

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA *WEBSITE* GOOD NEWS FROM INDONESIA DI JABODETABEK MELALUI DIMENSI *WEBQUAL* 4.0

IRNADIA FARDILA



DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Republikasikan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pengguna *Website* Good News From Indonesia di Jabodetabek melalui Dimensi *Webqual* 4.0” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, September 2024

Irnodia Fardila
H2401201111

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



ABSTRAK

IRNADIA FARDILA. Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pengguna *Website* Good News From Indonesia di Jabodetabek melalui Dimensi *Webqual* 4.0. Dibimbing oleh HARDIANA WIDYASTUTI.

Perkembangan teknologi dan internet yang masif memicu persaingan media *online* semakin meningkat. Good News From Indonesia (GNFI) berada di peringkat 19 dari 20 dalam daftar persaingan *website* media *online* di Indonesia. Hal ini dapat mengindikasikan belum terpenuhinya kepuasan dan loyalitas pengguna. Untuk unggul dari persaingan, penting bagi GNFI untuk mengkaji lebih lanjut mengenai kepuasan dan loyalitas penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna *website* GNFI melalui dimensi *webqual* dengan metode *Important Performance Analysis* (IPA), *Customer Satisfaction Index* (CSI), *Potential Gain Customer Value* (PGCV), dan *Customer Loyalty Index* (CLI). Hasilnya diketahui bahwa pengguna *website* GNFI puas dengan kinerja *website* dengan indeks kepuasan 71,5%, dimana terdapat 6 atribut *website* GNFI yang membutuhkan perbaikan prioritas. Tingkat loyalitas pengguna *website* GNFI adalah cukup loyal di angka 69% dengan indikator *revisit website* dan *constant use* mendapatkan skor loyalitas paling rendah.

Kata kunci: Kepuasan, Loyalitas, Media Online, *Webqual* 4.0.

ABSTRACT

IRNADIA FARDILA. Analysis of Satisfaction and Loyalty Levels of Good News From Indonesia *Website* Users in Jabodetabek through *Webqual* 4.0 Dimensios. Supervised by HARDIANA WIDYASTUTI.

The rapid development of technology and the internet has intensified competition among *online* media outlets. Good News From Indonesia (GNFI) ranks 19th out of 20 in the list of *online* media *website* competitors in Indonesia. This may indicate that user satisfaction and loyalty have not yet been fully achieved. To gain a competitive edge, it is crucial for GNFI to further examine user satisfaction and loyalty. This study aims to analyze the levels of user satisfaction and loyalty on the GNFI *website* using the *webqual* dimensions, along with the Important Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), Potential Gain Customer Value (PGCV), and Customer Loyalty Index (CLI) methods. The results show that GNFI *website* users are satisfied with the *website*'s performance, with a satisfaction index of 71.5%. However, there are 6 attributes of the GNFI *website* that require prioritized improvements. The loyalty level of GNFI *website* users is considered moderately loyal, with a loyalty rate of 69%, where the indicators for revisiting the *website* and *constant use* received the lowest loyalty scores.

Keywords: Loyalty, Online Media, Satisfaction, *Webqual* 4.0.

@Hak cipta milik IPB University

IPB University

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2024
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN DAN LOYALITAS PENGGUNA *WEBSITE* GOOD NEWS FROM INDONESIA DI JABODETABEK MELALUI DIMENSI *WEBQUAL* 4.0

IRNADIA FARDILA

Skripsi
Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Manajemen

**DEPARTEMEN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2024**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Ir. Jono Mintarto Munandar, M.Sc.
2. Furqon Syarief Hidayatulloh, S.Ag., M.Pdi.

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pengguna *Website*
Good News From Indonesia di Jabodetabek melalui Dimensi
Webqual 4.0

Nama : Irnadia Fardila
NIM : H2401201111

Disetujui oleh

Pembimbing:
Hardiana Widyastuti, S.Hut., M.M.



Diketahui oleh

Ketua Departemen Manajemen:
Dr. Eko Ruddy Cahyadi, S.Hut., M.M.
NIP 197812132006041000



Tanggal Ujian:
22 Juli 2024

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2024 sampai bulan Juni 2024 ini ialah manajemen pemasaran, dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan dan Loyalitas Pengguna *Website* Good News From Indonesia di Jabodetabek melalui Dimensi *Webqual* 4.0”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada dosen pembimbing saya Ibu Hardiana Widyastuti S.Hut., M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, seluruh keluarga, teman-teman, dan orang-orang baik yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, September 2024

Irnadia Fardila

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xi
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.4 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Manajemen Pemasaran	5
2.2 Proses Pemasaran	5
2.3 Kepuasan Konsumen	6
2.4 Loyalitas Konsumen	7
2.5 <i>Website</i>	7
2.6 <i>Webqual 4.0</i>	8
2.7 <i>Media Online</i>	8
2.8 Penelitian Terdahulu	9
III METODE	11
3.1 Kerangka Pemikiran	11
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	12
3.3 Jenis dan Sumber Data	12
3.4 Teknik Penarikan Sampel	12
3.5 Metode Pengolahan dan Analisis Data	13
3.6 Variabel Operasional	18
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Perusahaan	20
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	21
4.3 Karakteristik Pengguna <i>Website</i> GNFI	21
4.4 Tingkat Kepentingan dan Kinerja <i>Website</i> GNFI	23
4.5 Tingkat Kepuasan Pengguna <i>Website</i> GNFI	30
4.6 Prioritas Langkah Peningkatan Kepuasan Pengguna <i>Website</i> GNFI	31
4.7 Loyalitas Pengguna <i>Website</i> GNFI	33
4.8 Implikasi Manajerial	35
V PENUTUP	40
5.1 Kesimpulan	40
5.2 Saran	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	46
RIWAYAT HIDUP	54



DAFTAR TABEL

1	Peringkat Situs Media Online yang Sejenis dengan Situs GNFI	2
2	Penelitian Terdahulu	9
3	Skor Penilaian Kinerja dan Kepentingan	14
	Kategori Nilai Indeks CSI	17
	Rentang Skala Indeks CLI	18
	Variabel Operasional	18
	Hasil Analisis Karakteristik Responden	21
	Tingkat Kesesuaian Kepentingan dan Kinerja	23
	Urutan Tingkat Kepentingan Indikator Kepuasan	25
	Perhitungan CSI	30
	Perhitungan Bobot Kepentingan PGCV Terbobot	32
	Perhitungan PGCV	32
	Hasil Perhitungan CLI	33

DAFTAR GAMBAR

1	Diagram Data Tingkat Penetrasi Internet di Pulau Jawa	1
2	Diagram Data Kebiasaan Membaca Generasi Milenial dan Generasi Z	1
3	Kerangka Pemikiran	11
4	Diagram Importance Performance Analysis (IPA)	15
5	Matriks IPA dengan Indikator Kepuasan Pengguna Website	26
6	Grafik Jaring Laba-Laba Atribut Loyalitas	34
7	Model IPOOI Perbaikan Desain dan Navigasi Website	36
8	Model IPOOI Perbaikan Kualitas Informasi Website	37
9	Model IPOOI Penyusunan Program Loyalitas GNFI	38

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner Penelitian Responden	47
2	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan dan Loyalitas	52
3	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan dan Loyalitas	53