e-ISSN: | p-ISSN:
Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika (KARMAPATI)
Volume 12, Nomor 1, Tahun 2023

Analisis Kualitas Pelayanan Elektronik (E-SERVQUAL): Berfokus pada Website ZuBlu

Ajeng Ayu Sri Maharani[1*], I Putu Agus Swastika[2], Ni Luh Putu Ning Septyarini Putri Astawa[3]
[123]Program Studi Sistem Informasi
STMIK Primakara, Denpasar, Indonesia
E-mail: amaharani677@gmail.com , masagusswastika@gmail.com , ning@primakara.ac.id

Abstract*—This research was conducted to determine the level of electronic service quality owned by ZuBlu using 7 dimensions of e-ServQual. Measurement of service quality is carried out by calculating the gap between the expected service and the service received by the customer. The main data were collected using a questionnaire that had passed normality, validity, and reliability tests using Statistical Program for Social Science (SPSS) software. The questionnaire was filled out by respondents who had used and transacted through the ZuBlu website with a non-probability accidental sampling technique of 100 respondents. From the results of research conducted, it can be concluded that the service quality that exceeds user expectations is on the dimensions of responsiveness and contact, while the service quality that adequately meets user expectations is in 3 dimensions, namely fulfillment, privacy, and compensation, then the service quality that is still lacking contained in dimension of efficiency and system availability.*

Keywords*—electronic service quality (e-ServQual), online travel agent, SPSS, accidental sampling.*

I. PENDAHULUAN

Hingga kini dunia sedang menghadapi pandemi yang disebabkan oleh *Pneumonia Coronavirus Disease* 2019 atau yang lebih dikenal dengan nama COVID-19 dan sudah memakan korban jiwa ribuan orang di berbagai negara termasuk Indonesia [1]. Guna mencegah terjadinya lonjakan pasien COVID-19, pemerintah memberlakukan kebijakan dan kebijakan tersebut memberikan berbagai dampak, seperti perubahan gaya hidup dan mempengaruhi pertumbuhan ekonomi dan industri pariwisata karena pembatasan ruang gerak. Gaya hidup yang baru lebih bergantung pada internet sehingga menimbulkan terjadinya peningkatan pengguna internet, terutama pada transaksi jual-beli yang dilakukan secara dalam jaringan (daring atau *online*) membuat pertumbuhan pada pasar e-commerce.

Hingga April 2021, Indonesia menjadi peringkat tertinggi di dunia dengan kurang lebih 88,1% dari pengguna internet telah menggunakan layanan *e-commerce* [2]. Bagi suatu organisasi atau perusahaan, *e-commerce* dapat memperluas jangkauan pangsa pasar karena penjualan bisa tidak terbatas oleh ruang, waktu, dan dapat diakses oleh masyarakat global. *Online travel agent* termasuk dalam *e-commerce* di Indonesia yang mengalami pertumbuhan pesat. Salah satu keadaan yang mempengaruhi kesuksesan pada suatu organisasi atau perusahaan adalah dari kualitas pelayanannya yang menimbulkan rasa kepuasan pengguna sehingga dapat meningkatkan loyalitas dari pengguna. Kualitas pelayanan yang diberikan dapat mempengaruhi kepuasan pengguna. Seperti halnya pada penelitian yang dilakukan oleh Juhria, dkk terhadap pengguna di aplikasi *e-commerce* Shopee menyimpulkan bahwa pengaruh *e-ServQual* berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna dan peningkatan pada *e-ServQual* akan meningkatkan kepuasan pengguna [3]. Oleh sebab itu perlu adanya indikator dalam mengevaluasi serta menilai kualitas pelayanan berdasarkan kepuasan pengguna, dan salah satu metode yang digunakan dalam pengukuran kualitas pelayanan adalah e-*ServQual* yang dilihat dari sudut pandang pengguna [4]. Dari penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Malhotra pada penelitian Nabila, dkk mengidentifikasikan tujuh dimensi kedalam dua skala yaitu skala "*core online service*" yang terdiri dari dimensi *efficiency, reliability, fulfillment*, dan *privacy* dan juga skala "*recovery online service*" yang terdiri dari dimensi *responsiveness, compensation*, dan *contact* [5].

Penelitian menggunakan *e-ServQual* sebelumnya pernah dilakukan oleh peneliti lain yaitu Hastuti dengan pendekatan model Kano berdasarkan tujuh dimensi *e-ServQual* yaitu efficiency, availability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, dan contact dengan maksud untuk mengetahui tingkat pelayanan yang disediakan Bukalapak pada situs dan aplikasinya [6]. Selain itu, analisis *e-ServQual* dengan studi kasus Shopee juga pernah dilakukan oleh Amalia, LI yang bertujuan untuk mengukur *Customer Satisfaction Index* (CSI) menggunakan tujuh dimensi *e-ServQual* [7]. Penelitian dengan studi kasus layanan perjalanan online atau *Online Travel Agencies* (OTA) pernah dilakukan oleh Santi, Ira Nuriya, dkk dengan menganalisis perubahan yang timbul dari penerapan *e-ServQual* dalam menciptakan *e-Loyalty* dengan studi kasus Traveloka di Indonesia yang merupakan salah satu unicorn OTA. Dalam penelitian tersebut mengambil dimensi *web*

design, fulfillment, customer service, security, privasi, efisiensi, dan insentif dengan hasil uji regresi linier berganda menyatakan *e-ServQual* secara serempak memiliki pengaruh kepada *e-Loyalty* dari pengguna Traveloka [8].

Perjalanan wisata tidak hanya di darat, namun juga terdapat perjalanan wisata di bawah air. Indonesia sebagai negara kepulauan mempunyai potensi kelautan dan bawah lautnya yang membuat Indonesia memiliki banyak spot *diving* atau destinasi selam kelas dunia yang menjadi favorit. Dalam upaya menahan dan mengendalikan COVID-19, pemerintah memberikan arahan pelaksanaan kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan usaha wisata selam [9]. Salah satu website yang menyediakan pelayanan perjalanan atau petualangan di bawah air adalah ZuBlu.

ZuBlu didirikan pada tahun 2017 yang menjadi penghubung antara wisatawan dengan pilihan perjalanan wisatanya, khususnya dalam menemukan, membandingkan, dan memesan liburan *scuba diving*. ZuBlu menjadi salah satu *online travel agency* khususnya yang berhubungan dengan wisata bawah air yang dapat bertahan selama masa pandemi. ZuBlu merupakan sebuah *platform* yang dapat diakses dengan domain website https://www.zubludiving.com/ yang menawarkan berbagai perjalanan aktivitas laut diantaranya adalah liveaboards, ecoventures, charter yachts, dan resort di Asia dan berkantor pusat di Dartmounth - Devon. ZuBlu saat ini lebih berfokus pada liveaboards yang berasal dari kata *live on a board* yang dalam bahasa Indonesia adalah tinggal di kapal memiliki arti kapal yang dibuat khusus agar dapat ditinggali selama beberapa waktu dan biasa digunakan untuk ekspedisi para penyelam. Liveaboard yang beroperasi khususnya di area Asia yang menjalin kerjasama dengan ZuBlu mencapai 200-an. Dalam persiapan pembukaan pariwisata di berbagai negara, penting untuk mengetahui kualitas dari pelayanan yang dimiliki agar dapat meningkatkannya sehingga dapat menarik pengguna untuk menggunakan jasa website ZuBlu dalam melakukan pemesanan perjalanan khususnya yang berhubungan dengan aktivitas menyelam.

Berdasarkan pemaparan di atas dan penelitian terdahulu, peneliti merasa perlu untuk melakukan penelitian dengan judul, "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK (E-SERVQUAL): BERFOKUS PADA WEBSITE ZUBLU" dengan tujuan untuk menganalisis dan mengetahui kualitas dari website menggunakan metode *e-ServQual* dengan batasan ruang lingkup pada website ZuBlu.

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk mengetahui kualitas pelayanan yang ada pada website ZuBlu dengan menggunakan metode *e-ServQual* sehingga perusahaan dapat mengetahui kualitas pelayanan yang dimiliki.

II. KAJIAN PUSTAKA

A. *E-Commerce*

Electronic commerce atau *e-commerce* adalah rangkaian tindakan pertukaran informasi uang dan barang atau proses jual-beli antara penjual dan pembeli melalui internet. Suatu perusahaan yang melakukan operasi dengan minimal satu dimensi digital maka dapat dikatakan bahwa perusahaan tersebut melakukan transaksi *e-commerce*. Jaringan elektronik telah mengubah perilaku bisnis dan konsumen, bahkan pada industri pariwisata yang mulai bergerak ke ranah *online travel* yang mendorong lonjakan kegiatan dan *event tour* di seluruh dunia **Error! Reference source not found.**.

B. *Kualitas Pelayanan*

Tjiptono dan Chandra dalam Billyarta dan Sudarusman, kualitas pelayanan atau kualitas jasa adalah mutu atau kualitas tinggi yang diinginkan oleh pengguna yang menjadi suatu tujuan untuk dicapai dari suatu keunggulan dan kualitas atas layanan **Error! Reference source not found.**. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan dengan cara memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna. Keadaan yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dirasakan (*perceived service*).

C.Kualitas Pelayanan Elektronik

Kualitas pelayanan elektronik atau *Electronic Service Quality* (*e-ServQual*) adalah tingkat baik buruknya jasa yang diberikan secara daring dan merupakan pengembangan dari *Service Quality* (*ServQual*) yang telah dicocokan untuk mengevaluasi suatu jasa pelayanan dalam bentuk *online service* **Error! Reference source not found.**. Dari penelitian sebelumnya pada Muharam, dkk menyebutkan bahwa *electronic service quality* memiliki dua skala yaitu *E-S-QUAL* yang memiliki dua puluh dua komponen pada empat dimensi (*efficiency, fulfillment, system availability, and privacy*) dan juga skala *E-Rec-S-QUAL* yang memiliki sebelas komponen dalam tiga dimensi (*responsiveness, returns or compensation, and contact*) **Error! Reference source not found.**. Definisi dari dimensi tersebut menurut Parasuraman, dkk pada penelitian lain adalah sebagai berikut **Error! Reference source not found.**,**Error! Reference source not found.**.

1. *Efficiency*
   Efisiensi suatu website ditandai dengan kemudahan dan kecepatan pada saat mengakses website. Pengguna mudah dalam mencari dan mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Website dapat diakses dan memuat halaman website dengan cepat.
2. *Fulfillment*
   Ketepatan janji layanan website mengenai ketersediaan dan pengiriman produk terpenuhi. Ketersediaan produk

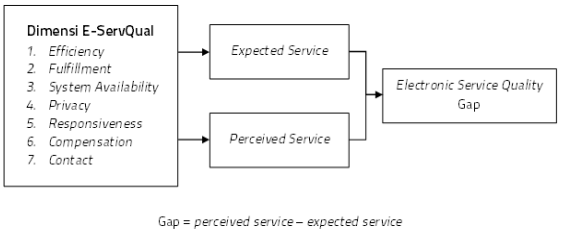
sesuai dengan yang tertera pada website. Produk yang diterima sesuai dengan produk yang dipesan.

3. *System availability*
   Teknis website yang berfungsi sebagaimana mestinya. Halaman yang ditampilkan sesuai. Website tidak mengalami macet atau pembekuan saat digunakan.
4. *Privacy*
   Website menjamin keamanan dan melindungi informasi pengguna. Perilaku belanja pada website dan informasi personal beserta kartu kredit atau pembayaran yang digunakan dapat terjamin keamanannya dan tidak tersebar luas kepada pihak lain.
5. *Responsiveness*
   Daya tanggap cepat dan kemampuan untuk mendapatkan bantuan apa bila ada masalah atau pertanyaan. Website menyediakan bantuan apabila pengguna menangani kendala atau masalah saat menggunakan website dengan memberitahukan tahapan atau proses yang harus dilakukan.
6. *Returns or compensation*
   Mencangkup pengembalian dana, biaya pengiriman dan penanganan produk. Pengguna diberikan kompensasi atau pengembalian dana apabila terjadi hal yang tidak diinginkan dengan ketentuan tertentu seperti masalah yang ditimbulkan dari website itu sendiri.
7. *Contact*
   Pengguna dapat berkomunikasi secara dalam jaringan atau *online* dengan staf pelayanan (bukan kecerdasan buatan). Website menyediakan nomor telepon atau kontak lain seperti alamat email atau media sosial yang dapat dihubungi oleh pengguna.

III. METODE PENELITIAN

A. *Metode Penelitian*

Acuan metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah *Electronic Service Quality* disingkat dengan sebutan *e-ServQual* yang merupakan pembaruan dari *Service Quality* (*ServQual*) yang disesuaikan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan jasa dalam bentuk elektronik dengan menghitung kesenjangan antara pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan kenyataan dari pelayanan yang diterima oleh pengguna (*perceived service*). Pada metode ini, penulis menggunakan ketujuh dimensi *e-ServQual* yaitu *efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation,* dan *contact*.



Gambar 1. Kerangka Penelitian

B. *Metode Pengumpulan Data*

Metode pengumpulan data yang dipakai adalah studi pustaka dan kuesioner. Studi pustaka dilakukan dengan mencari sumber informasi dan teori yang dapat mendukung penelitian, dan kuesioner dengan membagikan angket berisikan beberapa pertanyaan yang ditujukan kepada responden untuk dijawab.

C. *Sumber dan Jenis Data*

Sumber data yang digunakan dibagi menjadi sumber data primer dan sekunder.

1. Data primer didapatkan secara langsung melalui kuesioner tertutup dan terbuka yang dilakukan kepada beberapa pihak terkait. Kuesioner yang digunakan merupakan kuesioner yang sudah melewati pengujian dan dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak dijadikan sebagai instrumen penelitian [24].
2. Sedangkan data sekunder didapatkan secara tidak langsung yaitu dari penelitian-penelitian yang sudah ada sebelumnya.

Berdasarkan jenis data penelitian yang dilakukan, terdapat dua jenis data yaitu data kuantitatif dan kualitatif.

1. Data kuantitatif merupakan data yang dapat diukur atau dihitung secara matematis yaitu berupa angka **Error! Reference source not found.**. Data ini didapatkan dari kuesioner tertutup.
2. Sedangkan data kualitatif merupakan data dalam bentuk kata atau kalimat yang bisa memberikan informasi tambahan yang didapatkan dari kuesioner terbuka, dan studi pustaka.

D. Tempat dan Waktu Penelitian

Penulis menggunakan studi kasus yang dilakukan pada website ZuBlu yang memiliki kantor cabang di Jln Bypass Ngurah Rai, Sanur, Bali. Penelitian ini dilakukan terhitung dari bulan September 2021 hingga Juni 2022.

E. Responden Penelitian

Responden dalam penelitian ini merupakan orang yang pernah menggunakan website ZuBlu hingga melakukan

transaksi pemesan jadwal perjalanan. Karena jumlah populasi yang tidak diketahui pasti jumlahnya, maka penelitian ini mengambil sampel dengan menggunakan rumus Lemeshow dalam penelitian Mohdari **Error! Reference source not found.**.

$$n = \frac{Z\alpha^2 \text{ x P x Q}}{L^2}$$

Keterangan:
n = Banyaknya sampel yang diperlukan
$Z\alpha^2$ = Simpangan rata-rata pada tingkat signifikansi α = 1,96
P = Maksimal estimasi = 50% = 0,5
Q = 1 – P = 1 – 0,5 = 0,5
L^2 = Tingkat ketelitian = 10% = 0,1

$$n = \frac{1{,}96^2 \text{ x } 0{,}5 \text{ x } 0{,}5}{0.1^2} = 96{,}04$$

Dari rumus Lemeshow di atas, didapatkan jumlah minimal dari sampel yang harus dicari yaitu sebanyak 96,04 responden sehingga sampel yang akan digunakan dibulatkan menjadi 100 responden. Sampel diambil dengan menggunakan teknik sampel non probabilitas berjenis *accidental sampling*.

F. Alur Penelitian

Adapun alur atau tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut.

Gambar 2. Alur Penelitian

1. Rumusan Masalah
   Rumusan masalah menjadi tahap pertama yang dilakukan karena dari rumusan masalah tersebut akan menjadi patokan arah dalam pelaksanaan suatu penelitian.
2. Landasan Teori dan Perumusan Hipotesis
   Setelah rumusan masalah diidentifikasi, dilanjutkan dengan melakukan kajian pustaka untuk mencari teori relevan dalam penyelesaian rumusan masalah dengan membaca penelitian-penelitian sebelumnya dari peneliti lain, dan juga membuat perumusan hipotesis atau praduga mengenai jawaban sementara dari pertanyaan di rumusan masalah.
3. Pembuatan Kuesioner Menggunakan Google Forms
   Selanjutnya adalah tahapan pembuatan kuesioner menggunakan Google Forms yang mengambil referensi dari beberapa penelitian terdahulu dan kemudian disesuaikan ke dalam indikator-indikator pada 7 dimensi *e-ServQual*.
4. Pengujian Instrumen Penelitian Menggunakan SPSS
   Kuesioner yang telah dibuat kemudian akan dilakukan uji normalitas, validitas, dan reliabilitas sebelum benar-benar disebarkan kepada sampel penelitian. Dalam pengujian data dari kuesioner dilakukan dengan menggunakan sebuah perangkat lunak atau *software* yang bernama SPSS, dan pada penelitian ini menggunakan SPSS dengan versi 26.
5. Pengumpulan Data yang akan Dianalisis
   Setelah kuesioner yang dibuat melewati ketiga uji dan hasilnya berdistribusi normal, dinyatakan valid, dan reliabel maka data dapat mulai dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner tersebut kepada sampel penelitian yang telah ditentukan.
6. Analisis Data Menggunakan Ms.Excel dan SPSS
   Analisis data kuantitatif yang dilakukan sesuai dengan dimensi yang digunakan pada *e-ServQual* yaitu menghitung selisih atau kesenjangannya antara besarnya harapan dan kenyataan yang ada dari kualitas pelayanan.
   Gap = *perceived service – expected service*
   Apabila hasilnya adalah positif (gap > 0), maka kualitas pelayanan yang dimiliki dapat dinyatakan sangat memuaskan. Bila hasilnya bernilai 0 (gap = 0), maka dapat dinyatakan bahwa kualitas pelayanan yang dimiliki sudah memuaskan. Sedangkan bila hasilnya negatif (gap < 0), maka kualitas pelayanan yang dimiliki kurang memuaskan dan masih perlu untuk ditingkatkan **Error! Reference source not found.**.
7. Penyajian Data dan Hasil Penelitian
   Setelah analisis dilakukan, selanjutnya adalah menyajikan data dan hasil penelitian, serta memberikan pembahasan atau memaparkan hasil penelitian dari data yang telah dianalisis dengan data utamanya adalah data kuantitatif, sedangkan data kualitatif akan menjadi data yang mendukung hasil analisis data kuantitatif.
8. Kesimpulan dan Saran
   Tahap akhir dilakukan dengan membuat ringkasan dari keseluruhan penelitian yang telah dilakukan yaitu pada BAB IV, dan juga memberikan masukan dari penelitian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. *Hasil Uji Normalitas Kuesioner*

Pengujian normalitas pada kuesioner bertujuan untuk mencari tahu nilai residual dari data yang terkumpul berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji normalitas

Kolmogorov-Smirnov yang tingkat signifikansinya sebesar 0,05 menggunakan SPSS 26.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,88899894
Most Extreme Differences	Absolute	,119
	Positive	,119
	Negative	-,077
Test Statistic		,119
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 3. Hasil Uji Normalitas Kuesioner

Dari hasil uji normalitas yang tertera pada gambar di atas,, dapat diketahui nilai signifikansinya sebesar 0,200 yang dimana nilai tersebut lebih besar dari (>) 0,05 yang berarti bahwa nilai residualnya berdistribusi normal.

B. *Hasil Uji Validitas Kuesioner*

Pengujian validitas pada kuesioner berperan untuk mengetahui validitas kuesioner guna memperbaiki pertanyaan yang kurang jelas dengan cara melihat nilai dari r hitung dan r tabel menggunakan taraf signifikansi 5%.

Tabel 1. Uji Validitas

No	Indikator	R Hitung
1	E1	0,525
2	E2	0,507
3	E3	0,488
4	E4	0,442
5	E5	0,539
6	E6	0,525
7	E7	0,452
8	E8	0,782
9	E9	0,738
10	E10	0,558
11	E11	0,636
12	E12	0,426
13	E13	0,596
14	E14	0,458
15	P1	0,491
16	P2	0,510
17	P3	0,581
18	P4	0,471
19	P5	0,545
20	P6	0,550
21	P7	0,514
22	P8	0,696
23	P9	0,576
24	P10	0,524
25	P11	0,509
26	P12	0,479
27	P13	0,511
28	P14	0,519

Dari tabel 1 di atas terdapat masing-masing 14 pertanyaan untuk variabel *expected* (E) dan *perceived* (P) dengan jumlah sampel (n) sebanyak 30 responden. Nilai r hitung yang tertera pada tabel memiliki nilai yang lebih besar daripada nilai r tabel yaitu sebesar 0,361 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua instrumen penelitian dapat dinyatakan valid.

C. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner

Uji reliabilitas pada kuesioner berfungsi untuk mengetahui tingkat konsistensi suatu kuesioner penelitian yang dimiliki dalam pengumpulan data sudah reliabel atau tidak.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,819	14

Gambar 4. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner *Expected*

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	14

Gambar 5. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner *Perceived*

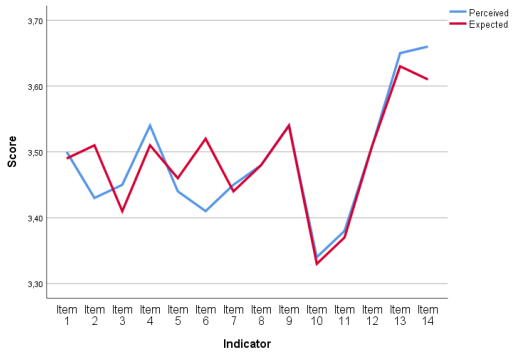
Dari hasil uji reliabilitas yang terdapat pada gambar-gambar di atas, dihasilkan bahwa nilai dari hasil variabel *expected* dan *perceived* memiliki nilai *cronbach's alpha* lebih dari 0,600. Maka didapatkan kesimpulan bahwa semua instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel.

D. *Perhitungan Nilai E-ServQual*

Nilai *e-ServQual* didapat dari mencari gap dengan menghitung selisih antara nilai rata-rata dari kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pengguna (*perceived*) dan kualitas pelayanan yang diharapkan pengguna (*expected*). Hasil dari perhitungan gap dapat dilihat pada tabel dan gambar di berikut ini.

Tabel 2. Nilai *E-ServQual* Per Indikator

Dimensi	Indikator	Nilai *Perceived*	Nilai *Expected*	Gap
Efficiency	Item 1	3,50	3,49	0,01
	Item 2	3,43	3,51	-0,08
	Item 3	3,45	3,41	0,04
Fulfillment	Item 4	3,54	3,51	0,03
	Item 5	3,44	3,46	-0,02
System availability	Item 6	3,41	3,52	-0,11
	Item 7	3,45	3,44	0,01
Privacy	Item 8	3,48	3,48	0
	Item 9	3,54	3,54	0
Responsiveness	Item 10	3,34	3,33	0,01
	Item 11	3,38	3,37	0,01
Compensation	Item 12	3,51	3,51	0
Contact	Item 13	3,65	3,63	0,02
	Item 14	3,66	3,61	0,05



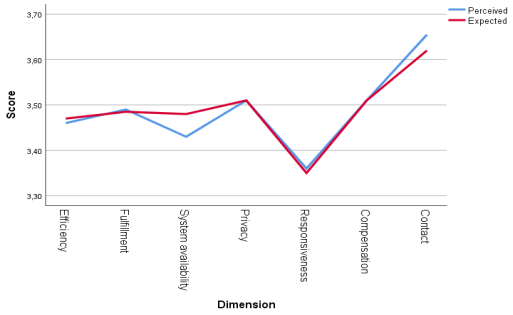
Gambar 6. Nilai *E-ServQual* Per Indikator

Data yang tertera pada tabel kemudian dijadikan grafik seperti pada gambar di atas dengan menggunakan nilai per indikator dan akan menunjukan gap atau nilai kesenjangan antara nilai pelayanan yang dirasakan (*perceived*) dengan nilai harapan (*expected*) per pernyataan. Dari data tersebut dapat diketahui bahwa item pernyataan yang memiliki gap paling besar antara nilai *perceived* dan *expected* yang bernilai positif adalah item 14 dengan gap sebesar 0,05 sedangkan yang bernilai negatif adalah item 6 dengan gap sebesar -0,11. Nilai tersebut kemudian diolah agar menjadi besarnya gap berdasarkan dimensi *e-ServQual* yang diambil dari nilai rata-rata per dimensi dan dapat dilihat pada tabel di bawah.

Tabel 3. Nilai *E-ServQual* Per Dimensi

Dimensi	Nilai *Perceived*	Nilai *Expected*	Gap
Efficiency	3,46	3,47	-0,01
Fulfillment	3,49	3,49	0
System availability	3,43	3,48	-0,05
Privacy	3,51	3,51	0
Responsiveness	3,36	3,35	0,01
Compensation	3,51	3,51	0
Contact	3,66	3,62	0,04

Berdasarkan dari tabel di atas, kemudian dapat divisualkan ke dalam grafik garis seperti gambar berikut ini.



Gambar 7. Nilai *E-ServQual* Per Dimensi

Dari tabel dan gambar di atas dapat diketahui nilai *perceived* dan nilai *expected* per dimensi *e-ServQual* dan juga mengetahui gap atau kesenjangannya dengan perincian bahwa pada dimensi efisiensi (*efficiency*) memiliki gap sebesar -0,01, dimensi pemenuhan (*fulfillment*) memiliki gap dengan nilai 0, dimensi ketersediaan sistem (*system availability*) memiliki gap sebesar -0,05, pada dimensi privasi (*privacy*) memiliki gap dengan nilai 0, dimensi daya tanggap (*responsiveness*) memiliki gap sebesar 0,01, dimensi kompensasi (*compensation*) memiliki gap dengan nilai 0, dan pada dimensi kontak (*contact*) memiliki gap sebesar 0,04.

Penelitian ini akan menggunakan sebuah kode sebagai indikator responden dengan contoh kode yaitu R_001. Kode tersebut menjelaskan R bermakna responden, dan angka yang mengikutinya yaitu dengan contoh 001 mewakili nomor urut dari responden yang mengisi kuesioner.

Dari nilai *e-ServQual* per dimensi di atas dapat diketahui bahwa pada dimensi efisiensi (*efficiency*) dan ketersedian sistem (*system availability*) memiliki gap yang nilainya dibawah nol atau bernilai negatif berarti pelayanan yang dimiliki pada dimensi tersebut belum memuaskan atau masih di bawah harapan pengguna website dan perlu untuk ditingkatkan. Hal tersebut diperkuat dengan tanggapan dari responden dengan kode R_070 yang mengarah pada dimensi efisiensi yaitu, "... *I was a bit confused about the website and the "chat" function which didn't work as I thought it would* (terjemahan: ... Saya agak merasa bingung dengan website dan fungsi "obrolan" yang tidak berfungsi sebagaimana yang saya kira)." Tanggapan tersebut menyatakan bahwa pengguna merasa bingung atau kurang mudah untuk menggunakan website dan cara kerja fitur pesan yang kurang dari harapan pengguna. Apa pula tanggapan dari R_008 yang mendukung hasil pada ketersedian sistem yaitu, "*There were times I*

couldn't access the website, but after a while it worked (terjemahan: ada kalanya saya tidak dapat mengakses situs web, tetapi setelah beberapa saat akhirnya berhasil)." Tanggapan tersebut menyatakan bahwa masih waktu dimana pengguna tidak dapat mengakses website.

Pada dimensi pemenuhan (*fulfillment*), privasi (*privacy*), dan kompensasi (*compensation*) memiliki nilai gap sama dengan nol yang berarti kualitas pelayanan yang dimiliki sudah memuaskan dan sesuai dengan harapan pengguna. Pada dimensi pemenuhan terdapat tanggapan dari R_093 sebagai berikut, "*... Only item of suggestion is that your team should visit more resorts that you suggest highlighting the peculiarities of each (for instance Joali Being, I was sent to after Joali closed, has a very nice design (beautiful villas) but is totally inappropriate for families with kids, has only 2 restaurants next to each other (almost no change), etc* (terjemahan: ... Satu-satunya saran adalah bahwa tim Anda harus mengunjungi lebih banyak resor yang Anda sarankan untuk menyoroti kekhasan masing-masing (misalnya Joali Being, saya dikirim ke setelah Joali ditutup, memiliki desain yang sangat bagus (villa yang indah) tetapi sama sekali tidak pantas untuk keluarga dengan anak-anak, hanya memiliki 2 restoran yang bersebelahan (hampir tidak ada perubahan), dll)." Dari tanggapan tersebut dapat diketahui bahwa pengguna layanan website menyarankan untuk lebih memperhatikan keunikan atau ciri khas dari produk yang direkomendasikan. Pada dimensi privasi terdapat tanggapan dari R_087, "*Great levels of safety. Would go again, and would recommend to anyone and everyone*! (terjemahan: tingkat keamanan yang bagus. Akan pergi lagi, dan akan merekomendasikan kepada siapa pun dan semua orang!)." Dari tanggapan tersebut diketahui bahwa pengguna merasa puas dengan keamanan yang dimiliki. Lalu pada dimensi kompensasi dari R_053, "*... From a zoom call that was late night for him, advising and recommending which liveaboard offered us the best value through to helping us out when our flight was cancelled & re-organising our hotel & transfers...* (terjemahan: ... Dari panggilan zoom yang larut malam baginya, menasihati dan merekomendasikan liveaboard mana yang menawarkan nilai terbaik kepada kami hingga membantu kami menyelesaikan permasalahan ketika penerbangan kami dibatalkan & mengatur ulang hotel & transfer kami...)." Tanggapan tersebut menyatakan bahwa pengguna website sudah merasa puas dengan pelayanan pada dimensi kompensasi dalam mengatur ulang jadwal karena terjadi pembatalan penerbangan.

Pada dimensi daya tanggap (*r*esponsiveness) dan kontak (*contact*) memiliki gap yang bernilai positif dan lebih dari nol yang berarti bahwa kualitas pelayanan yang dimiliki sangat memuaskan karena telah berada di atas atau melebihi harapan pengguna. Adapun tanggapan dari R_074 dalam dimensi daya tanggap yaitu, "*Lee from Zublu was extremely helpful in organising our trip. He initially suggested this liveaboard to us, helped liaise with the liveaboard and answered any questions we had extremely quickly. He made it incredibly easy to plan and organise* (terjemahan: Lee dari Zublu sangat membantu dalam mengatur perjalanan kami. Dia awalnya menyarankan liveaboard ini kepada kami, membantu menghubungkan dengan liveaboard dan menjawab pertanyaan apa pun yang kami miliki dengan sangat cepat. Dia membuatnya sangat mudah untuk merencanakan dan mengatur)." Tanggapan tersebut mendukung dimensi daya tanggap terutama dari pengguna website yang merasa sangat puas karena pelayanan ZuBlu yang dapat menjawab pertanyaan dengan cepat dan membuat pemesanan perencanaan perjalanan menjadi mudah. Selanjutnya pada dimensi kontak terdapat tanggapan dari R_064 sebagai berikut, "*Very good. Somebody always responded to questions quickly using Whatsapp,*" (terjemahan: sangat bagus. Seseorang selalu menjawab pertanyaan dengan cepat menggunakan Whatsapp)." Dari tanggapan tersebut pengguna merasa sangat puas karena bisa menghubungi ZuBlu dan berkomunikasi langsung dengan *customer service* melalui media sosial seperti Whatsapp.

V. SIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dengan mengolah dan menganalisis data diperoleh nilai gap atau kesenjangan antara nilai pelayanan yang dirasakan (*perceived*) dengan nilai pelayanan yang diharapkan (*expected*) untuk mengetahui kualitas pelayanan elektronik pada website ZuBlu didapatkan kesimpulan sebagai berikut 1) Berdasarkan nilai *e-ServQual* per indikator, kualitas pelayanan yang sangat memuaskan yaitu pelayanan yang melebihi harapan dengan nilai gap lebih besar daripada nol terdapat pada indikator nomor 14 dengan nilai gap sebesar 0,05 dengan pernyataan, "*I can communicate with customer service on ZuBlu's website (live chat service available)*." Kualitas pelayanan yang sudah sesuai dengan harapan dan memiliki nilai gap terendah dengan nilai gap sama dengan nol terdapat pada 3 indikator yaitu indikator nomor 8 dengan pernyataan, "*I feel that ZuBlu's website is good and clear in maintaining privacy and customer orders,*" indikator nomor 9 dengan pernyataan, "*I am satisfied with the ZuBlu site's protection of my transaction information,*" dan indikator nomor 12 dengan pernyataan, "*ZuBlu's website provides information about refunds or rescheduling*." Kualitas pelayanan yang masih dibawah harapan yaitu dengan gap kurang dari nol terdapat pada indikator nomor 6 yang juga memiliki nilai gap tertinggi yaitu sebesar -0,11 dengan pernyataan, "*I can access ZuBlu's website 24 hours (whenever I want)*." 2) Dari nilai *e-ServQual* per dimensinya, kualitas pelayanan yang melebihi harapan pengguna terdapat pada 2 dimensi yaitu pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dengan gap sebesar 0,01, dan pada dimensi kontak (*contact*) dengan gap sebesar 0,04. Kualitas pelayanan yang telah memenuhi harapan pengguna dengan

tidak memiliki gap atau gap sama dengan nol terdapat di 3 dimensi yaitu pada dimensi pemenuhan (*fulfillment*), privasi (*privacy*), dan kompensasi (*compensation*). Lalu kualitas pelayanan yang berada di bawah harapan pengguna terdapat pada 2 dimensi yaitu dimensi efisiensi (*efficiency*) dengan nilai gap sebesar -0,01, dan pada dimensi ketersediaan sistem (*system availability*) dengan nilai gap sebesar -0,05.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan diantaranya sebagai berikut. 1) Bagi pihak perusahaan yaitu Perlu adanya peningkatan dari kualitas pelayanan yang masih berada di bawah harapan pengguna. Saran yang bisa penulis berikan seperti memasukkan atau menyisipkan informasi yang sering ditanya pengguna ke dalam FAQ (*frequently asked questions*) maupun ke dalam detail produk sehingga pengguna dapat dengan mudah menemukan informasi yang diperlukan, memperhatikan *layout* website, memastikan fitur website dapat berfungsi sebagaimana mestinya, dan juga memeriksa kecepatan dalam mengakses website agar website dapat diakses kapanpun. Selain itu perusahaan perlu untuk mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah sesuai dan melebihi dari harapan pengguna. 2) Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar dapat melakukan penelitian lebih lanjut atau pembaharuan seperti dengan menerapkan metode pengumpulan data tambahan menggunakan wawancara agar informasi yang didapatkan bisa lebih mendalam. Peneliti selanjutnya juga dapat membuat sebuah sistem berbasis web dalam menganalisis kualitas pelayanan elektronik berdasarkan ketujuh dimensi *e-ServQual* sehingga perusahaan-perusahaan yang menawarkan jasa dapat menggunakannya secara online untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dimiliki. Contoh gambaran sistem yang bisa penulis sarankan yaitu menggunakan kuesioner sebagai pengumpulan datanya yang dapat disebarkan menggunakan link lalu hasil pengisian kuesionernya terhubung dengan database sistem kemudian diolah untuk kuesioner tertutup yang menghasilkan data kuantitatif menggunakan perhitungan *e-ServQual*, sedangkan kuesioner terbuka yang menghasilkan data kualitatif disaring menggunakan beberapa kata kunci maupun suatu pengkondisian dan hasil pengolahan data tersebut akan ditampilkan apakah melebihi, kurang, maupun sudah sesuai dengan harapan pengguna.

DAFTAR RUJUKAN

[1] "Edukasi Tentang COVID-19," 2020. [Online]. Available: https://infocorona.baliprov.go.id/edukasi/. [Diakses 24 Oktober 2020].

[2] A. Lidwina, "Pengguna E-Commerce Indonesia Tertinggi di Dunia," databoks, 04 Juni 2021. [Online]. Available: https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/04/penggunaan-e-commerce-indonesia-tertinggi-di-dunia.

[3] A. Juhria, N. Meinitasari, F. I. Fauzi dan A. Yusuf, "Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan di Aplikasi E-Commerce Shopee," Jurnal Manajemen, vol. XIII, no. 1, pp. 55-62, 2021.

[4] L. Laricha, A. Saryatmo dan L. Avilla, "Analisis Kualitas Layanan pada Perusahaan Jasa Travel Agent Berbasis E-Commerce dengan Metode E-ServQual dan Quality Function Deployment," Jurnal Manajemen, vol. XIII, no. 2, pp. 85-191, 2017.

[5] E. Nabila, M. Ariyanti dan Sumrahadi, "Analisis Kualitas Pelayanan Online (E-Servqual) Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Pada Bhinneka. Com," e-Proceeding of Management, vol. V, no. 1, pp. 141-151, 2018.

[6] H. E. Hastuti, "Analisis Kualitas Pelayanan Situs Belanja Online dengan Pendekatan Model Kano Berdasarkan Dimensi E-SERVQUAL Pada Bukalapak," Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB, vol. 9, no. 2, 2021.

[7] L. I. Amalia, "Analisis Elektronik Service Quality (E-ServQual) untuk Mengukur Customer Satisfaction Index (CSI) Toko Online Shopee," Prosiding Seminar Nasional & Call For Paper, pp. 309-315, 2019.

[8] I. N. Santi, Muzakir dan Wahyuningsih, "Pengaruh E-ServQual terhadap E-Loyalty pada Pelanggan Traveloka," e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, vol. VII, no. 01, pp. 120-124, 2020.

[9] W. Kusubandio, "Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan Usaha Wisata Selam," dalam Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2020.

[10] Muzakir, S. Bachri, R. P. Adam dan Wahyuningsih, "The Analysis of Forming Dimensions of E-Service Quality for Online Travel Services," International Journal of Data and Network Science, vol. V, pp. 239-244, 2021.

[11] G. W. Billyatra dan E. Sudarusman, "Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) Terhadap Kepuasan Konsumen pada Market Place Shopee di Sleman DIY," Jurnal Optimal, vol. XVIII, no. 1, pp. 41-46, 2021.

[12] Megawati dan S. Rubayati, "Analisis Kualitas Layanan E-Commerce Hni.Id Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan E-Servqual," Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi, vol. VI, no. 2, pp. 205-212, 2020.

[13] H. Muharam, H. Chaniago, Endraria dan A. B. Harun, "E-Service Quality, Customer Trust and Satisfaction: Market

Place Consumer Loyalty Analysis," Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi, vol. VIII, no. 2, pp. 237-254, 2021.

[14] A. Osmanzade, "E-Service Quality of Online Ticketing in Estonia's Bus and Train Transportations," Tallinn University of Technology, Tallinn, 2021.

[15] E. H. Simanjuntak, "Pengaruh E-Service Quality Lazada Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mahasiswa/I Fakultas Kedokteran Gigi Universitas Sumatera Utara," Universitas Sumatera Utara, Medan, 2020.

[16] D. Pranitasari dan A. N. Sidqi, "Analisis Kepuasan Pelanggan Elektronik Shopee Menggunakan Metode E-Service Quality dan Kartesius," Jurnal Akuntansi dan Manajemen (JAM), vol. XVIII, no. 02, pp. 12-31, 2021.

[17] A. H. Rahahleh, S. Al-nsour, M. Moflih, Z. A. Alabaddi, B. A. Y. Al-Nassar dan N. Al-nsour, "The Influence of Electronic Service Quality on Relationship Quality: Evidence from Tourism Industry," Management Science Letters, vol. X, pp. 2759-2768, 2020.

[18] E. Bandawaty, R. Huriyati dan P. D. Dirgantari, "Pengaruh Brand Image dan E-Service Quality terhadap Customer Satisfaction Bentuk Inovasi Pemasaran Bukalapak," Jurnal Bisnis dan Manajemen, vol. VII, no. 01, pp. 81-86, 2020.

[19] H. Baber, "E-ServQual and Its Impact on the Performance of Islamic Banks in Malaysia from the Customer's Perspective," Journal of Asian Finance, vol. VI, no. 01, pp. 169-175, 2019.

[20] N. H. Le, P. T. H. Nguyen dan T. N. P. Nguyen, "Using ServQual Model to Analyses Cultural Tourist Satisfaction: Case Study of Dak Lak Province, Vietnam," Science & Technology Development Journal - Social Science and Humanities, vol. V, no. 04, pp. 1293-1305, 2021.

[21] S. Javed, M. S. Rashidin dan B. Li, "Assessing The E-Services of The Banking Sector by Using E-Servqual Model: A Comparative Study of Local Commercial Banks and Foreign Banks in Pakistan," Journal of Internet Banking and Commerce, vol. XXIII, no. 01, pp. 1-12, 2018.

[22] E. Widiyastuti dan M. Ramaditya, "Dampak Integrasi E-Service Quality, E-Satisfaction dan E-Payment terhadap E-Repurchase Intention Konsumen dalam Menggunakan Fitur GoFood (Studi Kasus pada Karyawan Multi Buana Group)," Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, pp. 01-16, 2020.

[23] C. Nurlaila dan H. Fitriyah, "Pengaruh E-Commerce, Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Dan Modal Usaha Dalam Pengambilan Keputusan Mahasiswa Untuk Berwirausaha," Indonesian Journal of Law and Economics Review, vol. XI, 2021.

[24] N. K. E. C. Pratiwi, N. L. P. N. S. P. Astawa dan A. I. I. Paramitha, "Analisis Pengaruh E-Learning Menggunakan Spada Terhadap Efektivitas Belajar Mahasiswa STMIK Primakara," VOX EDUKASI: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, vol. XII, no. 2, pp. 193-202, 2021.

[25] N. P. J. Widhiantari, I. P. A. Swastika dan N. M. Estiyanti, "Analisa Valuasi Startup Menggunakan Metode The Dave Berkus Untuk Menentukan Nilai Perusahaan PT. Farmindo," Jutisi: Jurnal Ilmiah Teknik Informatika dan Sistem Informasi, vol. IX, no. 2, pp. 87-94, 2020.

[26] R. H. Mohdari, "Pengaruh E-Service Quality dan Perceived Value terhadap Loyalitas Pelanggan Marketplace (Studi Kasus Pelanggan Tokopedia)," Dinamika Ekonomi - Jurnal Ekonomi dan Bisnis, vol. XIII, no. 01, pp. 99-114, 2020.

[27] H. Umar, Metode Riset Manajemen Perusahaan - Langkah Cepat dan Tepat Menyusun Tesis dan Disertasi, Jakarta: PTGramedia Pustaka Utama, 2019.

[28] A. Subagyo, Aplikasi Metode Riset: Praktik Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Mix Methods, Malang: Inteligensia Media, 2020.

[29] E. Hertanto, "Perbedaan Skala Likert Lima Skala dengan Modifikasi Skala Likert Empat Skala," September 2017. [Online]. Available: https://www.academia.edu.

[30] N. Ningsi, Gusnawati dan Noorhasanah, "Analisis Kualitas Layanan E-Government menggunakan Metode ServQual (Studi Kasus Kantor Samsat Kolaka)," Journal of Science and Engineering, vol. IV, no. 01, pp. 10-18, 2021.

[31] P. G. E. Deo, R. Sanjaya dan Linda, "Analisis Kualitas Layanan Lazada dengan Menggunakan Metode E-ServQual dan IPA," Journal of Accounting and Business Studies, vol. II, no. 01, pp. 01-19, 2017.

[32] A. Tobagus, "Pengaruh E-Service Quality terhadap E-Satisfaction pada Pengguna di Situs Tokopedia," Agora, vol. Vi, no. 01, pp. 01-10, 2018.