

# Evaluasi Kepuasan Pengguna Website dengan Kano Model

M Iqbal Mustofa

Jurusan Pendidikan Teknologi Informasi, STKIP Nurul Huda OKU Timur Sumatera Selatan  
Jln. Kota Baru Sukaraja, Buay Madang, OKU Timur, 32361, Sumatera Selatan, Indonesia  
email: iqbal@stkipnurulhuda.ac.id

**Abstract** – This study aims to carry out an evaluation stage that is routinely required to be effectuated in every living ecosystem of an information system. The object of research is the Strategic Food Price Information Center (PIHPS) website. This research begins with the interview and objects observation stages, the research is then continued with the preparation of a questionnaire design using the webqual 4.0 method with three indicators, namely usability quality (UQ), information quality (IQ), and Service Interaction Quality (IT). At the stage of data analysis using the canoe model to measure the level of website users' satisfaction. Respondents involved in this study amounted to 100 respondents. Canoe analysis begins with grouping based on the classification of canoe classes Attractive (A), One dimensional (O), Must be (M), and Indifferent (I). Followed by determining the grade and searching for the range value of satisfaction level. The results showed that the level of dissatisfaction was higher than the website user satisfaction value of 60%. Therefore, the researchers recommend website managers prioritize and improve some attribute items that are included in the One-Dimensional (O) classification and maintain the attribute items in the Attractive (A) classification.

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk melakukan tahapan evaluasi yang secara rutin wajib dilaksanakan dalam setiap ekosistem hidup sistem informasi. Objek penelitian adalah website Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS). Penelitian ini diawali dengan tahapan wawancara dan observasi objek, penelitian kemudian dilanjutkan dengan penyusunan rancangan kuesioner menggunakan metode webqual 4.0 dengan tiga indikator yaitu usability quality (UQ), information quality (IQ), dan Service Interaction Quality (IT). Pada tahapan analisis data menggunakan model kano untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna website. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden. Analisis kano diawali dengan pengelompokan berdasarkan klasifikasi kelas kano Attractive (A), One dimensional (O), Must be (M), dan Indifferent (I). Dilanjutkan dengan penentuan grade dan pencarian nilai rentang tingkat kepuasan. Hasil penelitian menunjukan tingkat ketidakpuasan lebih tinggi dari nilai kepuasan pengguna website sebesar 60%. Maka peneniliti merekomendasikan bagi pengelola website supaya memprioritaskan dan meningkat beberapa item atribut yang masuk dalam klasifikasi One Dimensional (O) dan menjaga item atribut yang ada dalam klasifikasi Attractive (A).

**Kata Kunci** – Evaluasi Website, Usability, Webqual 4.0, Model Kano

## I. PENDAHULUAN

Evaluasi adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan

---

\*) penulis korespondensi: M Iqbal Mustofa  
Email: iqbal@stkipnurulhuda.ac.id

dengan tujuan menguji serta menilai sebuah sistem informasi untuk memastikan bahwa sistem telah berjalan seperti yang diharapkan dan memenuhi kebutuhan penggunanya [1]. Sepanjang siklus desain pengembangan sistem informasi pelaksanaan evaluasi harus secara terus menerus dilakukan supaya masalah-masalah besar yang nantinya akan ditimbulkan akibat sistem yang tidak tepat guna dapat dihindari sejak dini. Wujud dari adanya perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) sebuah sistem informasi adalah adanya pelaksanaan tahapan evaluasi yang dilakukan secara berkesinambungan.

Pada era kompetitif dan sarat dengan nuansa inovatif saat ini hadirnya sebuah sistem yang selalu *up-to-date* (terkini) adalah sebuah keharusan, sistem informasi harus terus berinovasi agar tidak kalah saing dengan yang lain sehingga sistem informasi yang kita ciptakan tetap menjadi pilihan diantara banyaknya pilihan sistem informasi yang ada saat ini. Selain itu, pelaksanaan evaluasi yang dilakukan secara rutin juga bertujuan untuk mengetahui sejauh mana keberhasilan dari penerapan sebuah *website* yang berfungsi sebagai alat untuk menyajikan informasi dan layanan publik.

Evaluasi sebuah sistem informasi secara garis besar dapat dilakukan dengan dua cara, yang pertama evaluasi dengan melibatkan para ahli, evaluasi ini dilakukan pada tahap perencanaan sebelum sistem informasi diluncurkan. Kedua adalah evaluasi dengan melibatkan pengguna, yang dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama dengan studi laboratorium yaitu dengan cara mengumpulkan beberapa pengguna dalam satu ruangan atau laboratorium untuk mengikuti tes program dan dikontrol oleh beberapa orang. Kedua dengan studi lapangan yaitu membawa perancang atau evaluator ke pengguna agar bisa mengamati sistem yang sedang berjalan kemudian pengguna akan memberikan penilaian terhadap sistem tersebut.

Pada penelitian ini menggunakan sebuah sistem informasi berbasis *website* sebagai objek penelitian yaitu *website* Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS). Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) adalah sebuah *website* yang berisi informasi-informasi komoditas harga pangan yang ada di seluruh Indonesia kepada masyarakat sebagai upaya kebijakan pemerintah untuk menjaga stabilitas harga pangan bahan pokok yang mempunyai dampak yang minimal terhadap inflasi. *Website* Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS). Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) dengan melibatkan PT. Gamatechno Indonesia sebagai pihak pengembang *website*. Sejak peluncurannya tahun 2014 *website* ini belum pernah diadakan evaluasi sehingga tingkat penerimaan dan pemanfaatan secara tepat guna yang dirasakan oleh masyarakat belum sama sekali dimengerti. Padahal dalam rencana pengembangan kedepan

*website* ini akan dilengkapi dengan sebuah fitur yang dapat mendorong partisipasi masyarakat luas (*public engagement*) untuk turut serta memantau perkembangan harga komoditas pangan di daerah.

Evaluasi yang dilakukan dalam penelitian adalah evaluasi yang langsung melibatkan pengguna dikarenakan pada umumnya sebuah keberhasilan *website* dapat diukur berdasarkan aspek kegunaan (*usability*), aspek *usability* adalah aspek yang mengarah pada tingkat pemahaman penggunaan ketika mudah mempelajari dan menggunakan *website* untuk mencapai tujuan dan kepuasan pengguna [2]. Tolak ukur dari kualitas sebuah *website* ditentukan dari sisi *usability* (kegunaan) sehingga dapat menentukan apakah *website* Pusat Informasi Harga Pangan Strategis ini dapat diterima oleh pengguna serta digunakan dalam jangka waktu yang Panjang [3]. Berdasarkan hasil evaluasi nantinya akan ditemukan beberapa permasalahan yang akan menjadi prioritas untuk menjadi point yang harus diperbaiki dan dipertahankan [4].

Teori evaluasi *usability website* yang menitik beratkan pada persepsi pengguna dikenal sebuah metode yang disebut dengan metode *webqual* (*webqual metode*). Metode *webqual* merupakan metode yang digunakan untuk pelaksanaan evaluasi terhadap *website* yang langsung berdasarkan pengguna. *Webqual* tersusun dari beberapa pertanyaan yang nantinya akan dijawab dan diberikan penilaian oleh pengguna, butir penilaian tersebut terfokus pada tiga dimensi utama yaitu kualitas kegunaan (*usability quality*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas layanan (*service interaction quality*) [5].

Berdasarkan beberapa penjabaran latar belakang diatas maka penelitian ini bertujuan untuk melaksanakan tahapan evaluasi terhadap *website* Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS). Evaluasi ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat keterimaan *website* menurut para pengguna menggunakan tiga indikator yang ada dalam metode *webqual* 4.0. Setelah evaluasi ini dilaksanakan nantinya dapat ditemukan beberapa fitur yang harus terus dipertahankan dan temuan fitur yang harus dilakukan perbaikan dalam masa yang akan datang.

## II. PENELITIAN YANG TERKAIT

Penelitian tentang *usability testing* sebuah sistem informasi sebelumnya pernah dilaksanakan oleh alfiqie dkk. Peneliti mengadakan pengujian terhadap aplikasi layanan transportasi *online* UBER di wilayah kota Surabaya [2]. Penelitian alfiqie memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang dilaksanakan ini bertujuan untuk mengukur seberapa besar tingkat kegunaan sebuah aplikasi, dalam penelitian Alfiqie menggunakan empat aspek *usability* yaitu: *Learnability*, *Efficiency*, *Error*, dan *Satisfaction*. Selain itu penelitian alfiqie mempunyai luaran yang sama dengan penelitian yang sedang dilaksanakan ini yaitu adanya rekomendasi serta saran perbaikan yang bersumber dari data isian kuesioner pengguna. Namun perbedaan terdapat pada metode analisis perhitungan yang digunakan, dalam penelitian alfiqie menggunakan metode *success rate* dan dalam penelitian ini menggunakan metode kano model.

Penelitian tentang kualitas layanan dan kepuasan pelanggan juga pernah dilakukan oleh Wijaya [6]. Penelitian

Wijaya menggunakan metode *webqual* 4.0 dan Teknik analisis data dengan SEM dan IPA. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kualitas layanan melalui analisis gap antara persepsi pengguna dengan performa dari layanan yang diberikan. Penelitian Wijaya ini menjadi salah satu rujukan penelitian sebagai dasar tinjauan pustaka tentang teori *webqual* 4.0 serta tahapan penelitian yang dilaksanakan.

Salah satu tahapan analisis data penelitian Wijaya menggunakan metode IPA (*Importance-Performance Analysis*) yang mempunyai kemiripan dengan metode kano yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sama-sama atribut akan diletakkan dalam kuadran menurut hasil penilaian namun yang menjadi pembeda adalah jika dalam IPA letak posisi kuadran ditentukan oleh gap antara persepsi pengguna dengan pengalaman pengguna terhadap performa yang diberikan. Kelas kano peletakan kuadran adalah hasil dari klasifikasi kano dan penilaian pengguna bahwa seberapa penting layanan itu ada dan diberikan kepada pengguna.

Penelitian bertema analisis dan evaluasi juga pernah dilaksanakan oleh Syam dalam artikel ilmiahnya. Penelitian Syam mengkolaborasi metode *Electronic Service Quality* (*e-SQ*) dengan model kano [7]. Metode *e-SQ* ini adalah salah satu metode pengukuran layanan yang digunakan untuk evaluasi terhadap layanan *website e-commerce* dengan menggunakan 11 indikator: *reliability*, *responsiveness*, *access*, *flexibility*, *ease of navigation*, *efficiency*, *information quality*, *security/privacy*, *price knowledge*, *site aesthetics*, *customization/personalization*. Kano sebagai alat analisis data penelitian yang memberikan rekomendasi fitur apa saja yang hendaknya menjadi prioritas untuk meningkatkan kualitas layanan *website e-commerce*.

Analisis metode kano untuk memberikan klasifikasi prioritas layanan menurut pengguna yang dikombinasikan dengan metode *Servqual* yang dilakukan oleh peneliti rasyid berhasil mengidentifikasi layanan dalam kelas kano sehingga menjadi rekomendasi layanan yang benar-benar pengguna butuhkan (*True Customer Needs*) pada layanan *e-Warong* yang digagas oleh Kementerian Sosial untuk memfasilitasi pelayanan Dana Bantuan Sosial Non-Tunai [8].

## III. METODE PENELITIAN

### A. Tahapan Pertama

Tahapan pertama yang dilaksanakan pada penelitian ini adalah observasi dan wawancara. Observasi dilakukan dengan mengunjungi langsung *website* Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) di alamat url *hargapangan.id*, observasi dimaksudkan untuk melihat tampilan *website* serta layanan yang saat ini diberikan dari *website* tersebut.

Tahapan wawancara dilaksanakan dengan melibatkan pihak pengembang yaitu PT. Gamatechno Indonesia dimaksudkan untuk mendapatkan data perkembangan dan penerapan dari *website* Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS).

### B. Metode Pengumpulan Data

Metode *webqual* 4.0 adalah metode yang digunakan dalam pembuatan kuesioner guna pengumpulan data pada penelitian ini. Metode *webqual* 4.0 merupakan metode yang digunakan untuk pelaksanaan evaluasi terhadap *website* berdasarkan penilaian pengguna. *Webqual* tersusun dari

beberapa pertanyaan yang nantinya akan dijawab dan diberikan penilaian oleh pengguna, butir penilaian tersebut terfokus pada tiga dimensi utama yaitu kualitas kegunaan (*usability quality*), kualitas informasi (*information quality*), dan kualitas layanan (*service interaction quality*). Butir pertanyaan yang digunakan disajikan dalam tabel.1 berikut :

TABEL 1  
KUESIONER WEBQUAL 4.0

Dimensions	Question
Usability	<i>I find the site easy to learn to operate</i>
	<i>My interaction with the site is clear and understandable</i>
	<i>I find the site easy to navigate</i>
	<i>I find the site easy to use</i>
	<i>The site has an attractive appearance</i>
	<i>The design is appropriate to the type of site</i>
	<i>The site conveys a sense of competency</i>
	<i>The site creates a positive experience for me</i>
Information Quality	<i>Provides accurate information</i>
	<i>Provides believable information</i>
	<i>Provides timely information</i>
	<i>Provides relevant information</i>
	<i>Provides easy to understand information</i>
	<i>Provides information at the right level of detail</i>
	<i>Presents the information in an appropriate format</i>
Service Interaction	<i>Has a good reputation</i>
	<i>It feels safe to complete transactions</i>
	<i>My personal information feels secure</i>
	<i>Creates a sense of personalization</i>
	<i>Conveys a sense of community</i>
	<i>Makes it easy to communicate with the organization</i>
	<i>I feel confident that goods/services will be delivered as promised</i>

Setiap butir pertanyaan asli dari metode webqual 4.0 akan dibagi menjadi dua kategori pertanyaan antara pertanyaan fungsional dan pertanyaan disfungsional, pertanyaan fungsional adalah jenis pertanyaan tentang seberapa ukuran kinerja fungsi tersebut diterapkan dalam sistem, dan pertanyaan disfungsional adalah jenis pertanyaan tentang fungsi yang tidak dijalankan oleh sistem. Responden akan diberikan opsi jawaban sejumlah lima opsi jawaban dari setiap butir pertanyaan, atau dengan kata lain opsi jawaban adalah *grade point* yang diberikan oleh pengguna berdasarkan fitur layanan yang diberikan oleh *website* Pusat Informasi

Harga Pangan Strategis (PIHPS). Pilihan opsi jawab yang diberikan setiap butir pertanyaan adalah: *Like, Must Be, Neutral, Tolerate, dan Dislike*.

C. Metode Analisis Data

Analisis data penelitian ini menggunakan metode Kano Model yang dikembangkan oleh Dr. Noriaki Kano. Model ini bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun layanan berdasarkan seberapa baik produk atau layanan tersebut mampu memuaskan kebutuhan pengguna. Atribut-atribut layanan dapat dibedakan menjadi Enam Kategori yaitu: (1) *attractive (excitement needs)*, (2) *one dimensional (performance needs)*, (3) *must be (basic needs)*, (4) *indifferent*, (5) *reverse*, dan (6) *questionable* [9].

Klasifikasi *must be quality*, atribut yang masuk kategori ini adalah pengguna tidak akan merasa puas jika karakteristiknya tidak ada, tetapi jika karakteristik ini tersedia tingkat kepuasan pengguna (*user*) juga tidak akan mengalami kenaikan diatas nilai netral meskipun sifatnya terpenuhi. *One dimensional (O)*, tingkat kepuasan pengguna (*user*) secara linier terkait dengan tingkat ketersediaan karakteristik ini. *Attractive (A)*, tingkat kepuasan pengguna akan meningkat jika karakteristik ini disediakan atau ditingkatkan tetapi jika karakteristik ini tidak tersedia tidak akan berpengaruh pada level kepuasan pengguna. terjadi jika ada maupun tidaknya layanan tidak akan memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen. Secara grafik visual klasifikasi-klasifikasi tersebut tergambar dalam gambar 1.



Gambar 1. Klasifikasi Kelas Kano

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Responden Penelitian

Penentuan jumlah responden dalam penelitian ini menurut teori Nares K Malhotra yaitu jumlah banyaknya responden adalah empat kali dari jumlah butir pertanyaan dalam kuesioner [10]. Responden dalam penelitian ditentukan dari hasil empat kali lipat butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Pada metode webqual 4.0 jumlah pertanyaan sebanyak 20 butir jadi jumlah responden sebanyak 100 responden. Demografi dari responden yang digunakan dalam penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

TABEL 2  
DEMOGRAFI RESPONDEN

No	Klasifikasi	Pengukuran	Jumlah	Presentase
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	28	28%
		Perempuan	72	72%
			100	100%
2	Pekerjaan	Pedagang Pasar	28	28%
		Ibu Rumah Tangga	27	27%

		Wiraswasta	18	18%
		Guru / PNS	27	27%
			100	100%
3	Usia	25 – 30 Tahun	43	43%
		31 – 35 Tahun	38	38%
		36 – 40 Tahun	19	19%
			100	100%
4	Pemakaian Internet	< 1 Jam	30	30%
		2 – 5 Jam	60	60%
		6 – 10 Jam	10	10%
		> 10 Jam	0	0%
			100	100%

Variabel	Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keputusan
n Pengguna)				
User Loyalty (Loyalitas Pengguna)	CL1	0.596	0,196	VALID
	CL2	0.612	0,196	VALID
	CL3	0.651	0,196	VALID
	CL4	0.598	0,196	VALID
	CL5	0.688	0,196	VALID

**B. Uji Validitas dan Reabilitas**

Uji validitas dimaksudkan untuk melakukan pengecekan apakah kuesioner yang dibuat dapat dipahami oleh responden, dan biasanya digunakan untuk menghitung korelasi skor butir instrument dan skor total kuesioner [11]. Butir pertanyaan yang dinilai valid adalah butir kuesioner yang mempunyai nilai *r* tabel (*koefisien korelasi sederhana*) dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 untuk pengujian dua arah,  $df = n-2$  atau  $100 - 2 = 98$ , maka didapat nilai *r* tabel = 0,196. Hasil uji validitas kuesioner ditunjukkan pada tabel 3.

Pada tabel tersebut menunjuk bahwa setiap butir pertanyaan kuesioner metode webqual 4.0 ini mempunyai nilai kolersi lebih dari *r* tabel 0,196, maka dengan hasil nilai tersebut dapat dibuktikan bahwa setiap butir pertanyaan bernilai valid.

Uji kuesioner yang selanjutnya adalah dengan melaksanakan uji reabilitas. uji reabilitas ini dimaksudkan untuk melihat dan membuktikan apakah kuesioner yang digunakan ini bisa digunakan lebih dari satu kali. Pengujian reabilitas menggunakan metode *Cronbach Alpha*, butir kuesioner yang memiliki nilai *Cronbach Alpha* diatas 0,60 dinyatakan diterima atau memiliki nilai reabilitas yang baik. Hasil dari uji reabilitas butir kuesioner disajikan dalam tabel 4 berikut:

TABEL 3  
HASIL UJI VALIDITAS

Variabel	Pertanyaan	r <sub>hitung</sub>	r <sub>tabel</sub>	Keputusan
Usability (Kegunaan)	U1	0.699	0,196	VALID
	U2	0.590	0,196	VALID
	U3	0.612	0,196	VALID
	U4	0.335	0,196	VALID
	U5	0.632	0,196	VALID
	U6	0.723	0,196	VALID
	U7	0.693	0,196	VALID
	U8	0.576	0,196	VALID
Informasi (Kualitas Informasi)	IF1	0.568	0,196	VALID
	IF2	0.656	0,196	VALID
	IF3	0.575	0,196	VALID
	IF4	0.667	0,196	VALID
	IF5	0.475	0,196	VALID
	IF6	0.524	0,196	VALID
	IF7	0.576	0,196	VALID
Interaksi (Kualitas Interaksi)	IT1	0.681	0,196	VALID
	IT2	0.654	0,196	VALID
	IT3	0.586	0,196	VALID
	IT4	0.606	0,196	VALID
	IT5	0.612	0,196	VALID
Kepuasan (Kepuasan Pengguna)	CS1	0.610	0,196	VALID
	CS2	0.735	0,196	VALID
	CS3	0.789	0,196	VALID
	CS4	0.687	0,196	VALID

TABEL 4  
HASIL UJI REABILITAS KUESIONER

Variabel	Cronbach's Alpha	Batas r	Keputusan
Usability (Kegunaan)	0.75	0.60	Reliabel
Information Quality (Kualitas Informasi)	0.60	0.60	Reliabel
Interaction Quality (Kualitas Interaksi)	0.612	0.60	Reliabel
User Satisfaction (Kepuasan Pengguna)	0.66	0.60	Reliabel
User Loyalty (Loyalitas Pengguna)	0.610	0.60	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas bahwa hasil dari pengujian reabilitas setiap variabel indikator dalam webqual mempunyai

hasil angka diatas 0.6, maka dari itu dapat disimpulkan bahwa instrument dalam penelitian ini *reliable* atau handal.

C. Analisis Kano

Analisi kano ini dilakukan setelah pengumpulan data hasil penyebaran kuesioner, langkah awal yang dilakukan adalah mengelompokkan hasil jawaban responden kedalam kelompok tabel klasifikasi kano pada tabel 5. Jawaban berdasarkan pertanyaan *fungsional* dan *disfungsional*.

TABEL 5  
KLASIFIKASI KELAS KANO

Quality characteristics	Disfungsional					
	Like	Must Be	Neutral	Tolerate	Dislike	
Fungsional	Like	Q	A	A	A	O
	Must Be	R	I	I	I	M
	Neutral	R	I	I	I	M
	Tolerate	R	I	I	I	M
	Dislike	R	R	R	R	Q

Berdasarkan jawaban responden sejumlah 100 maka diperoleh klasifikasi menurut kelas kano sebagai berikut:

TABEL 6  
HASIL KLASIFIKASI KANO

Item	A	M	O	I	Q	R	Total
U1	0	18	41	40	0	1	100
U2	42	35	12	11	0	0	100
U3	47	35	7	10	0	1	100
U4	4	47	34	15	0	0	100
U5	2	26	27	45	0	0	100
U6	3	30	27	40	0	0	100
U7	1	12	29	57	0	1	100
U8	9	40	25	15	2	9	100
IF1	6	38	40	16	0	0	100
IF2	20	32	20	26	1	1	100
IF3	12	34	26	27	0	1	100
IF4	22	30	23	25	0	0	100
IF5	7	42	29	20	1	1	100
IF6	31	18	11	39	0	1	100
IF7	30	16	5	47	0	2	100
IT1	25	10	16	40	7	2	100
IT2	15	5	21	50	0	0	100
IT3	0	58	19	21	2	0	100
IT4	3	28	31	35	2	1	100
IT5	1	22	32	43	0	2	100

Setelah jawaban responden berhasil dikelompokkan menurut tabel klasifikasi kano tahapan selanjutnya adalah penentuan grade kano bagi masing-masing butir pertanyaan. Pemberian grade berdasarkan beberapa ketentuan sebagai berikut: 1) apabila nilai klasifikasi O+A+M lebih besar dari nilai I+R+Q maka *grade* kano ditentukan dari nilai yang paling tinggi diantara kategori O / A / M. 2) apabila nilai klasifikasi O+A+M lebih kecil dari I+R+Q maka *grade* kano ditentukan dari nilai yang paling tinggi diantara kategori I / R / Q, dan 3) apabila nilai klasifikasi A+M+O = R+Q+I maka *grade* kano ditentukan dari nilai yang paling tinggi dari semua kategori O / A / M / I / R / Q. Maka dari beberapa ketentuan penilaian tersebut berhasil menghasilkan pemberian *grade* yang disajikan dalam tabel 7 berikut.

TABEL 7  
PEROLEHAN GRADE KANO

Item	A+M+O	R+Q+I	Total	Grade
U1	59	41	100	O
U2	89	11	100	A
U3	89	11	100	A
U4	85	15	100	M
U5	55	45	100	O
U6	60	40	100	M
U7	42	58	100	I
U8	74	26	100	M
IF1	84	16	100	O
IF2	72	28	100	M
IF3	72	28	100	M
IF4	75	25	100	M
IF5	78	22	100	M
IF6	60	40	100	A
IF7	51	49	100	A
IT1	51	49	100	A
IT2	84	16	100	I
IT3	77	23	100	M
IT4	62	38	100	O
IT5	55	45	100	O

Berdasarkan hasil penetapan *grade* kano pada tabel 7 diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa ada lima item yang masuk dalam kategori *attractive* (A) artinya adanya item ini menjadi daya tarik bagi pengguna. Lima item masuk kategori *one dimensional* (O), item yang sangat perlu dijaga karena tingkat kepuasan sebanding lurus dengan kinerjanya. Delapan item yang masuk dalam kategori *Must Be* (M) pengguna menilai bahwa adanya item ini adalah sebuah keharusan. Dua item yang tidak menjadi perhatian pengguna yaitu atribut dengan kategori *indifferent* (I).

Menghitung nilai indeks kepuasan dan ketidakpuasan pengguna *website* dengan menggunakan analisis model kano bisa menggunakan rumus *Customer Satisfaction* (CS) dan *Customer Dissatisfaction* (CD) dibawah.

$$CS = \frac{A + O}{M + O + A + I} \tag{1}$$

$$CD = \frac{M + O}{M + O + A + I} \tag{2}$$

Indeks kepuasan pengguna mempunyai rentang nilai 0 – 1, nilai 1 atau yang mendekati nilai satu artinya pelanggan memiliki nilai kepuasan yang besar dan nilai 0 adalah nilai kepuasan yang jelek atau pengguna tidak puas [12]. Tingkat kepuasan secara menyeluruh bisa dilihat dalam tabel 8 dibawah .

TABEL 8.  
INDEKS KEPUASAN PENGGUNA

NO	NILAI	KETERANGAN
1	0,00 – 0,34	Tidak Puas
2	0,35 – 0,50	Kurang Puas
3	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4	0,66 – 0,80	Puas

5	0,81 – 1,00	Sangat Puas
---	-------------	-------------

Berdasarkan acuan dari tabel 8 dan proses perhitungan dari rumus *Customer Satisfaction (CS)* dan *Customer Dissatisfaction (CD)* maka dapat dikatakan bahwa pengguna website Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) dinyatakan tidak puas karena data menunjukkan tingkat ketidakpuasan pengguna (*CD*) berada pada angka 0,65 data ini lebih tinggi dari data tingkat kepuasan pengguna yang berada dalam angka 0,50.

## V. KESIMPULAN

Penelitian ini memeberikan kesimpulan bahwa tingkat kepuasan pengguna *website* Pusat Informasi Harga Pangan Strategis (PIHPS) sangat rendah. Berdasarkan analisis model kano tingkat ketidakpuasan pelanggan (*Customer Dissatisfaction*) sebesar 65 %. Maka hasil penelitian ini memberikan rekomendasi bagi pengelola *website* untuk terus menjaga dan meningkatkan performa beberapa item terutama yang masuk kedalam klasifikasi atribut *One dimensional (O)* karena jika performa dari layanan ini meningkat maka akan meningkat pula kepuasan pengguna. layanan ini seperti informasi yang harus selalu *up-to-date* memberikan informasi harga terkini sehingga masyarakat (pengguna) agar pengguna tidak memilih rekomendasi dari yang lain.

Selain itu pengelola *website* juga harus menjaga ketersediaan dan performa yang wajib ada dalam *website* yang masuk dalam klasifikasi *Must be (M)*, seperti menambahkan kolom saran atau umpan pertanyaan agar pengunjung juga bisa berinteraksi. Karena pada saat ini *website* hanya sekedar memberikan informasi saja.

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. Dix, J. Finlay, G. D. Abowd, and R. Beale, *Human-Computer Interaction Ch. 9 Evaluation Techniques*. 2004.
- [2] N. Alfiaqie, M., Aknuranda, I. and Wardani, "Evaluasi Usability Pada Aplikasi UBER Menggunakan Pengujian Usability," *J. Pengemb. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 2, no. 9, pp. 2599–2606, 2018, [Online]. Available: <http://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/2367>.
- [3] G. I. Marthasari and N. Hayatin, "Evaluasi Heuristik Website berbasis Framework Sirius dengan Pengaturan Prioritas menggunakan Teknik Moscow," *J. Teknol. Inf. dan Ilmu Komput.*, vol. 7, no. 2, p. 267, 2020, doi: 10.25126/jtiik.2020701662.
- [4] H. Simatupang, S. Widowati, and R. R. Riskiana, "Evaluasi Website Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung Menggunakan Metode WEBUSE dan Importance-Performance Analysis (IPA)," vol. 7, no. 3, pp. 9804–9821, 2020.
- [5] D. Apriliani, M. Fikry, and M. J. Hutajulu, "Analisa Metode Webqual 4.0 dan Importance-Performance Analysis (IPA) Pada Kualitas Situs Detik.com," *J. Ilm. Merpati (Menara Penelit. Akad. Teknol. Informatika)*, vol. 8, no. 1, pp. 34–45, 2020, [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/merpati/article/view/58939>.
- [6] I. G. N. S. Wijaya, E. Triandini, E. T. G. Kabnani, and S. Arifin, "E-commerce website service quality and customer loyalty using WebQual 4.0 with importance performances analysis, and structural equation model: An empirical study in shopee," *Regist. J. Ilm. Teknol. Sist. Inf.*, vol. 7, no. 2, pp. 107–124, 2021, doi: 10.26594/register.v7i2.2266.
- [7] H. Syam *et al.*, "Analisis Kebutuhan Layanan Penjualan Online Dengan Menggunakan Model Kano Pada Website Perusahaan Startup Expert Course Analysis Of Sales Service Online Needs Using Kano Mode On Website Of," vol. 8, no. 2, pp. 2072–2076, 2021.
- [8] M. J. Rasyid, H. Amani, and S. Wulandari, "Analisis Kebutuhan

- [9] Layanan E-warong Menggunakan Integrasi Model Kano Dan Metode Service Quality," *eProceedings Eng.*, vol. 5, no. 2, pp. 2453–2460, 2018.
- [9] C. C. Tseng, "An IPA-Kano model for classifying and diagnosing airport service attributes," *Res. Transp. Bus. Manag.*, vol. 37, no. March, p. 100499, 2020, doi: 10.1016/j.rtbm.2020.100499.
- [10] Naresh K Malhotra, *Riset pemasaran pendekatan terapan*. Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- [11] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [12] Kasmawi, "Evaluasi Kualitas Layan Website Perguruan Tinggi Menggunakan Fuzzy Kano Model," *Teknosi*, vol. 02, no. 01, 2016.