanan, harga, dan ulasan sebelum melakukan komunikasi langsung dengan pihak Bydekorasa, sehingga sejalan dengan pandangan bahwa website berperan sebagai media pertukaran informasi antara penyedia jasa dan pelanggan (Pavlov, 2025).

Evaluasi Kualitas Website Bydekorasa

Hasil evaluasi *WebQual 4.0* yang termasuk kategori sangat baik pada ketiga dimensi menunjukkan bahwa website Bydekorasa telah berhasil menjalankan perannya sebagai media layanan informasi. Nilai *usability* tertinggi mengindikasikan bahwa struktur navigasi dan tampilan website dapat dipahami dengan baik oleh pengguna, sejalan dengan pandangan (Barnes & Vidgen, 2002) yang menyatakan bahwa perubahan orientasi *WebQual* dari *site quality* menjadi *usability* bertujuan menekankan pengalaman pengguna. Nilai *information quality* yang tinggi juga menunjukkan bahwa website telah mampu mengatasi permasalahan awal, yaitu informasi Bydekorasa yang sebelumnya tersebar dan tidak terstruktur pada media sosial.

Meskipun demikian, dimensi *service interaction quality* memperoleh nilai terendah dibandingkan dua dimensi lainnya, terutama pada indikator reputasi website. Kondisi ini dapat dimaklumi mengingat website Bydekorasa masih tergolong baru dan belum banyak dikenal sebagai kanal informasi utama dibandingkan Instagram yang telah digunakan sejak awal usaha berdiri. Sejalan dengan pandangan Priantoni & Rochman (2025) bahwa evaluasi website penting dilakukan untuk memastikan kemudahan penggunaan, kelengkapan informasi, dan kualitas interaksi layanan secara berkelanjutan, maka penguatan reputasi website dapat dilakukan dengan mencantumkan tautan website pada bio Instagram, Google Maps, dan konten promosi Bydekorasa, serta memperbarui portofolio, katalog layanan, dan ulasan klien secara berkala agar pengguna melihat website sebagai kanal yang aktif dan terpercaya.

Secara umum, hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian-penelitian *WebQual 4.0* lain yang menunjukkan bahwa metode ini dapat diterapkan secara fleksibel pada berbagai jenis website (Fahreza dkk., 2025; Idharuddin & Prehanto, 2021; Rerung & Ramadhan, 2024), termasuk pada konteks usaha jasa dekorasi yang sebelumnya belum banyak dikaji menggunakan metode ini. Kualitas website yang tinggi juga sejalan dengan pandangan (Albalushi dkk. (2022) bahwa kualitas website berperan penting dalam mendukung keterjangkauan akses layanan informasi bagi pengguna.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *WebQual 4.0* tidak hanya relevan digunakan untuk mengevaluasi website pada sektor pendidikan, pemerintahan, maupun perdagangan elektronik, tetapi juga dapat diterapkan pada usaha jasa dekorasi yang memiliki karakteristik layanan berbeda. Pada usaha jasa dekorasi, keputusan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan website, tetapi juga oleh kelengkapan informasi layanan serta penyajian portofolio yang membantu calon pelanggan memahami hasil dekorasi yang ditawarkan. Dengan demikian, penelitian ini memperluas penerapan *WebQual 4.0* pada konteks usaha jasa dekorasi sekaligus menunjukkan bahwa ketiga dimensi *WebQual 4.0* tetap mampu digunakan untuk mengevaluasi kualitas website pada sektor jasa yang berorientasi pada penyediaan informasi.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu evaluasi *WebQual 4.0* hanya melibatkan 35 pelanggan lama Bydekorasa, sehingga hasil evaluasi mencerminkan persepsi partisipan yang terlibat dan belum tentu menggambarkan penilaian seluruh calon pengguna website secara umum. Selain itu, *WebQual 4.0* dalam penelitian ini digunakan sebagai evaluasi deskriptif terhadap kualitas website, bukan untuk menguji pengaruh kualitas website terhadap variabel lain seperti kepercayaan atau kepuasan pengguna.

V. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa website memiliki peran penting bagi usaha jasa dekorasi sebagai media layanan informasi yang mampu menyajikan portofolio, katalog layanan, harga, dan ulasan klien secara terpusat dan terstruktur, sehingga mengurangi ketergantungan pada media sosial maupun komunikasi langsung untuk memperoleh informasi dasar. Pada kasus Bydekorasa, hasil evaluasi kualitas website menggunakan metode *WebQual 4.0* menunjukkan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,40 yang termasuk kategori sangat baik, dengan nilai *usability* sebesar 4,45, *information quality* sebesar 4,39, dan *service interaction quality* sebesar 4,35. Seluruh item instrumen dinyatakan valid dan seluruh dimensi dinyatakan reliabel, sehingga hasil evaluasi tersebut dapat digunakan sebagai dasar yang layak dalam menilai kualitas website dari perspektif pengguna. Dimensi *service interaction quality*, khususnya pada indikator reputasi website, menjadi aspek dengan ruang perbaikan terbesar dibandingkan dimensi lainnya.

Selain memberikan gambaran mengenai kualitas website Bydekorasa, penelitian ini menunjukkan bahwa metode WebQual 4.0 dapat digunakan untuk mengevaluasi kualitas website pada usaha jasa dekorasi melalui tiga dimensi, yaitu *usability*, *information quality*, dan *service interaction quality*. Ketiga dimensi tersebut mampu memberikan gambaran kualitas website dari sudut pandang pengguna sehingga dapat menjadi acuan dalam evaluasi website pada usaha jasa dekorasi

Bagi Bydekorasa, disarankan untuk memperbarui portofolio, katalog layanan, harga, dan ulasan klien secara berkala, serta mencantumkan tautan website pada media sosial dan platform lain untuk memperkuat reputasi dan pengenalan website sebagai kanal informasi resmi. Bagi penelitian selanjutnya, evaluasi kualitas website dapat dilakukan dengan melibatkan jumlah partisipan yang lebih besar dan beragam, serta dapat diperluas dengan mengkaji pengaruh kualitas website terhadap kepercayaan, kepuasan, atau minat penggunaan jasa pada usaha jasa dekorasi lainnya. Selain itu, metode evaluasi tambahan seperti *System Usability Scale* atau *User Experience Questionnaire* dapat digunakan untuk melengkapi hasil evaluasi kualitas website dari sisi pengalaman pengguna secara lebih mendalam.

REFERENSI

- Albalushi, M. A., Jano, Z., Devi, I., Abazeed, A., & Alkaabi, M. (2022). Measuring website quality using service quality and user satisfaction dimensions: A conceptual framework. *Journal of Computer Science*, 18(7), 674–686. <https://doi.org/10.3844/jcssp.2022.674.686>
- Aritenang, A. F., Anjani, Z. F., Safitri, P., Fahmi, F. Z., Duarte, A. M. B., Pfeffer, K., Madureira, A. M., Ramdan, D., & Nurman, A. (2025). Innovation in informal creative industries: The case of Indonesia's creative kampongs. *Cities*, 160, 1–15. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2025.105805>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Statistik telekomunikasi Indonesia 2024. In *Badan Pusat Statistik (BPS-Statistics Indonesia)* (Vol. 13). <https://www.bps.go.id/id/publication/2025/08/29/beaa2be400eda6ce6c636ef8/statistik-telekomunikasi-indonesia-2024.html>
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. (2001). An evaluation of cyber-bookshops: The WebQual method. *International Journal of Electronic Commerce*, 6(1), 11–30. <https://doi.org/10.1080/10864415.2001.11044225>
- Barnes, S. J., & Vidgen, R. T. (2002). *An integrative approach to the assessment of e-commerce quality*. <http://www.jecr.org/node/271>
- Databoks. (2022, February 7). *Mayoritas Konsumen Indonesia Lakukan Riset Produk Sebelum Belanja Online*. Katadata Insight Center. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/9bf11def9a39517/mayoritas-konsumen-indonesia-lakukan-riset-produk-sebelum-belanja-online>
- Delice, A. (2010). The Sampling Issues in Quantitative Research. *Kuram Ve Uygulamada Egitim Bilimleri*, 10, 2001–2018. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:116139>
- Delone, W., & McLean, E. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Fahlefi, M. R., Hermansyah, & Wulandari Heni. (2025). *Desain UI&UX Aplikasi Web Pemesanan Dekorasi Miss Eka Gallery Dengan Metode User-Centered Design*. 1.
- Fahreza, M. A. K. A., Wijoyo, S. H., & Maghfiroh, I. S. E. (2025). Analisis Kualitas Website Menggunakan Metode WebQual 4.0 dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus Website XYZ Laboratorium Teknik Universitas Brawijaya). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 9(10), 2548–2964. <http://j-ptiik.ub.ac.id>

- Frederick, A. E. S., Safitri, L., & Go, F. (2023). Analisis kualitas website sistem informasi kerja praktek dan skripsi menggunakan WebQual 4.0. *Jurnal Desain Dan Analisis Teknologi*, 2(2), 176–186. <https://doi.org/10.58520/jddat.v2i2.36>
- Idharuddin, M. I., & Prehanto, D. R. (2021). Analisis Kualitas Layanan Dan Perancangan Website PT. Pelabuhan Indonesia III Menggunakan Metode Webqual. *JEISBI*, 02, 2021. www.pelindo.co.id.
- Jeon, M. (mindy). (2009). *Impact of perceived website service quality on customer e-loyalty on a lodging website* [Iowa State University, Digital Repository]. <https://doi.org/10.31274/etd-180810-2386>
- Kosaman, R. W., Sumitro, I. H., & Sulistyowati, R. (2018). Penggunaan metode WebQual 4.0 untu penilaian kualitas situs Wabeli.com dalam upaya pengembangan situs. *Sigma-Mu*, 10(2), 1–16. <https://doi.org/10.35313/sigmamu.v10i2.1225>
- Marlina, Y., & Narundana, V. T. (2024). Feasibility Study Analysis of the Def. Flodeco Decoration Services Business in Bandar Lampung. *International Journal of Research and Review*, 11(1), 583–590. <https://doi.org/10.52403/ijrr.20240165>
- Morales-Vargas, A., Pedraza-Jiménez, R., & Codina, L. (2020). Website quality: An analysis of scientific production. *El Profesional de La Información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.sep.08>
- Nasrullah, A., Driyani, D., & Karyati, Z. (2024). Sistem Informasi Penjualan Jasa Dekorasi Pernikahan pada PT Yay Berkat Berkarya Menggunakan Metode FIFO. *Jurnal Riset Dan Aplikasi Mahasiswa Informatika (JRAMI)*, 5(3), 501–509. <https://doi.org/10.30998/jrami.v5i3.9160>
- Pavlov, K. (2025). SOCIAL AND ECONOMIC ACTIVITY OF THE ENTERPRISE: THE ROLE OF INTERNET MARKETING IN CRISIS CONDITIONS. *Economic Scope*, (203), 195–201. <https://doi.org/10.30838/EP.203.195-201>
- Prakosa, Y. D., Novita, D., & Kesuma, D. P. (2020). Analisis Kualitas Layanan PPDB Online di SMA Xaverius 2 Palembang Menggunakan Metode WebQual 4.0. *Jurnal Teknologi Sistem Informasi*, 1(2), 199–211. <https://doi.org/10.35957/jtsi.v1i2.517>
- Priantoni, S., & Rochman, F. (2025). Pengembangan website profil perusahaan berbasis WordPress CMS sebagai media promosi di PT AMD Academy Indonesia. *JURNAL EKONOMI KREATIF DAN MANAJEMEN BISNIS DIGITAL*, 3(3), 267–290. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v3i3.876>

- Rachmah, U. N., & Mahendra, I. (2022). Sistem Informasi E-Marketplace Penyewaan Dekorasi Berbasis Web. *Informatics and Computer Engineering Journal*, 2(2), 20–28. <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/icej.v2i2.742>
- Rerung, R. R., & Ramadhan, A. (2024). Website Quality Measurement of Educational Government Agency in Indonesia using Modified WebQual 4.0. *International Journal of Computing*, 26–32. <https://doi.org/10.47839/ijc.23.1.3432>
- Sari, I. P., Chaerowati, D. L., Mulyana, D., Agus, A., & Misnawati, M. (2025). Promosi Geopark Merangin melalui Event Manifesto Art and Edutainment. *Ganaya : Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 76–91. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v8i1.3644>
- Semerádová, T., & Weinlich, P. (2020). *Website Quality and Shopping Behavior* (T. Semerádová & P. Weinlich, Eds.; 1st ed.). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-44440-2>
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Sutopo, Ed.). www.cvalfabeta.com
- Tempo.com. (2025, December 23). Kenaikan PDB Ekonomi Kreatif Lampau Pertumbuhan Nasional. *Tempo.Com*. <https://www.tempo.co/ekonomi/kenaikan-pdb-ekonomi-kreatif-lampau-pertumbuhan-nasional-2101444>
- United Nations Conference on Trade and Development. (2024). *Creative economy outlook 2024*. United Nations.
- Zaman, M. (2010). *Quality of public sector website and its impact on citizen involvement* [Drexel University]. <https://doi.org/10.17918/etd-3402>