

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka Dan Penelitian Terdahulu

2.1.1 Tinjauan Pustaka

1. *Usability* (kegunaan)

Usability berasal dari kata *usable* yang berarti kegunaan yang baik. *Usability* secara umum dapat diartikan sebagai kemampuan sistem agar mudah digunakan dan sederhana dalam proses pengoperasiannya. Suatu sistem dapat dikatakan dengan baik apabila kegagalan dalam penggunaannya dapat diminimalisirkan. Pengguna dapat melakukan apa saja yang diinginkan tanpa adanya suatu halangan, keraguan, atau pertanyaan yang membuat pengguna merasa kesulitan. *Usability* juga dapat diartikan sebagai proses optimasi interaksi antara pengguna dengan sistem yang dapat dilakukan dengan interaktif, sehingga pengguna mendapatkan informasi yang tepat atau menyelesaikan suatu aktivitas pada aplikasi tersebut dengan lebih baik, Sastramihardja dalam Yuliani (2016). Menurut Jakob Nielsen dalam Kadafi (2016) *Usability* merupakan ukuran dari kualitas interaksi antara pengguna produk baik sistem, program aplikasi, website, ataupun teknologi lainnya yang dioperasikan oleh pengguna. *Usability* memiliki lima komponen penilaian diantaranya:

1. *Learnability*, yaitu tingkat kemudahan pengguna dalam mempelajari produk untuk menyelesaikan tugas-tugas mereka
2. *Memorability*, yaitu tingkat kemudahan pengguna dalam mengoperasikan kembali produk setelah beberapa waktu yang lama tidak menggunakannya
3. *Efficiency*, yaitu tingkat kecepatan pengguna untuk menyelesaikan tugas-tugas setelah mempelajari produk
4. *Error*, yaitu jumlah error yang terdapat pada produk dan bagaimana cara penanganannya
5. *Satisfaction*, yaitu tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna setelah menggunakan produk

Faktor-faktor penyebab pentingnya aplikasi berbasis web ini dimulai dari aspek *usability* diantaranya adalah kebiasaan atau perilaku pengguna yang mengakses website. Tidak sedikit pengguna yang tidak dapat menerima *design* website yang buruk dan mau meluangkan waktu atau mempelajari suatu website dengan kata lain pengguna sangat ingin segera mengerti dengan instant atas apa yang disajikan dalam suatu website. Aplikasi yang memiliki *usability* yang tinggi memiliki peluang yang sangat besar untuk sering dikunjungi, karena tingkat kemudahan dalam pengoperasiannya dapat dipahami oleh *user*. Dan jika dalam sebuah aplikasi gagal dalam menunjukkan secara jelas apa yang dapat dilakukan dari website tersebut, maka pengguna cenderung akan langsung meninggalkan halaman website tersebut. Menurut Nielsen (2012), terdapat 3 komponen yang melibatkan pengguna pada *usability* yaitu:

1. Melibatkan pengguna yang representatif, yaitu pengguna aplikasi pemesanan tiket kereta api.
2. Agar pengguna dapat mengenali tampilan antarmuka, pengguna akan diberikan beberapa tugas yang sudah dirancang sebelumnya.
3. Seluruh aktifitas yang dilakukan pengguna ketika melakukan tugas perlu diperhatikan dan dicatat. Ketika pengguna melakukan kesalahan, berhasil mengerjakan tugas serta mendapatkan kesulitan. Setelah itu diarahkan untuk mengisi kuesioner.

Dumas 1999 disitasi Dwi, (2012) mengemukakan *usability* adalah sebuah kemampuan yang digunakan untuk mengukur pengalaman pengguna dalam berinteraksi dengan sistem dimana tujuan dari adanya sistem adalah untuk mencapai efektivitas, efisiensi dan kepuasan penggunaannya. Menurut Nielsen 1994 dikutip dari Prayoga (2010). *Usability* memiliki tujuan antara lain yaitu :

1. Memberikan informasi yang jelas dan singkat
2. Memberikan pilihan yang tepat kepada user melalui cara yang mudah dimengerti
3. Mengurangi keambiguan dari akibat suatu aksi
4. Menempatkan hal penting dengan penempatan yang tepat pada situs

2. *Information Quality* (kualitas informasi)

Suatu sistem yang kurang mendapatkan informasi akan menjadi tidak ada artinya karena informasi adalah hasil dari pengelolaan data dalam bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untuk mengambil keputusan. Menurut Yaghoubi, (2011) Kualitas informasi mengacu pada kualitas konten website dan relevansi informasi terhadap tujuan pengguna, misalnya tingkat akurasi, konteks, format/bentuk, dan relevan informasi. Kepuasan dengan kualitas konten informasi situs web merupakan salah satu dari sumber kepuasan pelanggan web. Informasi yang tidak tepat dan tidak pasti menyebabkan pelanggan tidak puas dengan toko online. Kualitas informasi sangat erat hubungannya dengan kepuasan pelanggan karena peran toko online adalah memberikan informasi tentang produk, transaksi dan layanan. Informasi yang berkualitas tinggi mengarah pada keputusan pembelian yang lebih baik dan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Pada parameter kualitas informasi ini ditinjau dari mutu isi yang terdapat pada situs web yaitu ketepatan informasi sesuai kebutuhan/tujuan pengguna, misalnya akurasi, format dan keterkaitannya. Ada tujuh penilaian terkait dengan kualitas informasi situs web yaitu:

1. Situs web menyediakan informasi yang akurat
2. Situs web menyajikan informasi yang terpercaya
3. Situs web menyediakan informasi yang mutakhir
4. Situs web menyediakan informasi yang relevan
5. Situs web menyediakan informasi yang mudah dimengerti
6. Situs web menyediakan informasi yang detail
7. Situs web menyajikan informasi dengan format yang sesuai atau relevan dengan kebutuhan pengguna

Dengan adanya informasi yang diperlukan akan memberikan standar, aturan, ukuran dan keputusan yang lebih terarah untuk mencapai sasaran yang telah ditetapkan secara lebih baik berdasarkan informasi yang diperoleh. Kategori informasi dikaji berdasarkan kajian sistem informasi secara umum. Kategori ini

berhubungan terhadap kualitas konten website yaitu kepantasan informasi bagi tujuan pengguna. Menurut Dekeng Setyo dan Dessy Ari Rahmawati (2015) kualitas informasi merupakan model pengukuran yang berfokus pada keluaran yang diproduksi oleh sistem serta nilai dari keluaran terhadap pengguna. Kualitas informasi merupakan tingkat pengukuran bagaimana informasi mampu memenuhi persyaratan dan harapan seseorang yang memerlukan informasi secara konsisten. Menurut pendapat beberapa para ahli untuk mengukur kualitas informasi memerlukan beberapa dimensi yaitu:

1. Akurat
2. Tepat pada waktunya
3. Relevan

3. *Service Interaction* (layanan interaksi)

Service Interaction adalah mutu dari interaksi pelayanan yang dialami oleh pengguna ketika mereka menyelidiki kedalam site lebih dalam, yang terwujud dengan kepercayaan dan empati, sebagai contoh isu dari keamanan transaksi dan informasi, pengantaran produk, personalisasi dan komunikasi dengan pemilik site. Interaksi adalah apa yang melibatkan pengguna situs web sebagai *user experience* dengan situs website sendiri, Jihan ulya alhasanah (2014). Dari definisi tersebut menyebutkan bahwa interaksi layanan merupakan keterlibatan pengguna ketika mempelajari situs web sehingga menimbulkan rasa kepercayaan dan empati. *Service Interaction Quality* juga merupakan interaksi layanan yang diberikan oleh sebuah website untuk dapat mempermudah pengguna dalam menggunakan maupun mencari informasi yang diinginkan.

Dari pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa *service interaction* berkaitan dengan adanya interaksi pengguna kepada website lebih lama, maka secara tidak langsung dapat menimbulkan rasa percaya dan empati. Dari beberapa pendapat para ahli *service interaction* memiliki beberapa variabel antara lain yaitu:

1. *Transaction* (transaksi)

2. *Information Security* (keamanan informasi)
3. *Product Delivery* (pengiriman produk)
4. *Personalization and Communication* (personalisasi dan komunikasi)

Presepsi pengguna terhadap semua proses layanan dapat diselesaikan secara online, proyeksi gambar sesuai dengan situs perusahaan, serta penggunaan situs sebagai sarana interaksi alternative yang keamanannya situs. Adapun aspek dari *service interaction* antara lain:

1. Website memiliki reputasi yang baik
2. Pengguna merasa aman untuk melakukan transaksi
3. Pengguna merasa data pribadinya aman
4. Website memberikan ruang untuk personalisasi
5. Website memberikan ruang untuk komunitas
6. Website memberikan kemudahan untuk berkomunikasi dengan organisasi
7. Pengguna merasa yakin bahwa jasa atau barang akan dikirim sesuai yang telah dijanjikan.

4. *User satisfaction* (kepuasan pengguna)

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan adalah rasa senang ataupun rasa kecewa seseorang terhadap suatu produk yang berasal dari hasil perbandingan antara harapan dan kinerja produk tersebut. Kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen akan memberikan suatu nilai tambah bagi perusahaan dan meningkatkan rasa kepuasan pelanggan terhadap perusahaan, sehingga menambah daya saing dan keuntungan bagi perusahaan, Panjaitan & Yuliati (2016).

Kepuasan sebagai “*the good feeling that you have when you achieved something or when something that you wanted to happen does happen*”. Artinya, ketika kita mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan harapan, maka kita akan merasa senang karena keinginan kita terpenuhi. Kotler & Keller (2012). Kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah produk

bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan atau pemakaiannya, Tjiptono (2014). Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya, Tjiptono (2014). Kepuasan pelanggan dapat diukur dari minat pembelian ulang dan kesediaan untuk merekomendasi.

Kualitas layanan sebuah website dapat memengaruhi kepuasan pengguna, hal ini sudah dibuktikan pada penelitian terdahulu yang menyimpulkan bahwa kualitas layanan memengaruhi kepuasan. Ketika pengguna merasakan kepuasan terhadap suatu website maka akan timbul kelayaitasan pengguna terhadap website tersebut, Park (2011). Kepuasan didapatkan dari perasaan (*perception*) pengguna melalui suatu interaksi yang telah dilakukan oleh pengguna dalam menggunakan suatu website, pengguna menilai apakah website sudah sesuai dengan harapan yang diinginkan. Menilai dari kualitas website tersebut dengan melihat kesenjangan antara harapan dan hasil nyata maka didapatkan sebuah bentuk rasa puas dari pengguna, Moriuchi & Takahashi (2016). Indikator *Satisfaction* peneliti menggunakan indikator yang terdapat pada penelitian Moriuchi & Takahashi tahun 2016 yaitu:

1. *Product Choice*
2. *Purchase Satisfaction*
3. *Experience Satisfaction.*

Tingkat kepuasan pengguna memiliki 3 tingkatan yaitu rasa puas, rasa tidak puas, dan rasa sangat puas. Tingkatan kepuasan tersebut menjadi umpan balik bagi perusahaan untuk melakukan perbaikan atau perubahan inovasi terbaru pada produk atau layanan yang diberikan kepada konsumen untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan, Firatmadi (2017). Bagi pengguna yang merasakan manfaat didalam penggunaan situs web cenderung akan mengunjunginya lagi. Situs web yang dibangun tanpa pernah dikunjungi oleh pengguna tidak akan memberikan manfaat. Oleh karna itu website yang telah dibangun harus terus menerus dievaluasi baik isi maupun tampilan untuk

meningkatkan jumlah pengunjung. Terdapat indikator kepuasan dalam penelitian terdahulu Sischa (2016) yaitu

1. Website berisi informasi yang menarik dan *up to date*
2. Website menggunakan Bahasa yang baik
3. Konten pada website terorganisir dengan baik
4. Link pada website terpelihara dan diperbaharui
5. Desain antarmuka website yang menarik
6. Pemilihan warna yang digunakan pada website untuk kenyamanan pengguna
7. Tampilan website yang konsisten
8. Website tidak menampilkan iklan yang tidak relevan dengan konten
9. Pengguna dapat dengan mudah membedakan link yang pernah dikunjungi dan belum.

2.1.2 Penelitian Terdahulu

Tabel-tabel berikut dibawah ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, variabel penelitian yang digunakan, teknik analisa, dan hasil penelitian yang digunakan penulis sebagai rujukan penulisan proposal ini

1. Rujukan penelitian untuk variable *usability* (kegunaan)

Pringgo Hendrad dkk (2017) dalam jurnalnya meneliti Pengaruh Kualitas Website PT. Go-Jek Indonesia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual

Table 2.1

Rujukan Penelitian Untuk Variabel *Usability*

Judul	Pengaruh Kualitas Website PT.Go-Jek Indonesia Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode Webqual
Nama Peneliti	Prionggo Hendrad Toni Sukendar

	Mohammad Ikhsan Saputro
Sumber Penelitian	Jurnal Satya Informatika Vol. 2 No. 2, September 2017 Halaman 44-57
Variabel	<p>Variabel X</p> <p>$X_1 = Usability$</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $X_{1,1}$ = Kemudahan untuk dioperasikan • $X_{1,2}$ = Interaksi dengan website jelas dan dapat dimengerti. • $X_{1,3}$ = Kemudahan untuk navigasi • $X_{1,4}$ = Kemudahan menemukan alamat website. • $X_{1,5}$ = Tampilan yang atraktif • $X_{1,6}$ = Tepat dalam penyusunan tata letak informasi • $X_{1,7}$ = Tampilan sesuai dengan jenis website pemerintahan • $X_{1,8}$ = Adanya penambahan pengetahuan dari informasi website <p>$X_2 = \text{Kualitas informasi}$</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $X_{2,1}$ = Menyediakan informasi yang cukup jelas • $X_{2,2}$ = Menyediakan informasi yang dapat dipercaya • $X_{2,3}$ = Menyediakan informasi yang <i>up to date</i> • $X_{2,4}$ = Menyediakan informasi yang relevan • $X_{2,5}$ = Menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami • $X_{2,6}$ = Menyediakan informasi yang cukup detail • $X_{2,7}$ = Menyajikan informasi dalam format yang sesuai

	<p>X3 = Kualitas interaksi layanan</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • X_{3.1} = Mempunyai reputasi yang baik • X_{3.2} = Mendapatkan keamanan untuk melengkapi transaksi • X_{3.3} = Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi • X_{3.4} = Kemudahan untuk menarik minat dan perhatian • X_{3.5} = Adanya suasana komunitas • X_{3.6} = Kemudahan untuk memberikan masukan (<i>feed back</i>) • X_{3.7} = Tingkat kepercayaan yang tinggi atas informasi yang disampaikan website <p>Variabel Y</p> <p>Y = Kepuasan Konsumen</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • Y_{1.1} = kinerja • Y_{1.2} = harapan
Metode Analisis	Instrumen Webqual menggunakan pendekatan <i>perception</i> dan <i>importance</i> dari pengguna.
Hasil Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Usabilty</i> atau kualitas kegunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra atau driver PT Go-Jek Indonesia. Artinya setiap peningkatan kualitas kegunaan pada website, maka akan meningkatkan kepuasan pengguna dengan nilai regresi sebesar 0,141. 2. Kualitas informasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra atau driver PT Go-Jek Indonesia. Artinya setiap ada atau tidak ada peningkatan kualitas informasi pada website, maka tidak

	<p>akan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dengan nilai regresi sebesar 0,009.</p> <p>3. Kualitas interaksi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan mitra atau driver PT Go-Jek Indonesia. Artinya setiap peningkatan kualitas interaksi pada website, maka akan meningkatkan kepuasan pengguna dengan nilai regresi sebesar 0.809.</p>
Hubungan dengan penelitian saat ini	Variabel <i>Usability</i> dalam penelitian terdahulu digunakan sebagai rujukan untuk variabel <i>Usability</i> dalam penelitian ini.

Sumber : Jurnal Satya Informatika Vol. 2 No. 2, September 2017 Halaman 44-57

2. Rujukan penelitian untuk variabel *Information Quality* (kualitas informasi)

Luqman Habieb Prasajo dan Dudi Pratomo (2015) dalam jurnal nya meneliti Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Dan Kualitas Layanan Aplikasi *Rail Ticket System (Rts)* Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem (Studi Kasus Pada PT. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung)

Tabel 2.2

Rujukan Penelitian untuk Variabel *Information Quality*

Judul	Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Dan Kualitas Layanan Aplikasi <i>Rail Ticket System (Rts)</i> Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem (Studi Kasus Pada Pt. Kereta Api Indonesia (Persero) Daop 2 Bandung)
Nama Peneliti	Luqman Habieb Prasajo Dudi Pratomo, SET., M.Ak.
Sumber Penelitian	e-Proceeding of Management Vol.2, No.1 April 2015 hal- 18 ISSN : 2355-9357
Variabel	X ₁ = Kualitas Informasi (<i>information quality</i>)

	<p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $X_{1,1}$= Tepat waktu • $X_{1,2}$= Akurat • $X_{1,3}$= Sesuai kebutuhan • $X_{1,4}$= Relevan <p>X_2= Kualitas Sistem</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $X_{2,1}$= <i>Adaptability</i> • $X_{2,2}$= <i>Availability</i> • $X_{2,3}$= <i>Reliability</i> • $X_{2,4}$= <i>Respon time</i> • $X_{2,5}$= <i>Usability</i> <p>X_3= Kualitas Layanan</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $X_{3,1}$= <i>Assurance</i> • $X_{3,2}$= <i>Emphaty</i> • $X_{3,3}$= <i>Responsiveness</i> <p>Y= Kepuasan Pengguna (<i>User Satisfaction</i>)</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $Y_{1,1}$ = pengguna merasa puas menggunakan sistem • $Y_{1,2}$ = mudah digunakan
Metode Analisa	Analisis Regresi Linear Berganda
Hasil Penelitian	1. Kualitas Informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan

	<p>pengguna secara bersama-sama (simultan). Apabila terjadi perubahan pada kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan, maka akan sangat mempengaruhi kepuasan pengguna.</p> <p>2. Kualitas informasi terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Apabila kualitas informasi yang disajikan aplikasi RTS semakin baik, maka akan mempengaruhi kepuasan pengguna sistem yang akan semakin meningkat.</p> <p>3. Kualitas sistem terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Apabila kualitas sistem yang digunakan aplikasi RTS semakin baik, maka akan mempengaruhi kepuasan pengguna sistem yang akan semakin meningkat.</p> <p>4. Kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Apabila kualitas layanan yang diberikan dari penyedia aplikasi RTS semakin baik, maka akan mempengaruhi kepuasan pengguna sistem yang akan semakin meningkat.</p>
<p>Hubungan dengan penelitian saat ini</p>	<p>Terdapat variabel yang sama dengan penelitian saat ini yaitu variabel hubungan antara <i>Information Quality</i> terhadap Kepuasan Pengguna</p>

Sumber: e-Proceeding of Management Vol.2, No.1 April 2015 hal- 20

3. Rujukan penelitian untuk variabel *Service Interaction* (interaksi layanan)

Izzati Dalilah (2018) Evaluasi Kualitas Layanan Website PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Webqual 4.0 dan *Importance- Performance Analysis* (IPA)

Table 2.3

Rujukan Penelitian Untuk Variabel *Service Interaction*

Judul	Evaluasi Kualitas Layanan Website PT. Kereta Api Indonesia (Persero) terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Webqual 4.0 dan <i>Importance- Performance Analysis</i> (IPA)
Nama Peneliti	Izzati Dalilah Ari Kusyanti Admaja Dwi Herlambang
Sumber Penelitian	Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol. 2, No. 1, Januari 2018, hlm. 288-295 e-ISSN: 2548-964X
Variabel	<p>$X_1 = Usability$</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $X_{1.1}$ = tampilan (<i>appearance</i>); • $X_{1.2}$ = kemudahan dalam penggunaan (<i>ease of use</i>); navigasi (<i>navigation</i>); • $X_{1.3}$ = kinerja (<i>performance</i>) <p>$X_2 = Information Quality$</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $X_{2.1}$ = akurat • $X_{2.2}$ = format

	<ul style="list-style-type: none"> • $X_{2.3}$ = relevan • $X_{2.4}$ = tepat pada waktunya <p>X_3 = <i>Service Interaction</i></p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $X_{3.1}$ = Keamanan transaksi • $X_{2.2}$ = keamanan informasi • $X_{3.3}$ = pengiriman produk (<i>product delivery</i>) • $X_{3.4}$ = Memberikan ruang untuk personalisasi • $X_{3.5}$ = Memberikan ruang untuk komunikasi <p>Y = <i>User Satisfaction</i></p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • Y_1 = kinerja
Metode Analisa	Analisis Regresi Linear Berganda
Hasil Penelitian	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil statistik deskriptif menunjukkan bahwa secara keseluruhan kondisi variabel <i>usability</i>, <i>information quality</i> dan <i>service interaction quality</i> termasuk kategori tinggi. 2. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel <i>usability</i>, <i>information quality</i> dan <i>service interaction quality</i> secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap <i>user satisfaction</i>.
Hubungan dengan penelitian saat ini	Terdapat variabel yang sama dengan penelitian saat ini yaitu variabel hubungan <i>Service Interaction</i> terhadap <i>User Saisfaction</i>

Sumber: Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer Vol. 2, No. 1, Januari 2018, hlm. 288-295

4. Rujukan penelitian untuk variabel *User Satisfaction* (kepuasan pengguna)

Acai Sudirman dkk (2020) dalam jurnal nya meneliti Kontribusi Harga Dan Kepercayaan Untuk Membentuk Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Aplikasi.

Tabel 2.4

Rujukan Penelitian Untuk Variabel *User Satisfaction*

Judul	Kontribusi Harga Dan Kepercayaan Untuk Membentuk Kepuasan Pengguna Transportasi Berbasis Aplikasi
Nama peneliti	Acai Sudirman Effendi Sri Harini
Sumber penelitian	Journal of Business and Banking Vol.9 No.2 ISSN 2088-7841
Variabel	Variabel X X ₁ = Harga Indikator-indikator <ul style="list-style-type: none"> • X1.1 = keterjangkauan harga • X1.2 = diskon harga • X1.3 = cara pembayaran X ₂ = Kepercayaan Indikator-indikator <ul style="list-style-type: none"> • X2.1 = <i>trusting belief</i> • X2.1 = <i>trusting intetntion</i>

	<p>Variabel Y</p> <p>Y= Kepuasan Pengguna</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • Y_{1.1} = melakukan pembelian ulang • Y_{1.2} = membentuk suatu referensi untuk merekomendasikan
Metode Analisis	Model pendekatan Kuantitatif
Hasil penelitian	Sesuai dengan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa hasil pengujian hipotesis menunjukkan keterangan terkait harga yang memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selanjutnya, untuk hasil berikutnya disimpulkan bahwa kepercayaan konsumen memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna
Hubungan dengan penelitian saat ini	Terdapat variabel yang sama dan berhubungan dengan penelitian saat ini yaitu variabel kepuasan pengguna

Sumber: Journal of business and bankig. Vol.9 No.2 . Nov 2019- April 2020

5. Rujukan Penelitian Untuk Variabel *User Satisfaction* (kepuasan pengguna)

Dahlia Br Ginting dan Meida Riana Marlina (2017) dalam jurnalnya menganalisis pengaruh kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi, kemudahan penggunaan, dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna fasilitas *E-Filing*.

Tabel 2.5

Rujukan Penelitian Untuk Variabel *User Satisfaction*

Judul	Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas layanan, Kualitas Informasi, Kemudahan Penggunaan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Kepuasan Pengguna Fasilitas <i>E-Filing</i>
Nama peneliti	Dahlia Br Ginting

	Meida Riana Marlina
Sumber penelitian	Media Informatika Vol.16 No.1 (2017)
Variabel	<p>Variabel X</p> <p>X₁= Kualitas Sistem</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • X_{1.1} = reliabilitas sistem • X_{1.2} = fleksibilitas sistem • X_{1.3} = integrasi sistem • X_{1.4} = akseibilitas sistem • X_{1.5} = waktu respon sistem <p>X₂= Kualitas Layanan</p> <p>Indikator indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • X_{2.1} = keandalan • X_{2.2} = ketanggapan • X_{2.3} = kemudahan navigasi • X_{2.4} = efiseinsi • X_{2.5} = jaminan • X_{2.6} = keamanan <p>X₃= Kualitas Informasi</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • X_{3.1} = akurasi • X_{3.2} = bentuk • X_{3.3} = tepat waktu • X_{3.4} = relevan

	<p>X_4 = Kemudahan Pengguna</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $X_{4.1}$ = mudah dipelajari • $X_{4.2}$ = mudah digunakan • $X_{4.3}$ = menambah keterampilan <p>X_5 = Presepsi Manfaat</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $X_{5.1}$ = bermanfaat • $X_{5.2}$ = meningkatkan produktivitas • $X_{5.3}$ = mendorong efektivitas • $X_{5.4}$ = meningkatkan kinerja <p>Variabel Y</p> <p>Y = Kepuasan Pengguna (<i>user satisfaction</i>)</p> <p>Indikator-indikator</p> <ul style="list-style-type: none"> • $Y_{1.1}$ = <i>overall satisfaction</i> (puas secara keseluruhan atau merasa puas) • $Y_{1.2}$ = <i>comparison to ideal</i> (puas dengan hasil yang didapat) • $Y_{1.3}$ = <i>confirmation of expectation</i> (tidak menyesal menggunakan) • $Y_{1.4}$ = <i>willingness to recommend</i> (kesediaan pengguna untuk merekomendasikan)
Metode analisa	Analisis Regresi Linear Berganda
Hasil penelitian	1. Hasil F hitung (95,230) > F tabel (2,47) dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan

	bahwa secara bersama-sama (simultan) variabel ikatan, empati, timbal balik, dan kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna jasa transportasi pada Perum DAMRI Angkutan Bandara di Kota Yogyakarta. Artinya bahwa model regresi yang digunakan signifikan.
Hubungan dengan penelitian saat ini	Terdapat variabel yang sama dan berhubungan dengan penelitian saat ini yaitu variabel kepuasan pengguna

Sumber : Jurnal Ilmiah UNTAG Semarang, 2015

Dalam penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas, terdapat satu variabel atau lebih variabel independen (X) diantaranya adalah variabel *usability* (X_1), variabel *information quality* (X_2), dan variabel *service interaction* (X_3) yang memiliki hubungan terhadap variabel dependen (Y_1) yaitu *user satisfaction*. Dalam penelitian ini penulis mengembangkan variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) dari penelitian-penelitian terdahulu dalam tempat penelitian yang berbeda yaitu pengaruh *usability* (X_1), *information quality* (X_2) dan *service interaction* (X_3) terhadap *user satisfaction*. (Y_1) sistem reservasi *e-ticketing* pada aplikasi KAI *access* oleh PT. Kereta Api Indonesia

2.2 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Sugiyono (2017:105). Maka untuk memberikan jawaban sementara atas masalah yang dikemukakan diatas maka peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut :

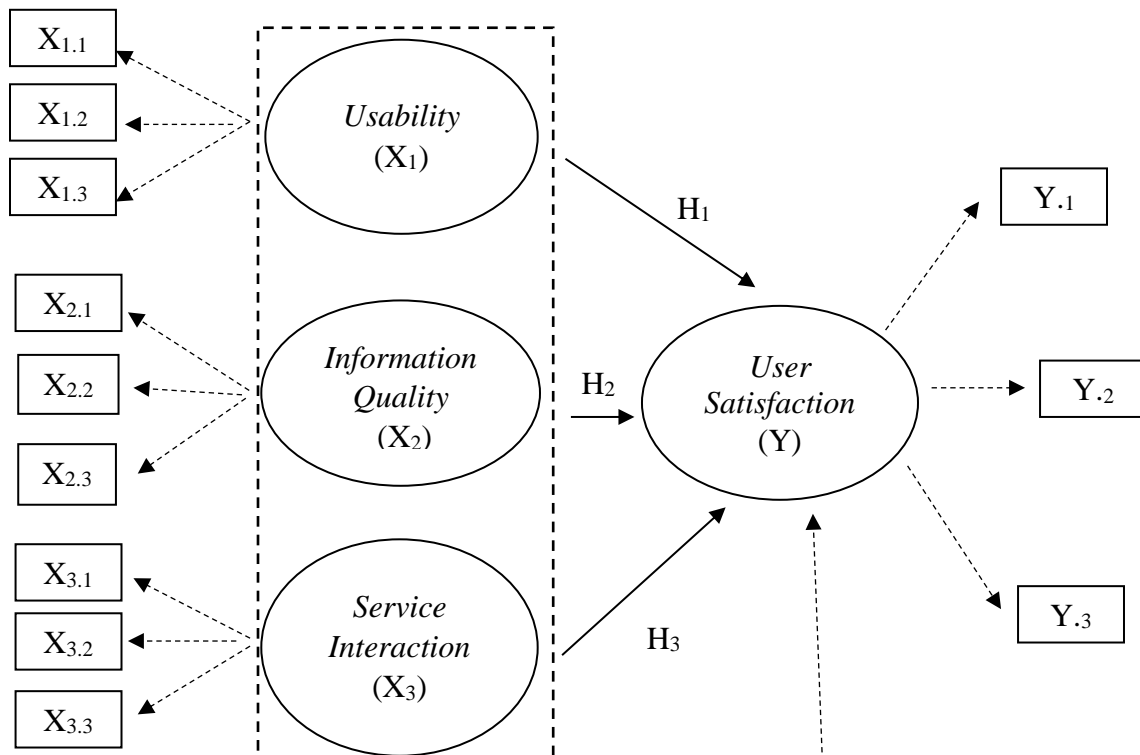
H1 = Diduga ada pengaruh positif dan signifikan pada variabel *usability* (X_1) terhadap *user satisfaction*. (Y) sistem reservasi *e-ticketing* pada aplikasi KAI *access*.

H2 = Diduga ada pengaruh positif dan signifikan pada variabel *information quality* (X_2) terhadap *user satisfaction*. (Y) sistem reservasi *e-ticketing* pada aplikasi KAI *access*

H3 = Diduga ada pengaruh positif dan signifikan pada variabel *service interaction* (X_3) terhadap *user satisfaction*. (Y) sistem reservasi *e-ticketing* pada aplikasi KAI *access*.

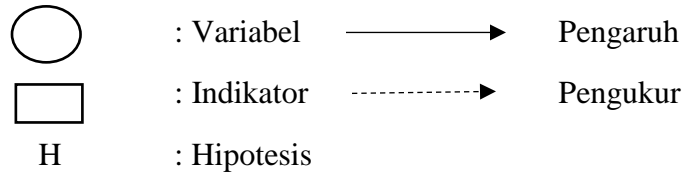
2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran digunakan sebagai penjelasan sementara terhadap suatu gejala yang menjadi objek dari suatu permasalahan yang sedang diteliti. Kerangka pikir ini disusun berdasarkan tinjauan pustaka dari hasil penelitian yang terkait, yang mana kerangka pikir ini menjadi acuan dalam merumuskan hipotesis. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:



1. ***Usability (X₁)***

Menurut Nielsen (2012) Indikator – Indikator *Usability* antara lain :

X1.1. *Appearance* (tampilan)

X1.2. *Navigation* (navigasi)

X1.3. *learnability* (mudah dipelajari)

2. ***Information Quality (X₂)***

Menurut Hitesh Gupta (2011) indikator-indikator *Information quality* yaitu:

X2.1 Akurat

X2.2 Tepat Waktu

X2.3 Relevan

3. ***Service Interaction (X₃)***

Menurut Utama (2017) indikator-indikator *service interaction* yaitu :

X3.1 Keamanan transaksi

X3.2 Pengiriman produk sesuai yang dijanjikan

X3.3 Keamanan informasi pribadi

4. ***User Satisfaction (Y₁)***

Menurut Tjiptono (2011) indikator-indikator *user satisfaction* yaitu :

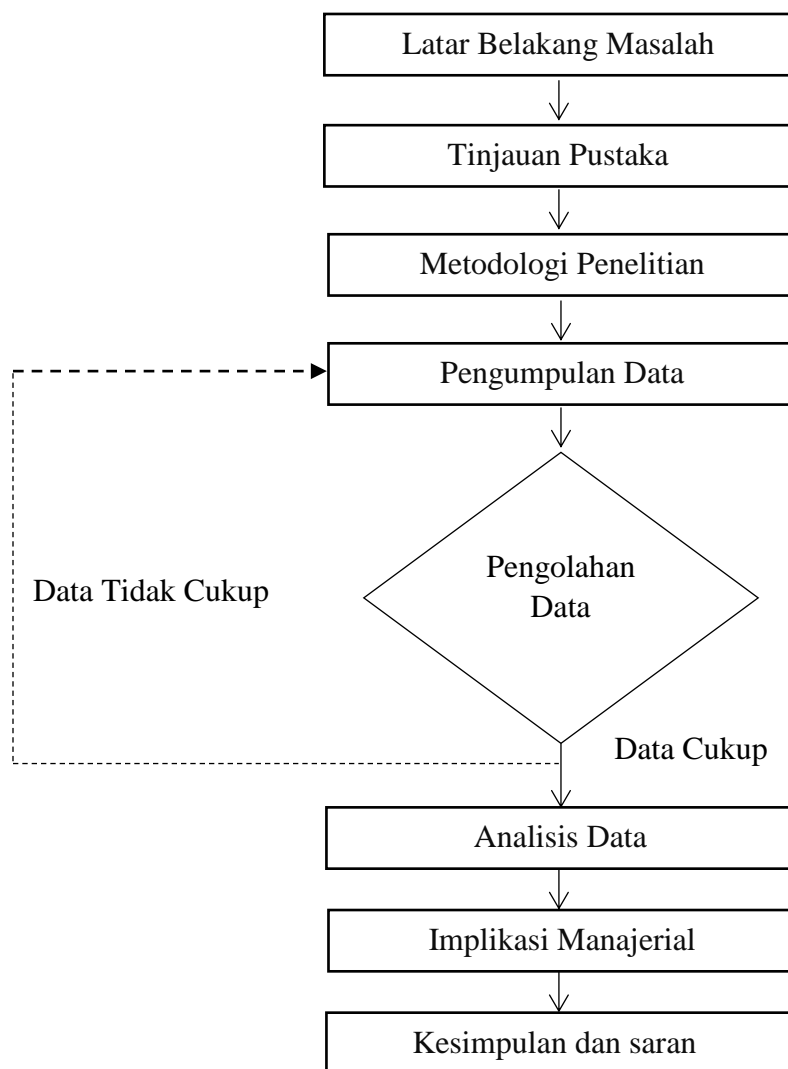
Y1.1 Merasa puas

Y1.2 Kesediaan pengguna untuk merekomendasikan

Y1.3 Keinginan untuk selalu membeli produk atau jasa

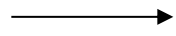
2.4 Alur Penelitian

Alur penelitian merupakan perencanaan dan rangkaian proses yang akan ditempuh untuk menyelesaikan suatu penelitian. Adapun alur penelitian yang akan penulis jalani dapat dilihat dibawah ini

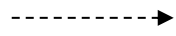


Gambar 2.2 Diagram Alur Penelitian

Keterangan :



: Langkah penyusunan skripsi



: Apabila terjadi kekurangan data pada tahap pengolahan data maka dapat dilakukan pengumpulan data kembali