

## **BAB 2**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka dan Penelitian Terdahulu**

##### **1. Definisi Jasa**

Jasa merupakan sesuatu yang tidak dapat dilihat, tidak berwujud, cepat hilang namun dapat dirasakan dampaknya daripada dimiliki. Jasa atau layanan merupakan aktifitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. Menurut Dharmesta (dalam Rahmi, 2015) menyebutkan bahwa jasa adalah suatu kegiatan yang dapat berwujud maupun tidak berwujud yang dilakukan untuk melayani konsumen. Sedangkan Menurut Kotler (dalam Rahmi, 2015) jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Menurut Tjiptono (dalam Brian Farizal 2015) jasa mempunyai 4 karakteristik. Yaitu Tidak berwujud (tidak dapat dilihat, dirasakan), tidak terpisahkan, bermacam-macam (keragaman), dan sementara (tidak tahan lama). Karakteristik Jasa menurut Kotler dan Keller (dalam Rahmi, 2015) mengatakan bahwa perusahaan harus mempertimbangkan empat karakteristik jasa yaitu :

a. *Intangibility* (tidak berwujudnya jasa)

Jasa adalah perbuatan atau usaha. Jasa bersifat tidak nyata dalam arti tidak dapat disentuh, dilihat atau dirasakan sampai saat konsumsi.

b. *Intangibility* (tidak berwujudnya jasa)

Jasa adalah perbuatan atau usaha. Jasa bersifat tidak nyata dalam arti tidak dapat disentuh, dilihat atau dirasakan sampai saat konsumsi.

c. *Intangibility* (tidak berwujudnya jasa)

Jasa adalah perbuatan atau usaha. Jasa bersifat tidak nyata dalam arti tidak dapat disentuh, dilihat atau dirasakan sampai saat konsumsi.

d. *Intangibility* (tidak berwujudnya jasa)

Jasa adalah perbuatan atau usaha. Jasa bersifat tidak nyata dalam arti tidak dapat disentuh, dilihat atau dirasakan sampai saat konsumsi.

e. *Inseparability* (ketidakterpisahan jasa).

Maksudnya adalah jasa tidak dapat dipisahkan dari penyediannya,. Karena pelanggan turut hadir saat jasa itu diproduksi, interaksi penyedia jasa pelanggan merupakan sifat khusus dari pemasaran jasa. Baik penyedia jasa maupun pelanggan akan mempengaruhi hasil jasa.

f. *Variability* (Keragaman jasa).

Kualitas jasa sangat bervariasi tergantung dari siapa yang memberikan, kapan dan dimana diberikan.

g. *Perishability* (tidak tahan lama)

Suatu jasa tidak dapat disimpan untuk penjualan atau pemakaian yang akan datang. Oleh karena itu perusahaan jasa seringkali merancang strategi agar lebih baik menyesuaikan permintaan dan penawarannya.

Kualitas jasa adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen. Tjiptono (dalam Rahmi, 2015) menyatakan harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Konsumen dapat berpartisipasi aktif dalam mengkonsumsi jasa tersebut. produksi jasa dilakukan saat konsumen berhadapan dengan petugas sehingga pengawasan kualitas dilakukan dengan segera.

## 2. Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen. Maka kegiatan pemasaran dapat diartikan sebagai kegiatan manusia yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar. Pemasaran merupakan salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menarik minat masyarakat agar bersedia menggunakan atau membeli secara terus menerus produk barang atau jasa dari suatu perusahaan.

Menurut Tjiptono (dalam Hesty, 2018) Pemasaran berorientasi padapelanggan (lingkungan eksternal), dengan anggapan bahwa konsumen akan bersedia membeli produk-produk yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginannya serta memberikan kepuasan. Implikasinya, focus aktivitas pemasaran dalam rangka mewujudkan tujuan perusahaan. Yaitu berusaha memuaskan pelanggan melalui pemahaman perilaku konsumen secara menyeluruh yang dijabarkan dalam kegiatan pemasaran yang mengintegrasikan kegiatan-kegiatan fungsional lainnya. Carman (dalam Hesty, 2018) mengemukakan bahwa pemasaran merupakan proses dimana struktur permintaan terhadap produk dan jasa diantisipasi atau diperluas dan dipuaskan melalui konsepsi, promosi, distribusi, dan penukaran barang.

Kotler dan Keller (dalam Hesty, 2018) Promosi digunakan sebagai media komunikasi pemasaran yang menggambarkan *brand voice* untuk dijadikan alat membangun relasi dengan konsumen. Promosi menggunakan media internet sebagai alat pemasaran. Artinya juga menggunakan promosi dengan teknologi berbasis jasa. Pemasaran di internet atau *internet marketing*, dikenal juga sebagai web pemasaran, pemasaran *online*, web *advertising*, atau *e-marketing*, disebut sebagai pemasaran (umumnya promosi) produk atau jasa melalui internet.

Bauran pemasaran merupakan seperangkat alat yang dapat digunakan pemasar untuk membentuk karakteristik jasa yang ditawarkan kepada pelanggan Tjiptono (dalam Hesty, 2018). Strategi bauran pemasaran khususnya dibidang jasa merupakan pengembangan dari bauran pemasaran tradisional yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), distribusi (*place*), promosi (*promotion*). Dalam perkembangannya bertambah menjadi 7P dengan tambahan *People, Physical Evidence, Process, dan Customer Service*. Ketujuh elemen tersebut merupakan elemen bauran pemasaran yang diperuntukan untuk bidang jasa.

Konsep Pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses bagi perusahaan akan mengetahui adanya cara dan falsafah yang terlibat didalamnya, cara dan falsafah baru ini disebut konsep pemasaran (*marketing concept*). Tujuan utama konsep pemasaran adalah melayani konsumen dengan mendapatkan sejumlah laba, atau dapat diartikan sebagai perbandingan antara penghasilan dengan biaya yang layak. Ini berbeda dengan konsep penjualan yang menitikberatkan pada keinginan perusahaan Tjiptono (dalam Hesty, 2018). Falsafah dalam pendekatan penjualan adalah memproduksi sebuah pabrik, kemudian meyakinkan konsumen agar bersedia membelinya. Sedangkan pendekatan konsep pemasaran menghendaki agar manajemen menentukan keinginan konsumen terlebih dahulu, setelah itu baru melakukan bagaimana caranya memuaskan. Konsep pemasaran tersebut dibuat dengan menggunakan tiga faktor dasar yaitu :

- a. Saluran perencanaan dan kegiatan perusahaan harus berorientasi pada konsumen/pasar.
- b. Volume penjualan yang menguntungkan harus menjadi tujuan perusahaan dan bukannya volume untuk kepentingan volume itu sendiri.
- c. Seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dikoordinasikan dan diintegrasikan secara organisasi.

### 3. Mobile Application ( *Aplikasi Seluler* )

Aplikasi *mobile* adalah aplikasi yang memungkinkan anda melakukan mobilitas dengan menggunakan perlengkapan seperti PDA, telfon seluler atau *handphone*. Dengan menggunakan aplikasi *mobile* anda dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktifitas mulai dari hiburan, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, *browsing* dan lain sebagainya. Menurut Buyens (dalam Agus, 2018) aplikasi adalah satu unit perangkat lunak yang dibuat untuk melayani kebutuhan akan beberapa aktivitas. Misalnya termasuk perangkat lunak perusahaan, *software* akuntansi, perkantoran, grafis perangkat lunak dan pemutar media. Dapat disimpulkan bahwa aplikasi merupakan *software* yang berfungsi untuk melakukan berbagai bentuk pekerjaan atau tugas-tugas tertentu seperti penerapan, penggunaan dan penambahan data.

Kata *mobile* mempunyai arti bergerak atau berpindah. Sehingga aplikasi *mobile* menurut Rangsang Purnama (dalam Agus, 2018) adalah sebutan untuk aplikasi yang berjalan di *mobile device* yaitu sebuah program aplikasi yang dapat dijalankan atau digunakan walaupun pengguna berpindah-pindah dari suatu tempat ke tempat yang lain. Dengan menggunakan aplikasi *mobile* dapat dengan mudah melakukan berbagai macam aktifitas mulai dari hiburan, berjualan, belajar, mengerjakan pekerjaan kantor, *browsing* dan lain sebagainya. Sedangkan menurut Pressman dan Bruce (dalam Hesty, 2018) aplikasi *mobile* adalah aplikasi yang telah dirancang khusus untuk *platform mobile* (misalnya IOS, android, dan lain sebagainya).

Dalam banyak kasus, aplikasi *mobile* memiliki *user interface* dengan mekanisme interaksi unik yang disediakan oleh *platform mobile*, *interoperabilitas*. Dengan sumber daya berbasis web yang menyediakan akses ke beragam informasi yang relevan dengan aplikasi, dan kemampuan pemrosesan lokal untuk pengumpulan, analisis, dan format informasi dengan cara yang paling cocok untuk *platform mobile*. Selain itu aplikasi *mobile* menyediakan kemampuan penyimpanan persisten dalam *platform*. Maka

aplikasi mobile dapat diartikan sebagai sebuah program aplikasi yang dapat dijalankan atau digunakan walaupun pengguna berpindah-pindah tempat dari suatu tempat ketempat lainnya Purnama (dalam Agus, 2018)

#### 4. Kualitas Sistem

Kualitas sistem merupakan salah satu dimensi awal dalam model kesuksesan sistem informasi. Kualitas sistem mengukur kesuksesan teknis, yaitu akurasi dan efisiensi dari suatu sistem yang menghasilkan informasi. Kualitas sistem yang baik, yang ditunjukkan oleh manfaat output sistem, dapat berpengaruh terhadap tingkat penggunaan sistem DeLone dan McLean (dalam Yuyut Krisdiantoro dkk, 2018). Sebuah sistem yang menampilkan kualitas data dan kualitas sistem yang tinggi dapat memberikan keuntungan bersih untuk berbagai pemangku kepentingan, termasuk individu, kelompok individu dan organisasi Seddon (dalam Yuyut Kriadiantoro, 2018) Hal ini dapat membuat pengguna lebih memahami konteks dalam pengambilan sebuah keputusan, meningkatkan produktivitas pengambilan keputusan, dan mengubah cara orang dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

Kualitas sistem merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem itu sendiri. Yang mana kualitas sistem merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, dan kebijakan prosedur dari sistem informasi yang dapat menyediakan informasi kebutuhan pemakai. Kualitas sistem berarti kualitas dari kombinasi *hardware* dan *software* dalam sistem informasi dan fokusnya adalah kinerja dari sistem. Kualitas sistem mencerminkan karakteristik yang diinginkan dari kinerja sistem yang bersangkutan Urbach dan Mueller (dalam Listanto Tri Utomo dkk, 2017)

Instrumen yang digunakan dalam mengukur konstruk kualitas sistem diadopsi dari skala pengukuran yang dibangun dan digunakan. Yaitu kemudahan pengguna, keamanan data, waktu respon yang cepat, kemudahan dan kenyamanan akses, pemulihan, dan mudah dipelajari Oktavia (dalam

Liatanto Tri Utomo dkk, 2017). Sedangkan menurut Delone dan McLean (dalam Ridiyanto, 2015) indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas sistem yaitu :

a. Kemudahan Penggunaan (*ease to use*)

Suatu sistem dapat dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan sistem informasi tersebut.

b. Kecepatan Akses (*respon time*)

Kecepatan akses suatu sistem informasi merupakan salah satu kualitas dari sistem informasi. Jika sistem informasi memiliki kecepatan akses yang optimal maka layak untuk dikatakan bahwa sistem informasi yang diterapkan memiliki kualitas yang baik.

c. Keandalan Sistem (*Reliability*)

Sistem informasi yang berkualitas adalah sistem informasi yang dapat diandalkan. Jika sistem tersebut dapat diandalkan maka sistem informasi itu layak digunakan. Keandalan sistem informasi dalam konteks ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan.

d. Fleksibilitas (*Flexibility*)

Fleksibilitas suatu sistem informasi menunjukkan bahwa sistem informasi yang diterapkan tersebut memiliki kualitas yang baik. Fleksibilitas yang dimaksud adalah kemampuan sistem informasi dalam melakukan perubahan-perubahan kaitannya dengan memenuhi kebutuhan pengguna.

e. Keamanan (*security*)

Keamanan sistem dapat dilihat melalui program yang tidak dapat diubah-ubah oleh pengguna yang bertanggung jawab dan juga program tidak dapat terhapus jika terdapat kesalahan dari pengguna.

## 5. Kualitas Informasi

Secara umum informasi dapat didefinisikan sebagai data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya. Selain itu informasi juga merupakan sekumpulan data yang diproses sebagai tambahan pengetahuan untuk membantu pengambilan keputusan. DeLone dan McLean (dalam Listanto Tri Utomo dkk, 2017) menyatakan bahwa kualitas informasi mengukur kualitas *output* dari sistem informasi. Yaitu kualitas yang dihasilkan oleh sistem informasi, terutama dalam bentuk laporan-laporan (*report*).

Kualitas informasi sering digunakan sebagai kriteria untuk menilai fungsi kinerja sebuah sistem informasi. Kualitas informasi merupakan kualitas dari *output* yang dihasilkan Etezadi-Amoli dan Farhoomand (dalam Listanto Tri Utomo, dkk 2017) Mengatakan bahwa kualitas *output* (*quality of output*) yang diukur dengan akurasi informasi *output*, kemudian pemahaman *output*, kelengkapan informasi *output*, dan ketersediaan *output* ketika dibutuhkan. Merupakan salah satu faktor yang mendukung kinerja pengguna (*user performance*) dalam pengukuran *End User Computing Sastifaction* (EUCS). Kualitas Informasi, merupakan kualitas keluaran (output) berupa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan Indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas informasi adalah kelengkapan (*completeness*), penyajian informasi (*format*), relevan (*relevance*), akurat (*accurate*) dan ketepatan waktu (*timeliness*).

Kualitas informasi adalah tingkat dimana informasi memiliki karakteristik, isi, bentuk dan waktu yang memberikannya buat para pemakai akhir tertentu O'Briens ( dalam Agus Widodo dkk, 2016) suatu sistem aplikasi dari penggunaan TI harus dapat menyediakan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan/organisasi. Teknologi komunikasi berarti semua teknologi informasi yang mengandung semua teknologi komunikasi. Menurut Mcleod (dalam Agus Widodo dkk, 2016)



informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna bagi penerimaannya. Suatu informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri diantaranya kesesuaian, ketersediaan (available), relevan dan lengkap.

## **6. Kualitas Layanan**

Pelayanan pada dasarnya dapat dikatakan sebagai suatu tindakan dan perlakuan atau cara melayani orang lain untuk memenuhi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Kualitas layanan merupakan hasil perbandingan antara persepsi pengguna atas layanan yang mereka inginkan dan terima Parasuratman ( dalam Rezki, 2017). Menurut Kotler (dalam Rezki, 2017) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik.

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Kotler juga mengatakan bahwa perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Tingkat kepuasan konsumen atas suatu pelayanan dapat diukur dengan membandingkan antara harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diinginkannya dengan kenyataan yang diterimanya atau dirasakannya dalam arti, pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, disitulah tercipta nilai kepuasan yang maksimal (Kartika, 2015).

Tjiptono (dalam Rezki, 2017) mengatakan Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas

pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut :

- a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan
- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Dengan demikian kualitas layanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang secara nyata mereka terima atau peroleh. Dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan atau inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau *service* yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Dari definisi-definisi tentang kualitas pelayanan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan konsumen.

## **7. Pemakaian Aplikasi**

Pemakaian atau penggunaan adalah minat seseorang untuk memakai atau menggunakan suatu produk/jasa dengan alasan mendapatkan kemudahan, kenyamanan dan kepercayaan dalam menggunakan produk/jasa tersebut. Pengguna merupakan perilaku seseorang dalam menggunakan sebuah sistem informasi. Pengguna sistem informasi ini merupakan sebuah hasil keputusan dari seorang pengguna untuk menggunakan sebuah sistem informasi dalam rangka menyelesaikan tugasnya Delone dan Mclean (dalam Riyadi dkk, 2015).

Pemakaian suatu produk/jasa di dasarkan dengan minat Davis (dalam Riyadi dkk, 2015) minat merupakan perilaku yang didefinisikan sebagai tingkah dari seberapa kuat minat seseorang untuk melakukan suatu hal tertentu. Sedangkan menurut Kotler dan Killer (dalam Riyadi dkk, 2015) minat adalah suatu yang timbul setelah melihat rangsangan dari produk yang dilihatnya.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia penggunaan diartikan sebagai proses, cara pembuatan memakai sesuatu, pemakaian. Penggunaan sebagai aktifitas memakai sesuatu berupa barang dan jasa. Dalam penelitian ini yaitu minat dalam menggunakan aplikasi. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tjini dan Baridwan (2015) disebutkan bahwa minat merupakan salah satu aspek psikis manusia yang dapat mendorong untuk mencapai tujuan tertentu. Sehingga, jika seorang menilai adanya kemudahan, kebermanfaatan, kepercayaan dan keamanan yang dirasa dan dicapai dari penggunaan teknologi tersebut, disaat itulah akan mendatangkan minat menggunakannya lagi.

Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Riyadi dkk, 2015) keputusan pembelian/pemakaian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli/pemakaian dimana konsumen benar benar akan membeli/memakai. Berdasarkan tujuan pembelian/pemakaian, konsumen dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu konsumen akhir (individual) dan konsumen organisasional (konsumen industrial, konsumen antara, konsumen bisnis). Konsumen akhir terdiri atas individu atau rumah tangga yang tujuan akhirnya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau untuk konsumsi. Sedangkan konsumen organisasional terdiri atas organisasi, pemakai industry, pedagang, dan lembaga non profit yang tujuan pembeliannya adalah untuk keperluan bisnis (memperoleh laba) atau meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

Pada umumnya manusia bertindak rasional dan mempertimbangkan segala jenis informasi yang tersedia dan mempertimbangkan segala sesuatu yang mungkin bisa muncul dari tindakan sebelum melakukan sebuah perilaku

tertentu. Dalam proses keputusan pembelian/pemakaian konsumen di hadapan oleh 5 tahap yang dilalui diantaranya :

a. Pengenalan masalah

Merupakan suatu perbedaan antara keadaan sebenarnya dan keadaan yang diinginkan. Kebutuhan ini dapat digerakan oleh rangsangan dari dalam diri pemakai atau dari luar. Proses pemakaian diawali dengan pengenalan masalah atau kebutuhan. Jika kebutuhan tersebut diketahui, maka konsumen akan segera memahami kebutuhan yang belum perlu segera dipenuhi atau masih bisa ditunda pemenuhannya serta kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi.

b. Pencarian informasi

Dalam pencarian informasi yang menjadi pusat perhatian para pemasar adalah sumber-sumber informasi pokok yang akan diperhatikan konsumen dan pengaruh relative dari setiap informasi terhadap rangkaian keputusan pemakaian.

c. Evaluasi alternatif

Setelah melakukan pencarian informasi sebanyak mungkin tentang banyak hal maka selanjutnya konsumen harus melakukan penelitian tentang beberapa alternative yang menentukan langkah selanjutnya. Perubahan ini tidak dapat terpisah dari pengaruh sumber-sumber yang dimiliki konsumen (waktu, uang, dan informasi).

d. Keputusan pemakaian

Pada tahap evaluasi, konsumen memeringkat merek-merek dan bentuk-bentuk maksud pemakaian. konsumen juga mungkin membentuk minat untuk memakai produk yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa muncul diantara minat pembelian dan keputusan pembelian.

e. Perilaku paska pemakaian

Tahap ini sangat ditentukan oleh pengamalan konsumen dalam mengonsumsi produk yang ia pakai. Setelah pemakaian akan Mengalami kepuasan atau ketidakpuasan kemudian melakukan tindakan untuk tetap lanjut menggunakan atau tidak.

## 8. Penelitian Terdahulu

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam penelitian ini. Secara ringkas penelitian-penelitian yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya dapat dilihat pada tabel berdasarkan setiap jurnal yang dilakukan pada penelitian ini.

**Tabel 1. Rujukan Penelitian Untuk Variabel Kualitas Sistem**

Judul	Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Manfaat Bersih Dengan Intensitas Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi
Penulisan Jurnal	Imam Subekti, dkk Vol. 5, No. 2 Juni (2018) Jurnal Akuntansi Aktual
Variabel Penelitian dan Indikator	Variabel Independen. $X_1$ : Kualitas Sistem dengan indikator : (kemudahan penggunaan, keamanan data, waktu respon yang cepat, kemudahan dan kenyamanan akses, pemulihan, dan mudah dipelajari) $X_2$ : Kualitas Informasi dengan indikator : (kelengkapan, ketepatan, keakuratan, dan konsistensi) $X_3$ : Intensitas Penggunaan (IP) dengan

	<p>indikator : (penggunaan waktu harian dan frekuensi penggunaan)</p> <p>Variabel Dependen.</p> <p>Y : Manfaat Bersih (MB) dengan indikator : (memberikan manfaat kepada pengguna, meningkatkan produktivitas pengguna, meningkatkan kinerja pengguna, meningkatkan produktivitas organisasi dan meningkatkan kinerja organisasi)</p>
Analisi data	<p>Penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode survei dengan pengambilan data primer secara langsung dari sampel melalui teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.</p>
Hasil Penelitian	<p>Hasil analisis menunjukkan evaluasi outer model untuk semua konstruk memenuhi validitas dan reliabilitas. Evaluasi model struktural (inner model) dilakukan untuk mengetahui kekuatan prediksi dari model struktural. Hal tersebut dapat dilihat pada nilai R-Squares dan Q<sup>2</sup> predictive relevance sebagaimana disajikan pada tabel.</p> <p>Tabel 1 : menunjukkan nilai R-Squared Manfaat Bersih (MB) sebesar 0,392. Hal ini menunjukkan bahwa konstruk Manfaat Bersih (MB) dapat dijelaskan sebesar 39,2% oleh Kualitas Sistem (KS), Kualitas Informasi (KI), dan Intensitas Penggunaan (IP), sisanya sebesar 60,8% dijelaskan oleh variabel lain di luar model</p>

	<p>penelitian.</p> <p>Tabel 2 : menunjukkan nilai Q-Squared sebesar 0,408 menunjukkan bahwa hasil estimasi model memiliki validitas prediktif yang baik karena bernilai lebih dari nol.</p>
Hubungan dengan Penelitian	<p>Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Manfaat Bersih Dengan Intensitas Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi “ oleh Imam Subekti , Yuyut Krisdiantorodan Yeney Widya Prihatiningtias, terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian ini yaitu kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan (sebagai variabel bebas)</p>

Sumber : <https://media.neliti.com> (unduh 10/03/2020)

**Tabel 2 : Rujukan Penelitian Untuk Variabel Kualitas Informasi**

Judul	Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang
Penulis Jurnal	Nanik Sisharini, dkk Vol 3 Nomor 02, Juli - Desember (2017) Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika
Variabel Penelitian dan Indikator	<p>Variabel Independen.</p> <p><math>X_1</math> : Kualitas Sistem, dengan Indikator : (kemudahan untuk digunakan (<i>ease of use</i>), keandalan sistem (<i>reliability</i>),</p>

	<p>kecepatan akses (<i>response time</i>), fleksibilitas sistem (<i>flexibility</i>) dan keamanan sistem (<i>security</i>).</p> <p>X<sub>2</sub> : . Kualitas Informasi, dengan Indikator : (kelengkapan (<i>completeness</i>), penyajian informasi (<i>format</i>), relevan (<i>relevance</i>), akurat (<i>accurate</i>) dan ketepatan waktu (<i>timeliness</i>).</p> <p>X<sub>3</sub> : Kualitas Layanan, dengan Indikator : (kehandalan (<i>service reliability</i>), daya tangkap (<i>responsiveness</i>), jaminan (<i>assurance</i>), empati (<i>empathy</i>) dan bukti langsung (<i>tangibles</i>).</p> <p>Variabel Dependen.</p> <p>Y : Kepuasan Pengguna, dengan Indikator : (kepuasan sistem, kepuasan informasi dan kepuasan layanan).</p>
Analisis data	Menggunakan metode analisis kuantitatif
Hasil Penelitian	<p>Hasil Uji Validitas :</p> <p>Insrumen Variabel Kepuasan Pengguna Semua item pernyataan untuk indikator Kepuasan Sistem, Kepuasan Informasi dan Kepuasan Layanan pada variabel Kepuasan Pengguna memiliki koefisien korelasi ( r hitung) lebih besar dari r tabel (0,361). Hal ini menunjukkan bahwa semua aitem pernyataan untuk indikator pada variabel Kepuasan Pengguna dinyatakan valid.</p>



	<p>Hasil uji reliabilitas :</p> <p>instrument pada variabel Kepuasan Pengguna menunjukkan bahwa seluruh butir pada Variabel Kepuasan Pengguna dinyatakan reliabel karena memiliki <i>Alpha Cronbach</i> lebih besar sama dengan 0,6.</p>
<p>Hubungan dengan Penelitian</p>	<p>Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang “ oleh Nanik Sisharini, Listanto Tri Utomo dan Yusaq Tomo Ardianto, terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian ini yaitu kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan (sebagai variabel bebas)</p>

Sumber : [www.siakad.ub.ac.id](http://www.siakad.ub.ac.id) (unduh 10/03/2020)

**Tabel 3. Rujukan Penelitian Untuk Variabel Kualitas Layanan**

Judul	Kualitas Layanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen
Penulis Jurnal	Rezki Orientani, Volume 10, No. 02, Agustus (2017) Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen (JRBM)
Variabel Penelitian dan Indikator	<p>Variabel Independen.</p> <p><math>X_1</math> : Kualitas Layanan, dengan indikator : (Sangat mudah untuk mendapatkan situs dimana saja, Situs web memungkinkan saya untuk menyelesaikan transaksi</p>

	<p>dengan cepat, Situs web mengirimkan perintah sesuai yang dijanjikan Situs, web dengan cepat memberikan apa yang dipesan dan Situs ini melindungi semua informasi tentang saya)</p> <p>Variabel Dependen.</p> <p>Y : Kepuasan Pelanggan, dengan Indikator : (Layanan bekerja dengan baik, Saya akan menggunakan layanan lagi dan secara umum layanan ini memuaskan).</p>
Analisis data	menggunakan <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).
Hasil Penelitian	<p>Pada penelitian ini, variabel kualitas layanan (X1) memiliki 4 sub variabel yaitu aspek efficiency, fulfillment, System Availability, privacy. Efficiency diwakili oleh 8 item pernyataan, fulfillment diwakili oleh 4 item pernyataan, system availability diwakili oleh 4 item pernyataan dan privacy diwakili oleh 3 item pernyataan. Untuk mengetahui kepuasan konsumen tiket elektronik PT. Kereta Api Indonesia, maka dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dengan pilihan jawaban Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Hasil jawaban responden per item akan dibagi dengan skor ideal untuk mendapat persentase per item dan kategori pada garis kontinum. Hasil uji</p>

	validitas dan reliabilitas kuesioner, menunjukkan semua item pertanyaan valid dan reliable
Hubungan dengan Penelitian	Penelitian dengan judul “Kualitas Layanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen “ oleh Rezki Orientani, terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian ini yaitu kualitas layanan (sebagai variabel bebas)

Sumber : [www.siakad.ub.ac.id](http://www.siakad.ub.ac.id) (unduh 10/03/2020)

**Tabel 4. Rujukan Penelitian Untuk Variabel Pemakaian Aplikasi**

Judul	Manfaat-Manfaat Bersih Sistem Informasi Akademik Di Fakultas Ilmu Adminitrasi Universitas Brawijaya
Penulis Jurnal	Muhammad Tamam, dkk Vol. 3 No. 01 Maret (2015) Jurnal Administrasi Bisnis
Variabel Penelitian dan Indikator	<p>Variabel Independen.</p> <p>X<sub>1</sub> : Kualitas sistem, dengan indikator : (Kemudahan untuk menggunakan, Kemudahan Untuk Diakses, Kecepatan Akses, ketahanan dari kerusakan, dan Keamanan Sistem)</p> <p>X<sub>2</sub> : Kualitas Informasi, dengan indikator : (keakuratan informasi, tepat waktu, kelengkapan informasi, dan penyajian informasi)</p> <p>X<sub>3</sub> : Kualitas Layanan, dengan Indikator : (Keandalan, Keandalan, Keresponen, Jaminan, empati dan berwujud)</p>

	<p>Variabel Dependen.</p> <p><math>Y_1</math> : Kepuasan Pemakai, dengan Indikator : (Kepuasan Sistem, Kepuasan informasi, Kepuasan pelayanan, dan Kebanggaan menggunakan sistem)</p> <p><math>Y_2</math> : Pemakaian, dengan Indikator : (Minat, Frekuensi dan pemakaian Inquiry)</p> <p><math>Y_3</math> : Manfaat-manfaat Beraih, dengan Indikator : (Proses manajemen, Keberadaan informasi, Aktualisasi diri/individu, dan Efektivitas keputusan).</p>
Analisis data	Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatori.
Hasil Penelitian	<p>Hasil table 5 :</p> <p>menunjukkan pada pengujian pengaruh variabel kualitas sistem informasi akademik Universitas Brawijaya (<math>X_1</math>) terhadap pemakaian Sistem Informasi Akademik Universitas Brawijaya (<math>Y_1</math>) menghasilkan koefisien beta sebesar 0,309. Nilai probabilitas sebesar 0,001 (<math>0,001 &lt; 0,05</math>) maka berpengaruh signifikan. Pengaruh Kualitas informasi Sistem Informasi Akademik Universitas Brawijaya (<math>X_2</math>) terhadap pemakaian Sistem Informasi Akademik Universitas Brawijaya (<math>Y_1</math>) menghasilkan koefisien beta sebesar 0,303. Nilai probabilitas sebesar 0,002 (<math>0,002 &lt; 0,05</math>) maka berpengaruh</p>

	<p>signifikan. Pengujian pengaruh Kualitas pelayanan Sistem Informasi Akademik Universitas Brawijaya (X3) terhadap pemakaian Sistem Informasi Akademik Universitas Brawijaya (Y1).</p> <p>Hasil tabel 15 :</p> <p>menghasilkan menghasilkan koefisien beta sebesar 0,052. Nilai probabilitas sebesar 0,587 (<math>0,587 &gt; 0,05</math>) maka tidak berpengaruh signifikan.</p>
Hubungan dengan Penelitian	<p>Penelitian dengan judul “Manfaat-Manfaat Bersih Sistem Informasi Akademik Di Fakultas Ilmu Adminitrasi Universitas Brawijaya “ oleh Muhammad Tamam Mubarak, Heru Susilo dan Riyadi, terdapat variabel yang sama dan berkaitan erat dengan penelitian ini yaitu kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan ( sebagai variaber bebas) dan variabel pemakaian aplikasi (sebagai variabel terikat)</p>

Sumber : [www.siakad.ub.ac.id](http://www.siakad.ub.ac.id) (unduh 10/03/2020)

**Tabel 5. Rujukan Penelitian Untuk Variabel Pemakaian Aplikasi**

Judul	Pengaruh kualiatas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas pelayanan <i>Rail Ticketing System</i> (RTS) Terhadap Kepuasan Pelanggan.
Penulis Jurnal	Winda Septianita, dkk, Vol.1 No.1 (2014) Jurnal Media Ekonomi Dan Manajemen

<p>Variabel Penelitian dan Indikator</p>	<p>Variabel Independen.  <math>X_1</math> : Kualitas Sistem  <math>X_2</math> : Kualitas Informasi  <math>X_3</math> : Kualitas Pelayanan            Variabel Dependen.  <math>Y</math> : Kepuasan Pelanggan</p>
<p>Analisis data</p>	<p>Menggunakan metode analisis regresi berganda</p>
<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data diperoleh bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Variabel kualitas sistem <i>Rail Ticketing System</i> secara statistik signifikan atau menunjukkan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini ditunjukkan pada tabel 2, t tabel untuk one tailed <math>n= 80</math> dapat diketahui bahwa t hitung untuk variabel kualitas sistem <i>Rail Ticketing System</i> (RTS) lebih besar dari t tabel yaitu sebesar <math>2.440 &gt; 1.990</math>.</li> <li>2. Variabel kualitas pelayanan <i>Rail Ticketing System</i> secara statistik signifikan atau menunjukkan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna. Hal ini ditunjukkan pada tabel 2, tabel untuk <i>one tailed</i> <math>n=80</math> dapat diketahui bahwa t hitung untuk variabel kualitas pelayanan <i>Rail Ticketing System</i> (RTS) lebih besar dari t tabel yaitu sebesar <math>2.675 &gt; 1.990</math>.</li> </ol>

Hubungan dengan Penelitian	Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan Rail Ticketing System (RTS) terhadap kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Winda Septianita, dkk berkaitan erat dengan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan.
----------------------------	---

Sumber : <https://media.neliti.com> (unduh 10/03/2020)

Adapun pengembangan penelitian yang akan dilakukan berdasarkan penelitian diatas adalah :

- a. Penelitian dari Imam Subekti , Yuyut Krisdiantoro dan Yeney Widya Prihatiningtias, Vol. 5, No. 2 Juni (2018) dengan “Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Manfaat Bersih Dengan Intensitas Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi” dengan variabel independen (kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan) akan di kembangkan dalam penelitian ini.
- b. Penelitian dari Nanik Sisharini, Listanto Tri Utomo dan Yusaq Tomo Ardianto , Volume 3 Nomor 02, Juli - Desember (2017) dengan “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Akademik Universitas Merdeka Malang” dengan variabel independen ( kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan) akan dikembangkan dalam penelitian ini.
- c. Penelitian dari Rezki Orientani, Volume 10, No. 02, Agustus (2017) dengan “Kualitas Layanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen” dengan variabel independen (kualitas layanan) akan di kembangkan dalam penelitian ini.
- d. Penelitian dari Muhammad Tamam Mubarak, Heru Susilo dan Riyadi, Vol. 3 No. 01 Maret (2015) dengan “Manfaat-Manfaat Bersih Sistem Informasi

Akademik Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya “ dengan variabel independen ( kualitas sistem, kualitas layanan, dan kualitas informasi) akan di kembangkan dalam penelitian ini.

- e. Penelitian dari Winda Septianita, dkk, Vol.1 No.1 (2014) dengan “Pengaruh kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas pelayanan *Rail Ticketing System* (RTS) Terhadap Kepuasan Pelanggan” dengan variabel independen (Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Pelayanan) akan dikembangkan dalam penelitian ini.

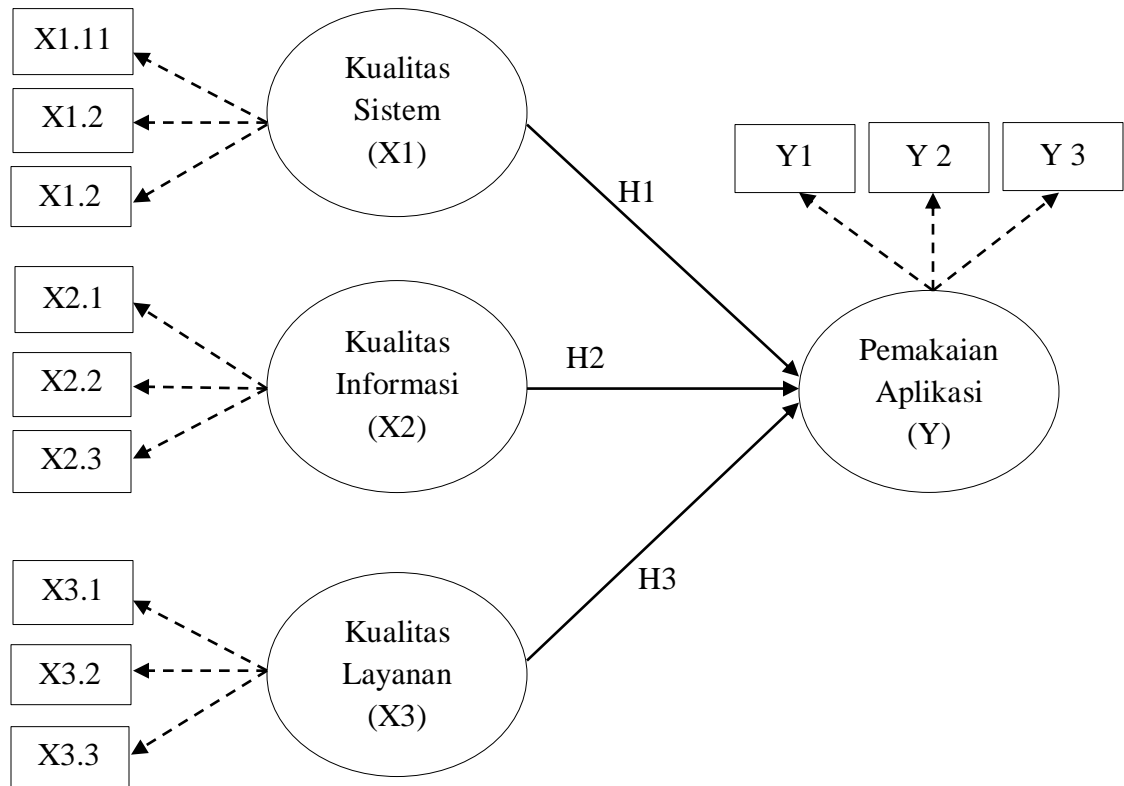
## 2.2 Hipotesis

Sugiyono (2017) mengemukakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Biasanya disusun berdasarkan penelitian, oleh karena itu rumusan masalah biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karna jawaban yang diberikan baru didasarkan faktor-faktor empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis adalah hubungan yang diduga secara logis antara dua variabel atau lebih yang dapat diuji secara empiris. Untuk memberikan angka pada penelitian yang dilakukan dan untuk memberikan jawaban sementara atas masalah yang dikemukakan di atas, maka penelitian mengajukan hipotesis sebagai berikut :

- H1 : Diduga kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile application* “KAI” Access.
- H2 : Diduga kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile application* “KAI” Access.
- H3 : Diduga kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan *mobile application* “KAI” Access.

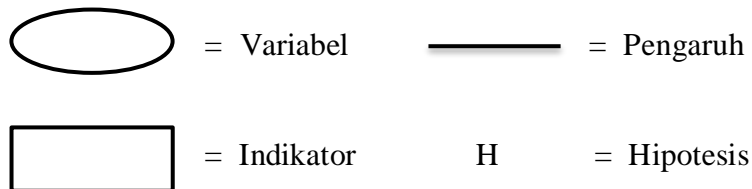


### 2.3 Kerangka Pemikiran



**Gambar : 6. Kerangka Pemikiran**  
 Sumber : Dikembangkan untuk penelitian ini

Keterangan Gambar :



**Indikator :****A. Kualitas Sistem**

X1.1 : Kemudahan untuk di gunakan

X1.2 : Kecepatan akses

X1.3 : Fleksibilitas

**B. Kualitas Informasi**

X2.1 : Keakuratan Informasi

X2.2 : Ketepatan Waktu

X2.3 : Kelengkapan

**C. Kualitas Layanan**

X3.1 : Efisiensi

X3.2 : Pemenuhan (sesuai harapan)

X3.3 : Privasi

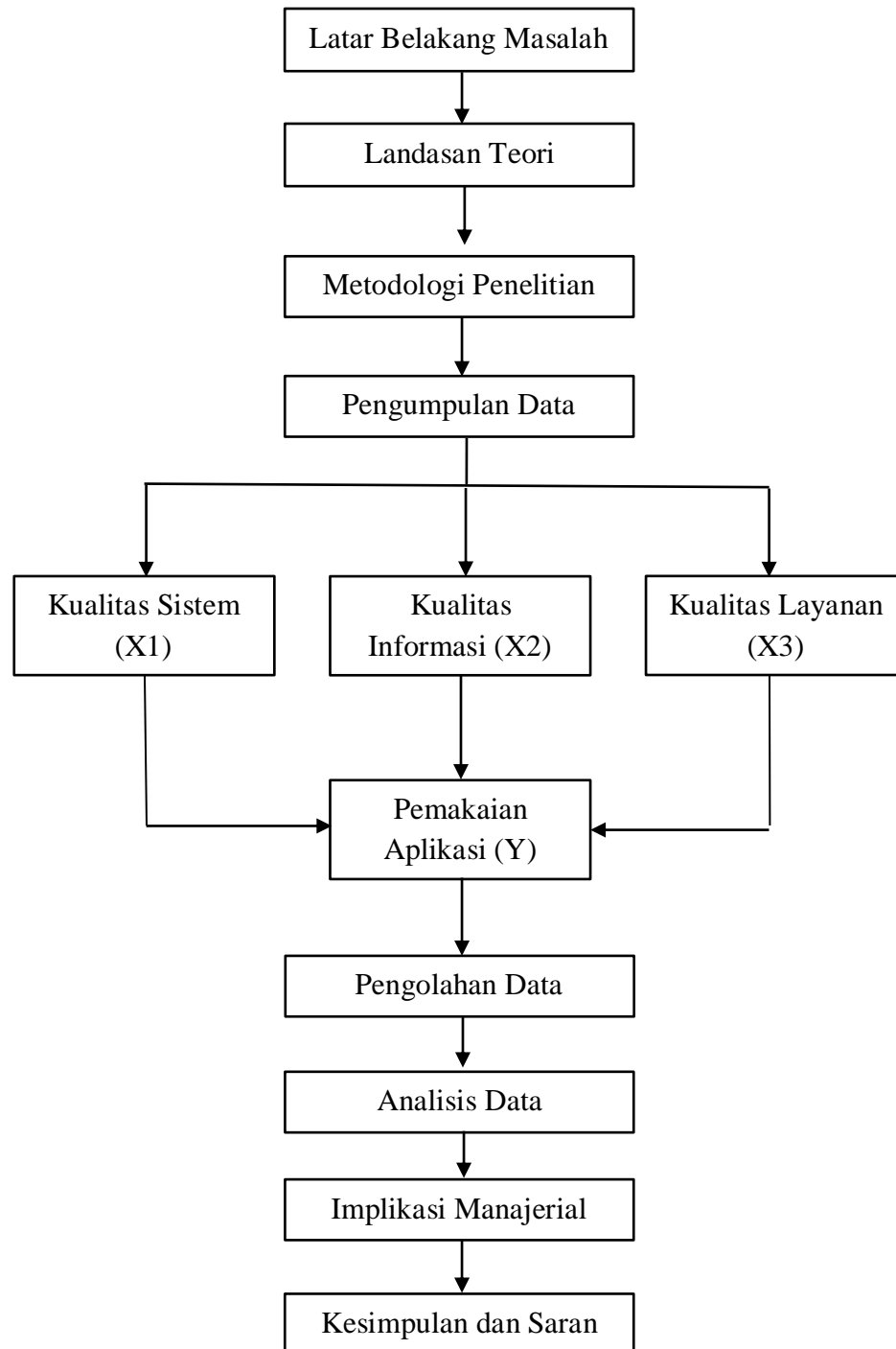
**D. Pemakaian Aplikasi**

Y1 : Minat menggunakan aplikasi

Y2 : Efektifitas keputusan

Y3 : Frekuensi Pemakaian

## 2.4 Diagram Alur Penelitian



**Gambar : 6. Diagram Alur Pemikiran**

Sumber : Dikembangkan dalam penelitian ini