

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Teknologi Informasi saat ini sangat pesat perkembangannya, hampir setiap semua kegiatan berhubungan dengan teknologi, perkembangan teknologi mendorong perkembangan manusia dalam melakukan aktifitas, salah satu manfaat dari perkembangan teknologi ini dapat mempermudah mendapatkan informasi dengan cepat, perkembangan teknologi tidak akan dapat di hasilkan tanpa campur tangan sumber manusia untuk mengelola dan merawatnya dengan baik untuk mendapatkan dan menghasilkan informasi. Komputer dan teknologi adalah alat bantu yang paling tepat dan penggunaan komputer bisa di terapkan dalam berbagai bidang dan semua kalangan, dengan kemajuan teknologi inilah mengharuskan setiap instansi mengikuti perkembangan teknologi dan terus meningkatkan kemampuannya di dalam mengelola data- data informasi [1].

Kebutuhan akan informasi yang handal, relevan, lengkap dan tentunya tepat waktu. Hal ini menuntut salah satu sektor pemasaran digital. Hal ini didukung dengan berbagai kebijakan bahwa Indonesia menggunakan teknologi informasi dalam bidang pemasaran digital sangat tinggi. Sistem pemasaran melalui internet (*internet marketing*) merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi yang memungkinkan terwujudnya marketing, dimana konsumen bisa berinteraksi secara

langsung, real time, dan dua arah (interaktif) dengan perusahaan yang menjual produk atau jasanya [2].

Salah satu sarana untuk mengimplementasikan *Internet Marketing* pada pemanfaatan teknologi pada sektor pemasaran digital yaitu *Website*. Secara teknis, *Website* adalah sebuah sistem dengan informasi yang disajikan dalam bentuk teks, gambar, suara dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah server Web Internet yang disajikan dalam bentuk hiperteks. Informasi Web dalam bentuk teks umumnya ditulis dalam format HTML (*Hypertext Markup Language*). Informasi lainnya disajikan dalam bentuk grafis (dalam format GIF, JPG, PNG), suara (dalam format AU, WAV), dan objek multimedia lainnya (seperti MIDI, *Shockwave*, *Quicktime Movie*, 3D World) [3].

Website Gramedia.com merupakan salah satu perusahaan pemasaran yang menggunakan teknologi *website*. Gramedia.com dimiliki oleh PT. Gramedia Asri Media Perusahaan ini didirikan pada tanggal 2 Februari 1970 dengan diawali dari satu toko buku kecil berukuran 25m² di daerah Jakarta Barat dan sampai tahun 2002 telah berkembang menjadi lebih dari 50 toko yang tersebar di seluruh Indonesia. Selain menyediakan buku, Toko Buku Gramedia menyediakan berbagai produk lain seperti alat tulis, perlengkapan kantor, alat olahraga, alat musik, dll. Saat ini PT. Gramedia Asri Media juga berfokus pada pelayanan *website* nya tersendiri guna lebih menunjang proses penjualan serta pemasaran secara digital. Hal ini tampak efisien dikarenakan *website* ini dapat memberikan beberapa pelayanan yang diinginkan oleh pengguna salah satunya yaitu dapat melakukan pembelian buku secara online serta dapat mengetahui stok ready buku tanpa harus datang ke store

offline dari Gramedia. Namun, ada beberapa hal yang menjadi kekurangan dari website *gramedia.com* dikutip dari sumber laman website *mediakonsumen.com* bahwa ada beberapa kekurangan yaitu kurangnya respon dari customer service jika ada kendala atau pertanyaan dari customer atau pengunjung *website* serta *update* stok buku yang belum maksimal dikarenakan stok buku di *website* statusnya tersedia sedangkan untuk di toko buku tersebut belum tersedia sehingga hal tersebut dapat memberikan kesan kurang nyaman bagi para pengguna. Hal ini lah yang membuat peneliti mengambil *gramedia.com* untuk dijadikan sebagai objek dalam penelitian ini dikarenakan ada nya kekurangan atau masalah yang dapat mempengaruhi kualitas dari pelayanan website *gramedia.com*.

Dalam meneliti suatu objek ada beberapa metode yang dapat digunakan yang pertama yaitu *Servqual* merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (*intangibility*), bervariasi (*variability*), tidak tahan lama (*perishability*), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (*inseparitibility*)[4]. Kemudian yang kedua ada metode *Webqual 4.0*. Metode *webqual 4.0* memiliki tiga dimensi independen dan 1 dimensi dependen terhadap kualitas suatu *website*. dimensi tersebut yaitu dimensi *usability Quality*, *information Quality*, dan *service interaction quality* [5]. Kemudian yang ketiga ada metode TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan suatu model yang dibangun untuk menganalisa dan memahami, faktor–faktor mempengaruhi diterimanya suatu penggunaan teknologi. Model ini diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*Acceptance*) pengguna terhadap suatu teknologi,

TAM merupakan suatu model yang dianggap sangat berpengaruh dan pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap sistem teknologi [6]. Kemudian yang keempat ada metode Delone Mclean yang merupakan metode untuk mengevaluasi sistem informasi dari berbagai perspektif untuk menyediakan kerangka evaluasi yang komprehensif guna menilai keberhasilan suatu sistem informasi [7].

Dari beberapa kekurangan diatas membuat peneliti merasa tertarik untuk mengetahui seberapa efektif layanan yang diberikan oleh *website* gramedia.com terhadap kepuasan pengguna nya dengan melakukan analisis dengan menggunakan metode Webqual yang mana metode ini cocok digunakan untuk menganalisis suatu *website*.

Dari uraian diatas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Kualitas Layanan Website Gramedia.com Dengan Menggunakan Metode Webqual 4.0.”**

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang di atas, dapat dirumuskan permasalahan yang akan dikaji penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh kualitas layanan *website* Gramedia.com dengan metode Webqual 4.0?
2. Berapakah tingkat kepuasan pengguna pada *Website* Gramedia.com?
3. Apa saja rekomendasi pada tingkat kepuasan pengguna?

1.3. BATASAN MASALAH

Agar pembahasan tidak terlalu luas, maka penulis membatasi ruang lingkup pembahasan yaitu :

1. *Website* yang akan di analisis yaitu *website* Gramedia.com
2. Responden diambil dari pengguna Gramedia.com yang ada di Kota Jambi
3. Metode yang digunakan untuk menganalisis kualitas *website* yaitu WebQual 4.0
4. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Usability Quality, Information Quality, Service Interaction dan User Satisfaction*
5. Penelitian ini menggunakan SmartPls
6. Pada penelitian ini menggunakan rumus paul leedy
7. Skala yang digunakan pada penelitian ini yaitu skala likert

1.4. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui seberapa berpengaruh kualitas layanan *website* Gramedia.com terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode webqual 4.0.
2. Untuk mengetahui berapa tingkat kepuasan pengguna terhadap layanan yang diberikan oleh *website* gramedia.com
3. mengetahui apa saja rekomendasi untuk tingkat kepuasan pengguna.

1.4.2. Manfaat Penelitian

1. Dapat memberikan rekomendasi dan masukan terhadap pengelola *website*.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan untuk penelitian selanjutnya.

1.5. SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk mendapatkan gambaran mengenai keseluruhan pada penulisan ilmiah yang akan dilakukan, maka dapat dilihat melalui penulisan yang meliputi:

BAB I : PENDAHULUAN

Pembahasan yang terurai pada bab ini memuat latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat dari penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pembahasan yang terurai pada bab ini memuat tentang teori-teori penunjang yang didapat dari jurnal, buku dan lain-lain dalam penelitian sebagai pembahasan pokok permasalahan dengan cara mengutip dan menuangkan suatu ide atau pendapat para pakar sehingga penulis dapat menarik kesimpulan dan penelitian sejenis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pembahasan yang terurai pada bab ini memuat tentang tahapan proses yang dilakukan selama mengerjakan penelitian, dengan metode yang digunakan.

BAB IV : ANALISIS

Pembahasan yang terurai pada bab ini memuat gambaran umum *website* gramedia.com dan uji instrument penelitian yang digunakan.

BAB V : HASIL ANALISIS

Pembahasan yang terurai pada bab ini memuat hasil analisis yang didapat dalam system *website* gramedia.com dengan menggunakan metode yang telah ditentukan.

BAB VI : PENUTUP

Pembahasan yang terurai pada bab ini memuat kesimpulan dan saran yang dapat dimanfaatkan sebagai wawasan untuk pengguna baru maupun pengguna lama dari gramedia.com dan juga bagi pembaca maupun penelitian selanjutnya.