

Makalah E Bisnis

Evaluasi Usabilitas Perilaku Konsumen dalam Dunia Digital Berdasarkan
Kombinasi ServQual dan WebQual



Dosen Pengampu:

Supangat, S.Kom., M. Kom

Dibuat Oleh:

Edo Pratama Putra Susanto (1211700113)

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

2020

Latar Belakang

Kesadaran bahwa dunia selalu berubah, nampaknya harus dipahami oleh pelaku bisnis. Karena bisnis adalah perubahan, bisnis adalah tantangan dari sebuah perubahan yang disikapi oleh pelaku bisnis secara tepat. Penyikapan yang tepat atas perubahan yang terjadi oleh para pelaku bisnis akan berdampak pada perkembangan dan kemajuan bisnis yang ditekuninya, sementara sikap yang sebaliknya, tidak bisa mengantisipasi dan mengikuti perubahan, tentunya bisnis yang akan dikelola akan mengalami kemunduruan bahkan tiba saatnya akan mengalami kerugian. Bagi pengelola bisnis, penyikapan atas perubahan itu tentu sudah dipikirkan matang-matang, sehingga strategi yang baru selalu muncul dalam menyikapi perubahan tersebut.

Usabilitas mengacu pada tingkat efektifitas, efisiensi dan kepuasan suatu produk yang telah digunakan oleh pengguna produk tersebut sehingga tujuannya dalam konteks tertentu dapat tercapai. Berkaitan dengan hal tersebut, maka metode evaluasi desain interaksi yang berkaitan dengan usabilitas membutuhkan data mentah sebagai bahan evaluasi keterpaduan interaksi manusia dan komputer, termasuk aspek kognitif sehingga dapat ditransformasikan menjadi informasi usabilitas (Howarth, Andre, & Hartson, 2007).

Pengukuran kualitas layanan berbasis web menggunakan instrumen ServQual. Sedangkan penggunaan instrumen WebQual bertujuan untuk mengevaluasi persepsi pengguna tentang kesesuaian situs web terhadap kebutuhan mereka.

Tinjauan Pustaka

ServQual mempunyai lima factor unsur kualitas layanan, yaitu kehandalan (reliable), jaminan (assurance), tangibles, empati dan responsive.

WebQual biasanya disebut pengukuran kualitas situs web dengan mempertimbangkan hasil rekognisi dari pengguna akhir. Instrum en penelitian yang terdapat pada Webqual tersebut kemudian dikembangkan dengan melakukan integrasi sudut pandang customer dalam proses perancangannya.

Pembahasan

Pada hakikatnya, pemasar harus melihat dari sudut pandang konsumen. Konsumen hanya akan melihat apa yang dapat dilihat oleh mereka. Konsumen mempunyai lebih banyak pilihan karena adanya dukungan teknologi dan perkembangan factor global. Perusahaan yang teliti dalam memperhatikan peluang usaha, akan dapat melihat konsumen baru sebagai peluang usaha. Secara umum kategori konsumen adalah sebagai berikut:

1. Impulsive buyer: konsumen yang membeli produk secara tepat.
2. Patient buyer: konsumen yang membeli produk setelah membuat berbagai perbandingan.
3. Analytical buyer: konsumen yang terlebih dahulu melakukan riset analisis sebelum memutuskan untuk membeli.

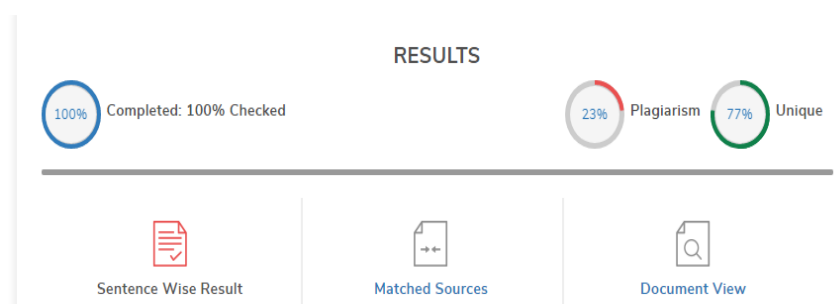
Era ekonomi digital ini, konsumen juga seolah menjadi centaur-manusia berkaki kuda, yang berlari cepat dengan kakinya-merupakan teknologi baru namun dengan hati manusia. Bahkan, terkadang konsumen juga merangkap sebagai produsen dan penjual dalam website. Kemudian terjadi pula apabila ada pertukaran produk ataupun informasi.dengan adanya

dukungan dari teknologi dan saluran, masyarakat dengan mudah melakukan hal-hal yang tak terpikirkan sebelumnya atau biasa disebut dengan Hybrid Consumer.

Kesimpulan

Evaluasi usabilitas dari layanan web dalam penelitian ini menggunakan kombinasi ServQual dan WebQual, yang digunakan untuk mengukur kualitas perilaku konsumen. Hasil pengolahan menunjukkan bahwa jika dimensi kepuasan perilaku konsumen ditingkatkan, maka indeks usabilitas dapat meningkat secara signifikan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa aspek objektif dan subjektif yang menjadi factor penilaian usabilitas perilaku konsumen mendapat hasil yang baik dan memuaskan.



DAFTAR PUSTAKA

1. Agus Hermanto, Supangat, Fridy Mandita. 2017. "Evaluasi Usabilitas Layanan Sistem Informasi Akademik Berdasarkan Kombinasi ServQual dan Webqual"
2. Widya Sastika. 2016. "ANALISIS PENGARUH KUALITAS WEBSITE (WEBQUAL 4.0) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WEBSITE E-COMMERCE TRAVELOKA". Yogyakarta : Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi.
3. Nufian S Febriani, Wayan Weda Asmara Dewi. 2019. "Perilaku Konsumen di Era Digital : Beserta Studi Kasus"