PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KUALITAS SISTEM DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI OLX

Effects of Information Quality, System Quality and Service Quality on User Satisfaction with Olx applications

Novita Sari [1], Tri Indra Wijaksana, S.Sos., M.Si[2]

Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Novitasari@student.telkomuniversity.ac.id[1] , Triindra@telkomuniversity.ac.id [2]

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini persaingan bisnis berkembang semakin pesat. Seiring berjalannya waktu perkembangan bisnis mengambil peranan yang sangat penting dalam aktivitas kehidupan manusia. Saat ini di Indonesia salah satu jenis bisnis yang sedang berkembang pesat yaitu bisnis *e-commerce*. *E-commerce* adalah transaksi bisnis yang dilakukan menggunakan media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet antara organisasi dengan individu. Salah satu perusahaan *e-commerce* di Indonesia yang berbentuk C2C adalah Olx. Olx merupakan salah satu media yang menyediakan bagi para pengguna untuk memasang iklan untuk dapat dengan cepat menjual barangnya, sekaligus menjadi media bagi pembeli untuk mencari beragam produk barang bekas dan barang baru untuk kebutuhannya. seperti produk handphone murah, komputer, *fashion*, mobil bekas, motor, rumah dan properti, peralatan rumah tangga, aneka jasa, dan juga lowongan kerja. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui serta menganalisis "Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Olx"Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* jenis *sampling purporsive*, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik Analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variable kualitas informasi dengan nilai t hitung sebesar 3,756 > t tabel 1,6609dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Artinya kualitas informasi berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan pengguna aplikasi Olx. Pengaruh secara parsial, variable kualitas sistem dengan nilai t hitung sebesar 2,917 > t tabel 1,6609 dengan nilai signifikansi 0,004 < 0,05. Artinya kualitas sistem berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan pengguna aplikasi Olx. Dan pengaruh secara parsial kualitas layanan dengan nilai t hitung sebesar 4,626 > t tabel 1,6609 dengan nilai signifikansi 0,000 <

0,05. Artinya kualitas layanan berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan pengguna aplikasi Olx.Bedasarkan hasil Koefisiensi Determinasi besarnya pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan terhadap kepuasan penguna aplikasi Olx sebesar 51,3% sedangkan sisanya 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna

ABSTRACT

In the current era of globalization, business competition is growing rapidly. Over time, business development plays a very important role in the activities of human life. Currently in Indonesia, one type of business that is growing rapidly is the e-commerce business. E-commerce is a business transaction that is carried out using the internet media and devices integrated with the internet between organizations and individuals. One of the e-commerce companies in Indonesia that is in the form of C2C is Olx. Olx is a medium that provides users with advertisements to quickly sell their goods, as well as a medium for buyers to find a variety of used products and new goods for their needs. such as cheap cellphones, computers, fashion, used cars, motorbikes, houses and property, household appliances, various services, and also job vacancies.This study aims to determine and analyze "Effects of Information Quality, System Quality and Service Quality on User Satisfaction with Olx applications"This research uses quantitative methods with descriptive causality research. Sampling was done by non probability sampling method with purporsive sampling, with a total sample of 100 people. The data analysis technique used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis.Based on the results of research partially information quality variables with a t value of 3.756> t table 1.6609 with a significance value of 0.000 <0.05. This means that the quality of information significantly influences user satisfaction on the Olx application. Partial effect, the system quality variable with a t value of 2.917> t table 1.6609 with a significance value of 0.004 <0.05. This means that the quality of the system significantly influences user satisfaction on Olx applications. And the partial effect of service quality with a t value of 4.626> t table 1.6609 with a significance value of 0.000 <0.05. This means that service quality significantly influences user satisfaction on Olx applications.Based on the results of the coefficient of determination the magnitude of the influence of information quality, system quality and service quality on the satisfaction of Olx application users is 51.3% while the remaining 48.7% is influenced by other variables not explained in this study.

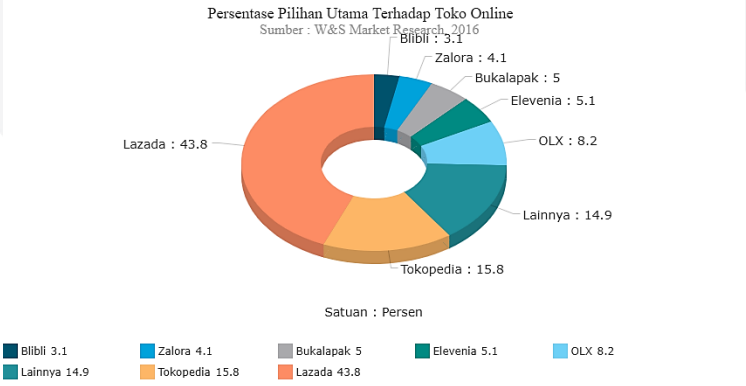
Keywords: Information Quality, System Quality, Service Quality, User Satisfaction

1. Pendahuluan

Pada era globalisasi saat ini persaingan bisnis berkembang semakin pesat. Seiring berjalannya waktu perkembangan bisnis mengambil peranan yang sangat penting dalam aktivitas kehidupan manusia. Saat ini di Indonesia salah satu jenis bisnis yang sedang berkembang pesat yaitu bisnis *e-commerce*. *E-commerce* adalah transaksi bisnis yang dilakukan menggunakan media internet dan perangkat-perangkat yang terintegrasi dengan internet antara organisasi dengan individu. Perkembangan industri *e-commerce* yang sangat cepat di Indonesia ditunjukkan dengan semakin banyak *onlineshop* dan *marketplace* yang muncul secara agresif (Mars Indonesia, 2017).

Pelaku e-commerce di Indonesia akan terus bertambah jumlahnya, hal ini diperkuat dengan adanya sejumlah survei yang dilakukan oleh lembaga riset teknologi informasi dan komunikasi dalam dan luar negeri. Hasil survei tersebut menyebutkan bahwa data sensus ekonomi 2016 dari Badan Pusat Statistika (BPS) menyebutkan, dalam sepuluh tahun terakhir ini e-commerce di Indonesia tumbuh sekitar 17% dengan total jumlah e-commerce mencapai angka 26,2 juta unit (liputan6.com). Dengan pertumbuhan tersebut, menyebabkan persaingan pada ecommerce yang semakin ketat

Olx merupakan salah satu situs online c*lassified* terbesar di Indonesia sebuah situs pasang iklan satu satunya di *e commerrce* di mana perseorangan ataupun perusahaan dapat membeli dan menjual produk serta jasa secara online. Olx juga menjadi tempat untuk mencari barang baru atau bekas berkualitas seperti produk handphone murah, komputer, *fashion*, mobil bekas, motor, rumah dan properti, peralatan rumah tangga, aneka jasa, dan juga lowongan kerja.



Gambar 1.1 Toko Online Paling Populer

Sumber: apjii.or.id

Berdasarkan data APJII pada gambar 1.1 pada halaman sebelumnya dilihat bahwa *e-commerce* Olx berhasil memasuki posisi 4 besar dengan jumlah pengunjung sebanyak 8,2% lebih dalam sebulan. Hal tersebut terbukti bahwa Olx merupakan salah satu *e-commerce* yang kurang diminati oleh masyarakat Indonesia.

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan pada aplikasi Olx Indonesia, terdapat beberapa *review* atau komentar dari pengguna yang menunjukkan bahwa adanya keluhan atas informasi, sistem dan layanan yang diberikan oleh Olx dengan memberikan rating rendah sehingga mempengaruhi citra Olx dimata pengguna yang lainnya. bahwa banyak keluhan yang dilontarkan saat menggunakan Aplikasi Olx, seperti yang dituliskan oleh salah seorang pengguna aplikasi Olx, Amin Sahputra bahwa aplikasi Olx sangat buruk dalam pelayanan, pasang ikan sering diblokir. Komentar lain juga diberikan oleh pengguna Arya Caneza yang menuliskan jika sistem pada aplikasi sering eror, mencari barang susah. Dengan masih banyaknya keluhan dan komplain mengenai kinerja aplikasi ini, menunjukkan bahwa Olx belum sepenuhnya memberikan informasi, sistem dan layanan yang maksimal terhadap pengguna aplikasi tersebut.

Kualitas informasi adalah kualitas yang berkaitan dengan jumlah, akurasi dan bentuk informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan pada sebuah situs web, Nusair et al. dalam Alhasanah dan Riyadi (2014). Kualitas sistem merupakan sebuah karakteristik yang dibutuhkan dari keutuhan sistem informasi. kualitas sistem juga mempengaruhi kualitas dari sistem informasi itu sendiri. Di dalam kualitas sistem, terdapat proses sistem informasi yang menunjukan hasil interaksi antara sistem individu dengan pengguna, Urbach dan Muller (2016). Kualitas layanan adalah hasil penilaian pelanggan atas seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan dari suatu layanan yang mereka terima dari penyedia layanan (perusahaan), baik penilaian itu secara sebagian maupun secara keseluruhan (Rasyid, 2017).

Dalam hal ini, penulis menggunakan strategi kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan pada aplikasi Olx untuk memberikan rasa aman dan jaminan bagi pengguna agar pengguna bisa melalukan transaksi berulang di *market online place* Olx. Peneliti melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas informasi di aplikasi Olx degan

menyebarkan kuesioner kepada 30 redponden yang telah menggunakan aplikasi Olx. Hasilnya yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1
Pra Survey Terhadap Pengguna Aplikasi Olx

Variable	Dimensi	Pernyataan	YA	TIDAK
Kualitas Informasi	Akurat	Informasi pada aplikasi Olx akurat	57%	43%
	Tepat waktu	Olx memberikan informasi tepat waktu	52%	48%
	Relevan	Informasi pada Olx mudah dipahami	52%	48%
Kualitas Sistem	Waktu respon	Apakah Olx cepat dalam menjawab keluhan penggunanya?	32%	68%
	Keandalan	Apakah Olx mempunyai fitur chat yang mudah di akses?	55%	45%
	Pemeliharaan	Apakah sistem Olx versi baru lebih baik dibanding versi sebelumnya?	57%	43%
	Kemudahan akses	Apakah aplikasi Olx versi baru mudah digunakan?	50%	50%
Kualitas Layanan	Asuransi	Apakah Olx memberi jaminan atau asuransi kepada pengguna Olx?	37%	63%
	Emphati	Apakah Olx mengenakan tarif bayar iklan dengan harga yang murah?	42%	58%
	Respon	Apakah Olx memberikan rasa nyaman terhadap penggunanya?	52%	48%
Kepuasan Pengguna	Kepuasan informasi	Bagaimana kesan anda setelah menggunakan aplikasi Olx. apakah memuaskan?	42%	58%
	Kepuasan menyeluruh	Apakan anda akan mengunjungi dan menjual produk kembali di website Olx?	40%	60%
	Kunjungan berulang	Apakah anda akan merekomendasikan aplikasi Olx kepada orang lain?	42%	58%

Sumber: Hasil Olahan Data Peneliti, (2019)

Tabel pra survey 1.1 menunjukkan hasil pra survey mengenai Kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan mendapatkan nilai yang kurang baik. Hal ini semakin menguatkan variabel kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan bisa mempengaruhi tingkat kepuasan pengguna. Sesuai penelitian sebelumnya oleh Suharno Pawirosumarto menjelaskan,

kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan mempunyai hubungan signifikan dan memiliki pengaruh positif pada kepuasan pengguna.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, permasalahan ini layak untuk diteliti dengan mengambil judul **"Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Olx"**

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pemasaran

Definisi pemasaran menurut Kotler dan Keller (2016:27) *"Marketing is the activity, set of institutions, and process for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for customers, client, partners, and society at large"*. Menurut Stanton (Priansa, 2017:2) menyatakan bahwa pemasaran adalah sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang yang memuaskan keinginan dan jasa, baik kepada konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Dari definisi para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran merupakan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menghantarkan nilai kepada pelanggan baik pelanggan saat ini maupun pelanggan potensial dan untuk mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan pihak konsumen.

2.2 *Electronic Commerce (E-commerce)*

Definisi *E commerce* menurut Kutz (2016:16) menyatakan *electronic commerce* yang umumnya ditulis sebagai *e-commerce* adalah perdagangan produk atau layanan menggunakan jaringan komputer seperti internet, yang mengacu pada teknologi seperti perdagangan seluler, transfer dana elektronik, pemrosesan transaksi online, pertukaran data elektronik dan sistem pengumpulan data otomatis. Menurut Laudon & Traver (2016:10) *E-commerce* adalah transaksi komersial secara digital antara organisasi serta individu

2.3 Kualitas

Menurut Kotler dan Keller (2016:156) kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan dan harapan dari konsumen. Goetsch dan Davis dalam Tjiptono (2016:115) mendefinisikan kualitas sebagai "kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Dari definisi para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan suatu kemampuan dari suatu produk untuk memenuhi kebutuhan kepuasan konsumen.

2.4 Kualitas Informasi

Menurut A.Rusdiana (2014:74) informasi merupakan suatu data atau objek yang diproses terlebih dahulu sedemikian rupa sehingga memiliki arti bagi penerimanya, yang selanjutnya menjadi pengetahuan bagi penerima tentang suatu hal tertentu yang membantu pengambilan keputusan secara tepat. Menurut Nusair et al. dalam Alhasanah dan Riyadi (2014) menyebutkan bahwa kualitas informasi adalah kualitas yang berkaitan dengan jumlah, akurasi dan bentuk informasi tentang produk dan jasa yang ditawarkan pada sebuah situs web.

2.5 Dimensi Kualitas Informasi

Menurut Tata Sutabri (2012:33-34), kualitas dari suatu informasi tergantung dari 3 hal, yaitu informasi harus akurat (*accurate*), tepat waktu (*timeliness*), dan relevan (*relevance*).

1. Akurat *(Accuracy)*

   Informasi harus bebas dari kesalahan – kesalahan dan tidak menyesatkan. Akurat juga berarti bahwa informasi harus jelas mencerminkan maksudnya.

2. Tepat waktu *(Timeliness)*

   Informasi yang datang kepada penerima tidak boleh terlambat. Informasi yang sudah usang tidak mempunyai nilai lagi, karena informasi merupakan suatu landasan dalam mengambil sebuah keputusan dimana bila pengambilan keputusan terlambat maka akan berakibat fatal untuk organisasi.

3. Relevan *(Relevance)*

   Informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya. Relevansi informasi untuk setiap orang berbeda. Menyampaikan informasi tentang penyebab kerusakan mesin produksi kepada akuntan perusahaan tentunya

2.6 Kualitas Sistem

Kualitas sistem adalah sebuah karakteristik yang dibutuhkan dari keutuhan sistem informasi. kualitas sistem juga mempengaruhi kualitas dari sistem informasi itu sendiri. Di dalam kualitas sistem, terdapat proses sistem informasi yang menunjukan hasil interaksi antara sistem individu dengan pengguna, Urbach dan Muller (2016).

2.7 Dimensi Kualitas Sistem

Dimensi yang digunakan dalam mengukur kualitas sistem mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh DeLone dan McLean (1992) dalam penelitian Young Moon Chae (2015) adalah sebagai berikut:

1. Waktu respon (*Response Time*)

   Waktu respon merupakan waktu yang dibutuhkan sistem untuk merespon pengguna untuk menjawab perintah yang dilakukan.

2. Keandalan (*Reliability)*

   Keandalan merupakan penerapan pada suatu perancangan pada komponen sehingga dapat melakukan tugasnya dengan baik dan tanpa kesalahan. Sebuah sistem yang dikatakan baik jika sistem tersebut terhindar dari kegagalan dan dapat berjalan sesuai apa yang dirancang atau dibuat. Keandalan sebuah sistem juga dapat dilihat dengan bagaimana sisrem tersebut dapat melakukan tugasnya pada kali pertama tanpa terdapat kesalahan

3. Pemeliharaan *(Maintenance)*

   Pemeliharaan atau *maintainability* merupakan suatu usaha yang diperlukan untuk memperbaiki kesalahan pada suatu sistem.

4. Kemudahan akses (*Eace of Access)*

   Kemudahan akses merupakan ukuran seberapa mudah manusia sebagai pengguna dalam mengakses sistem, sehingga menghasilkan *output* yang dibutuhkan pengguna

2.8 Kualitas Layanan

Menurut Kotler dan Keller (2018:143) menyatakan, “Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pengguna. menurut Tjiptono (2014:268) kualitas layanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen

2.9 Dimensi Kualitas Layanan

Menurut Susanti & Sunyoto (2015:288) mengungkapkan bahwa terdapat lima dimensi utama kualitas pelayanan:

1. *Assurance*

   Pengetahuan dan kesopanan penyedia sistem aplikasi dan kemapuan mereka untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.

2. *Empath*

   Komunikasi baik yang terjalin antara penyedia jasa aplikasi sistem informasi dengan pengguna dan perhatian petugas penyedia jasa aplikasi sistem informasi pada pengguna.

3. *Responsiveness*

   Kemauan penyedia sistem aplikasi untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Pelayanan yang baik ialah menyangkut sikap dan prilaku mau dan siap untuk memberikan pelayanan.

4. *Tangible*

   Kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan terbaik bagi pelanggan dan hal tersebut merupakan hal yang konkret. Artinya, kualitas tersebut dapat dilihat dan dirasakan secara langsung oleh pelanggan.

2.10 Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler dan Keller (2018:139) secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap harapan merekaMenurut Sophiah (2013: 180), menyatakan bahwa kepuasan pengguna adalah respon pengguna terhadap ketidak sesuaian antara kinerja yang diharapkan sebelumnya dan kinerja aktual yang diberikan dari pelayan yang telah dirasakan.

2.11 Dimensi Kepuasan Pengguna

Dimensi pada kepuasan pengguna dalam penelitian menurut DeLone dan McLean (2003) dalam penelitian Puspa (2017) yaitu:

1. Kepuasan Informasi

   Pengguna pada sistem informasi tersebut merasa puas terhadap informasi yang diberikan pada sistem informasi tersebut, apabila pengguna merasa percaya terhadap informasi yang diberikan.

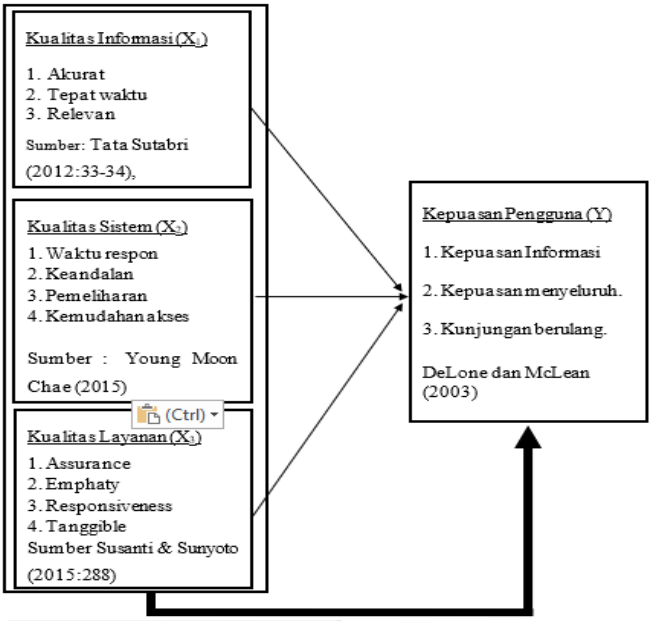
2. Kepuasan Menyeluruh

   Pengguna pada sistem informasi tersebut merasa puas terhadap sistem informasi yang disediakan oleh pengembang sistem apabila sistem informasi telah memenuhi kebutuhan sesuai yang pengguna inginkan baik mengenai kualitas sistem, kualitas informasi, maupun kualitas layanannya.

3. Kunjungan Berulang

   Kunjungan berulang akan dilakukan oleh pengguna, apabila pengguna merasa puas dalam menggunakan sistem informasi tersebut.

2.12 Kerangka Pemikiran



3. Metode Penelitian

3.1 Jenis Penelitian

Metode yang akan digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017:33), merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Populasi dan sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:136) wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, Populasi yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah Seluruh pengguna aplikasi OLX yang tidak diketahui jumlah nya.

3.2.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014:91) Sampel adalah bagian dari jumlah karakterisik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *nonprobability sampling.* Menurut Sugiono (2014:140) *nonprobability sampling* adalah teknik pengambulan sample yang tidak memberi peluangan atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sample. Yang digunakan peneliti yaitu menggunakan *sampling purporsive.* Menurut Sugiono (2014:122) *sampling purporsive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan yang dimaksud peneliti adalah

1. Pengguna yang telah lama menggunakan aplikasi Olx
2. Pengguna yang pernah mengunjungi aplikasi Olx
3. Pengguna yang pernah bertransaksi di Olx

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran persepsi 100 responden terhadap variable kualitas informasi, kualitas sistem dan variable kualitas layanan terhadap pengguna aplikasi OLX.

4.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Informasi

Berdasrkan analisis deskriptif dengan melihat tanggapan responden terhadap kuesioner yang berisikan pernyataan-pernyataan mengenai kualitas informasi Dimana kualitas Informasi diukur dengan beberapa dimensi yaitu akurat (*Accuracy*), tepat waktu *(Timeliness)* dan relevan *(Relevance)*. Setiap item pernyataan memiliki distribusi jawaban yang berbeda- beda, beberapa jawaban menunjukan respon yang tinggi dan beberapa jawaban menunjukan respon yang rendah dari karyawan. Dari hasil kuesioner tersebut, didapatkan persentase jumlah skor tertinggi dari dimensi tepat waktu dan relevan sebesar 60,6% dimana termasuk dalam kategori cukup baik. Artinya Sebagian besar pengguna aplikasi Olx merasa cukup puas dengan kualitas informasi aplikasi Olx.

4.2 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Sistem

Berdasrkan analisis deskriptif dengan melihat tanggapan responden terhadap kuesioner yang berisikan pernyataan-pernyataan mengenai kualitas . Dimana kualitas system diukur dengan beberapa dimensi yaitu waktu respon, keandalan, pemeliharaan dan kemudahaan akses. Setiap item pernyataan memiliki distribusi jawaban yang berbeda- beda, beberapa jawaban menunjukan respon yang tinggi dan beberapa jawaban menunjukan respon yang rendah dari karyawan. Dari hasil kuesioner tersebut, didapatkan persentase jumlah skor tertinggi dari dimensi keandalan sebesar 57,5% dimana termasuk dalam kategori cukup baik. Artinya Sebagian besar pengguna aplikasi Olx merasa cukup puas dengan kualitas sistem aplikasi Olx.

4.3 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Layanan

Berdasrkan analisis deskriptif dengan melihat tanggapan responden terhadap kuesioner yang berisikan pernyataan-pernyataan mengenai kualitas layanan. Dimana kualitas layanan diukur dengan beberapa dimensi yaitu *assurance, empathy, responsiveness dan tangible*. Setiap item pernyataan memiliki distribusi jawaban yang berbeda- beda, beberapa jawaban menunjukan respon yang tinggi dan beberapa jawaban menunjukan respon yang rendah dari karyawan. Dari hasil kuesioner tersebut, didapatkan persentase jumlah skor tertinggi dari dimensi ta*ngible* sebesar 58,6% dimana termasuk dalam kategori cukup baik. Artinya Sebagian besar pengguna aplikasi Olx merasa cukup puas layana yang diberikan Olx kepada pengguna.

4.4 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pengguna

Berdasrkan analisis deskriptif dengan melihat tanggapan responden terhadap kuesioner yang berisikan pernyataan-pernyataan mengenai kepuasan pengguna. Dimana kepuasan pengguna diukur dengan beberapa dimensi yaitu kepuasan informasi, kepuasan memyeluruh dan kunjungan berulang. Setiap item pernyataan memiliki distribusi jawaban yang berbeda-beda, beberapa jawaban menunjukan respon yang tinggi dan beberapa jawaban menunjukan respon yang rendah dari karyawan. Dari hasil kuesioner tersebut, didapatkan persentase jumlah skor tertinggi dari dimensi kepuasan menyeluruh sebesar 54,2% dimana termasuk dalam kategori cukup baik. Artinya Sebagian besar pengguna aplikasi Olx merasa cukup puas terhadap kepuasan informasi, kepuasan layanan yang diberikan Olx kepada pengguna.

4.5 Uji Normalitas

Uji normalitas menggunakan uji kolmogorov Smirnov yang sebelumnya data ordinal diubah menjadi data interval dengan *Method Successive interval (MSI).* Berdasarkan output pada SPSS dengan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov pada variabe $X_1X_2X_3$ terhadap Y

diketahui bahwa nilai kolmogorov-smirnov sebesar 0,76 > 0,05 dan Asymp. Sig (2-Tailed) sebesar 0,172 > 0,05, jadi dapat disimpulkan bahwa penelitian dengan jumlah sampel 100 pada variabel $X_1X_2X_3$ terhadap Y memiliki data berdistribusi normal dan telah memenuhi normalitas data.

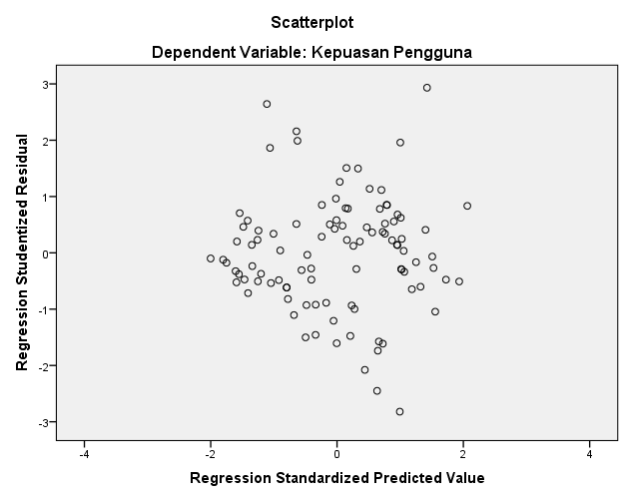
4.6 Uji Multikolinearitas

Pedoman suatu model regresi yaitu bebas multikol adalah dengan melihat *Variance Inflation Factor* (VIF) <10, dan jika VIF >10 maka variabel memiliki masalah multikol. Jika Tolerance > 0,1 maka variabel tidak memiliki masalah multikol dan jika Tolerance < 0,1 maka variabel memiliki masalah multikol. Pada tabel 4.7 dapat dilihat bahwa nilai VIF <10 dan Tolerance > 0,1 berarti tidak ditemukan masalah multikolinearitas dalam penelitian ini.

4.7 Uji Heterokedasitas

Heteroskedastisitas terjadi jika residual tidak memiliki varians yang konstan. Pemeriksaan terhadap gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat pola diagram pencar residual, yaitu selisih antara nilai Y prediksi dan Y observasi.

Terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokesdastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.



4.8 Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3156.910	3	1052.303	33.698	.000[b]
	Residual	2997.840	96	31.227		
	Total	6154.750	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Sistem, Kualitas Informasi

dapat dilihat F_{hitung} adalah 33,698 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ (33,698 > 2,70) dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Layanan secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pengguna aplikasi OLX.

4.9 Uji Parsial (Uji-T)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.772	1.975		.391	.697
	Kualitas Informasi	.315	.084	.322	3.756	.000
	Kualitas Sistem	.139	.048	.213	2.917	.004
	Kualitas Layanan	.264	.057	.400	4.626	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Variabel Kualitas Informasi (X_1) memiliki nilai t_{hitung} (3,756) < t_{tabel} (1,6609) dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari variabel Kualitas Informasi (X_1) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).Variabel Kualitas Sistem (X_2) memiliki nilai t_{hitung} (2,917) < t_{tabel} (1,6609) dan tingkat signifikansi 0,004 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari variabel Kualitas Sistem (X_2) terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Variabel Kualitas Layanan (X_3) memiliki nilai t_{hitung} (4,626) < t_{tabel} (1,6609) dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari variabel Kualitas Layanan (X_3) terhadap Kepuasan Pengguna (Y).

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi Olx maka, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis deskriptif, penerapan kualitas informasi yang dilakukan Olx termasuk dalam kategori cukup baik dengan persentase sebesar 59,96%. Hal ini menunjukan bahwa Olx cukup mampu memberikan informasi yang cukup baik bagi para penggunanya.
2. Berdasarkan analisis deskriptif, penerapan kualitas sistem yang dilakukan Olx termasuk dalam kategori cukup baik dengan persentase sebesar 54,61%. Hal ini menunjukan bahwa Olx cukup mampu memberikan sistem aplikasi yang cukup baik bagi para penggunanya.
3. Berdasarkan analisis deskriptif, penerapan kualitas layanan yang dilakukan Olx termasuk dalam kategori cukup baik dengan persentase sebesar 56,67%. Hal ini menunjukan bahwa Olx cukup mampu memberikan pelayanan yang cukup baik bagi para penggunanya.
4. Berdasarkan analisis deskriptif, penerapan kepuasan pengguna yang dilakukan Olx termasuk dalam kategori cukup baik dengan persentase sebesar 53%. Hal ini menunjukan bahwa Olx cukup sudah memberikan kepuasan bagi para penggunanya.
5. Pengaruh secara parsial, variable kualitas informasi dengan nilai t hitung sebesar 3,756 > t tabel 1,6609 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Jadi berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas informasi secara signifikansi terhadap kepuasan pengguna aplikasi Olx.
6. Pengaruh secara parsial, variable kualitas sistem dengan nilai t hitung sebesar 2,917 > t tabel 1,6609 dengan nilai signifikansi 0,004 < 0,05.. Jadi berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas sistem secara signifikansi terhadap kepuasan pengguna aplikasi Olx
7. Pengaruh secara parsial, variable kualitas layanan dengan nilai t hitung sebesar 4,626 > t tabel 1,6609 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Jadi berdasarkan hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan secara signifikansi terhadap kepuasan pengguna aplikasi Olx
8. Pengaruh secara simultan, Besarnya pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan terhadap kepuasan penguna aplikasi Olx yang dilihat dari nilai koefisien

determinasi (df) sebesar 51,3% sedangkan sisanya 48,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

5.2 Saran

Olx agar lebih menguatkan sistem aplikasi yang sudah dinyatakan cukup baik menurut tanggapan responden sehingga kedepannya bisa masuk dalam kategori sangat baik. Solusinya bisa dilakukan dengan cara memberikan kemudahan dalam menggunakan aplikasi Olx agar pengguna tidak merasa terlalu kesulitan dalam menggunakan aplikasi Olx dan menambah fitur fitur yang lebih canggih dan mudah digunakan oleh kalangan muda maupun Kalangan usia tua,

Daftar Pustaka

Azwar, & Amriani, T. N. (2015). *Pengujian Empiris Model Delone and Mclean Pada Sistem Pengadaan Barang/Jasa Secara Elektronik (Studi Kementrian Keuangan).* Kajian Akademis BPPK Tahun 2015.

Darmawan (2010). *Thesis "Pengaruh Pentingnya Sistem, Kualitas Sistem, dan Kualitas Informasi terhadap Kegunaan dan Kepuasan Pengguna dalam Pengembangan Sistem Informasi Manajemen Keuangan Daerah Kabupaten Sragen"*. Univesitas Sebelas Maret Surakarta.

DeLone, W.H. and E.R.Mc Lean. (1992). *Information System Success: The Quest for the Dependent Variable. 3(1). Retrieved from: Journal Infomation System Research.*

DeLone, W. H., and Mclean, E. R. (2003). *The DeLone McLean Model Of Information System Success: A Ten-Year Update. 19(4): 9-30. Retrieved from Journal of Management Information.*

Evan, Muhamad, (2018). *Pengaruh Kualitas sistem, Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna sistem informasi keuangan.* Universitas Telkom

Farhan, Muhammad. (2019). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Laporan Terhadap Kesuksesan Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah*. Universitas Telkom.

Habieb, Luqman (2015). *pengaruh kualitas informasi, kualitas system dan kualitas layanan aplikasi Rail Ticket System (RTS) terhadap kepuasan penguna*. Universitas Telkom

Hammoud, Jamil dkk. *(2018). The Impact of E-Banking Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence from the Lebanese Banking Sector, 2-12. Retrieved from Research Paper.*

Jeong, Hwa-Young dan Yoon-Ho Kim. (2012). A *System Software Quality Model Using DeLone and McLean Model and ISO/IEC 9126. International Journal of Digital Content Technology and its Applications (JDTCA*).

Khairul, Abdau. (2018). *Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pengguna sistem informasi keuangan daerah (Studi pada SKPD Pemerintah Kota Bandung tahun 2018*). Universitas Telkom

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. *Jilid I. Edisi ke 13*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta : Erlangga

Laudon, Kenneth C. Dan Traver, C. G. (2012*). E-commerce 2012: Business. Technology. Society. (8th ed). England: Pearson Education Limited*.

Olx.co.id (2017). *Tentang Kami Olx.co.id [online]*. Tersedia: https://help.olx.co.id/Hc/id/articles/213746523 [30 September 2019].

Puspa, Viliane. (2017). *Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Kualitas Layanan proses Her Registrasi terhadap Kepuasan Pengguna*. Universitas Telkom.

Rukmiyati, Ni M.S. 2016. *Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Kualitas Informasi, dan Perceived Usefulness pada Kepuasan Pengguna Akhir Software Akuntansi (Studi Empiris pada Hotel Berbintang di Provinsi Bali). E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis* Univ. Udayana: 115-142

Septianita, Winda dkk. (2014). *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna. E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*

Siregar, Syopian (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitan Sosial Kualitatif. Alfabeta*: Bandung.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. CV. Alfabeta*: Bandung.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV*.

Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru.*

Tan, D., Suyatno, & Aliyah, S. (2015). *Pengujian Kesuksesan Sistem Informasi Model Delone & Mclean pada Sektor Publik. University Research Colluqoium, 111–122.*

Urbach, N., & Müller, B. (2012). *The Updated DeLone and McLean Model of Information Systems Success. Information Systems Theory, 1, 1–18*