



## PENGARUH MODEL DELON AND MCLEAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA PADA PENGGUNA APLIKASI OVO DI SURABAYA

Denis Fidita Karya, Amilia Nur Indah Saputri

Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya

[denisfk@unusa.ac.id](mailto:denisfk@unusa.ac.id)

### ABSTRAK

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan pada variabel kualitas informasi, kualitas layanan, kualitas sistem, pengguna, dan manfaat bersih terhadap kepuasan pengguna, (study pada pengguna aplikasi OVO di kota Surabaya). Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuisisioner yang berupa angket dan di sebarakan berdasarkan tujuan penelitian. Responden yang di ambil dalam penelitian ini sebanyak 115 responden. Menggunakan metode non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling, untuk metode yang digunakan untuk menganalisis data pada penelitian ini menggunakan SmartPLS 3.0. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sedangkan pengguna berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna dan yang terakhir yaitu manfaat bersih berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

**Kata Kunci:** *Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Kualitas Sistem, Pengguna, Mnafaat Bersih dan Kepuasan Pengguna.*

### ABSTRACT

This study aims to determine whether there is a significant influence on the variables of information quality, service quality, system quality, users, and net benefits on user satisfaction (a study on users of the OVO application in the city of Surabaya). The method in this study uses a questionnaire in the form of a questionnaire and is distributed based on the research objectives. Respondents taken in this study were 115 respondents. Using a non-probability sampling method with a purposive sampling approach, for the method used to analyze the data in the study using SmartPLS 3.0. Based on the data analysis that has been done, it is found that the quality of information has no significant effect on user satisfaction. Service quality has a significant effect on user satisfaction. System quality has no significant effect on user satisfaction, while users have a significant effect on user satisfaction and finally, net benefits have a significant effect on user satisfaction.

**Keywords:** *Information Quality, Service Quality, System Quality, Users, Net Benefits and User Satisfaction.*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan internet pada saat ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Teknologi mendorong masyarakat untuk melakukan berbagai kegiatan dan bertransaksi secara online karena dianggap lebih efisien dari segi waktu dan lebih mudah dalam memperoleh informasi yang dibutuhkan. Teknologi internet mengalami kemajuan dan pertumbuhan yang dapat memberikan inovasi baru bagi masyarakat. Media internet lebih membantu masyarakat untuk memperoleh informasi tanpa harus bertemu secara langsung, memberikan ruang kepada konsumen untuk menyampaikan opini dan pendapat terkait dengan produk dan memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkannya sebagai media promosi dikarenakan internet memiliki jangkauan yang luas (Chan & Ngai, 2011).

Dalam 5 tahun terakhir pengguna internet di Indonesia semakin tahun semakin meningkat, dengan adanya peningkatan yang cukup signifikan pada tahun 2017 – 2018 peningkatannya mencapai 10,12% atau sebanyak 27,91 juta jiwa yang menggunakan internet.

**Tabel**  
**Pengguna Internet di Indonesia**

Tahun	Populasi	Persentase
2014	88,1 juta jiwa	34,9%
2015	110,2 juta jiwa	-
2016	132,7 juta jiwa	51,8%
2017	143,26 juta jiwa	54,68%
2018-2019	171,17 juta jiwa	64,8%

Sumber: [Kompas.com](http://Kompas.com)

Pada tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa atau setara dengan 54,68% dari total jumlah penduduk Indonesia (APJII, 2017). Dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8% yang sudah terhubung ke internet. Angka ini meningkat dari tahun 2017 saat angka penetrasi internet di Indonesia tercatat sebanyak 54,68% [Kompas.com](http://Kompas.com). Pertumbuhan jumlah pengguna internet ini yang mendorong terciptanya persaingan bagi para pelaku bisnis untuk dapat memenangkan persaingan pasar, terutama bisnis *e-commerce*. Managing Director Google Indonesia Randy Jusuf mengatakan *Gross Merchandise Value* atau GMV industri *e-commerce* di Indonesia tahun 2018 mencapai USD 12,5 miliar (Anggraeni, 2018).

Pada awal tahun 2018, aplikasi OVO mulai mengadakan ekspansi melalui kerjasama dengan berbagai pusat perbelanjaan, online shop, ecommerce dan transaksi perbankan berbasis non tunai. Informasi yang diperoleh pada pertengahan tahun 2018 menurut Presiden Direktur PT OVO, Adrian Suherman menyebutkan jumlah pengguna aplikasi OVO mencapai 5-6 juta pengguna di seluruh Indonesia dan menargetkan akan mencapai 20 juta pengguna di akhir tahun 2018 (Gosta dkk, 2018). Peningkatan kualitas sistem informasi ini nantinya akan memberikan dampak pada komitmen pengguna Aplikasi OVO (Karya, 2020).



**Gambar**  
**Persaingan Dompet Digital Di Indonesia**

**Sumber:** <https://katadata.co.id/berita/2019/10/07/persaingan-bisnis-dompet-digital-makin-ketat-dan-mengerucut>

Dalam Gambar di atas OVO telah menggaet sekitar 500 ribu mitra offline, 9 juta mitra Grab, 3 juta pedagang online di Tokopedia. Berdasarkan data CB Insights, valuasi OVO disebut menyentuh US\$ 2,9 miliar atau sudah menjadi unicorn. Namun, OVO belum memberikan tanggapan terkait hal itu. Sejauh ini, GoPay dan OVO cenderung menggarap pasar yang sama. Namun, OVO menawarkan benefit lain yakni gratis isi ulang (*top-up*) [Katadata.co.id](https://katadata.co.id).

Dalam penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan aplikasi OVO sebagai objek dalam penelitian karena aplikasi OVO ini menarik untuk di jadikan objek dalam penelitian ini dalam segi hal kemampuan sistem informasi yang ada di aplikasi tersebut. Pada saat ini aplikasi OVO berada di nomer kedua setelah GoPay yang menjadi alat pembayaran non tunai. Dengan menggunakan model DeLone and McLean dalam penelitian ini dapat mengetahui bagaimana sistem teknologi informasi yang ada pada aplikasi tersebut, agar manajemen perusahaan OVO ini bisa mengetahui apa saja kelemahan yang ada pada aplikasi OVO dan bagaimana cara mengatasi agar reteng dalam persaingan OVO semakin meningkat dan bisa menyaingi aplikasi GoPay yang saat ini menjadi nomer 1 dalam persaingannya.

### Kualitas Informasi

*Information Quality* merupakan output dari penggunaan sistem informasi oleh pengguna (*user*). Variabel ini menggambarkan kualitas informasi yang dipersepsikan oleh pengguna yang diukur dengan keakuratan informasi (*accuracy*), relevan (*relevance*), kelengkapan informasi (*completeness*), ketepatan waktu (*timeliness*), dan penyajian informasi (*format*). Indikator pengukuran kualitas sistem dari DeLone dan McLean (Jogiyanto, 2007) yaitu:

- Kelengkapan (*Completeness*) Suatu informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika informasi yang dihasilkan lengkap. Informasi yang lengkap ini sangat dibutuhkan oleh pengguna dalam pengambilan keputusan. Informasi yang lengkap ini mencakup seluruh informasi yang dibutuhkan oleh pengguna dalam menggunakan sistem informasi tersebut. Jika informasi yang tersedia dalam sistem informasi lengkap maka akan memuaskan pengguna. Pengguna mungkin akan menggunakan sistem informasi tersebut secara berkala setelah merasa puas terhadap sistem informasi tersebut.

- b. Relevan (*Relevance*) Kualitas informasi suatu sistem informasi dikatakan baik jika relevan terhadap kebutuhan pengguna atau dengan kata lain informasi tersebut mempunyai manfaat untuk penggunaannya. Relevansi informasi untuk tiap-tiap pengguna satu dengan yang lainnya berbeda sesuai dengan kebutuhan.
- c. Akurat (*Accurate*) Informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi harus akurat karena sangat berperan bagi pengambilan keputusan penggunaannya. Informasi yang akurat berarti harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas mencerminkan maksud informasi yang disediakan oleh sistem informasi. Informasi harus akurat karena dari sumber informasi sampai ke penerima informasi kemungkinan banyak terjadi gangguan (*noise*) yang dapat merubah atau merusak informasi tersebut.
- d. Ketepatan waktu (*Timeliness*) Informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat, informasi yang sudah usang tidak akan mempunyai nilai lagi, karena informasi merupakan landasan didalam pengambilan keputusan. Jika pengambilan keputusan terlambat, maka dapat berakibat fatal untuk organisasi sebagai pengguna suatu sistem informasi tersebut. Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa kualitas informasi yang dihasilkan sistem informasi baik jika informasi yang dihasilkan tepat waktu.
- e. Format informasi yang memudahkan pengguna untuk memahami informasi yang disediakan oleh sistem informasi mencerminkan kualitas informasi yang baik. Jika penyajian informasi disajikan dalam bentuk yang tepat maka informasi yang dihasilkan dianggap berkualitas sehingga memudahkan pengguna untuk memahami informasi yang dihasilkan oleh suatu sistem informasi. Format informasi mengacu kepada bagaimana informasi dipresentasikan kepada pengguna. Dua komponen dari format informasi adalah bentuk dasar dan konteks dari interpretasinya dimana kadang-kadang dipandang sebagai frame. Bentuk dasar format merupakan bentuk penyajian website sebagai suatu bentuk sistem informasi, sedangkan konteks interpretasi sistem informasi mempengaruhi pandangan pengguna dan hal ini sering menyebabkan kesalahpahaman.

### **Kualitas Sistem**

Kualitas sistem adalah kualitas dari kombinasi hardware dan software dalam sistem informasi. Lebih tepatnya adalah performa dari sistem, yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, prosedur dari sistem informasi dapat menyediakan informasi kebutuhan pengguna (Radityo dan Zulaikha, 2007). Indikator pengukuran kualitas sistem dari DeLone dan McLean (Jogiyanto, 2007) yaitu :

- a. Kenyamanan akses tingkat kesuksesan sistem informasi dapat dilihat dari tingkat kenyamanan pengguna dalam menggunakan sistem informasi. Dengan tingginya tingkat kenyamanan suatu sistem informasi maka pengguna akan sering menggunakan sistem informasi untuk mencari informasi yang dibutuhkan.
- b. Keluwesan Sistem (*Flexibility*) sistem informasi sangat mempengaruhi tingkat kesuksesan sistem. Pengguna akan lebih memilih sistem yang lebih flexibel dibandingkan dengan sistem yang kaku. Dengan tingkat flexibelitas yang tinggi maka pengguna dapat sistem dengan lebih mudah.
- c. Realisasi dari ekspektasi-ekspektasi pemakai Jika sebuah sistem dapat merealisasikan ekspektasi (harapan) dari pemakai dalam mencari sebuah informasi maupun penggunaan sistem maka sistem akan lebih diminati.
- d. Kegunaan dari fungsi-fungsi spesifik Setiap sistem informasi dapat dibedakan fungsi-fungsi yang dimilikinya. Banyak sistem informasi lebih diminati karena memiliki fungsi-fungsi yang lebih spesifik dari sistem informasi lain.

### **Kualitas Layanan**

Kualitas layanan (SQ) adalah evaluasi holistik pengguna mengenai kesempurnaan sistem informasi. Persepsi kualitas layanan terhadap hasil pengguna dari perbandingan harapan pengguna dengan kinerja layanan aktual. Dua faktor yang saling berkaitan untuk analisis kualitas layanan harus dipertimbangkan; yaitu, unit IS dan IS tertentu aplikasi (Pitt et al., 1995). Dimensi kualitas menurut (Tjiptono, 2012) mengungkapkan bahwa terdapat lima indikator utama yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu berupa kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan perhatian (*attention*), bukti langsung (*tangibles*).

- a. Reliabilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- b. Responsivitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- c. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, risiko, atau keragu-raguan.
- d. Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
- e. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi.

### **Pengguna (Use)**

Pengguna adalah tingkat dan cara dimana pengguna memanfaatkan kemampuan dari suatu sistem informasi (DeLone dan McLean, 1992). Sebagai contoh pengukurannya adalah jumlah penggunaan, frekuensi penggunaan, tujuan penggunaan dan kesesuaian penggunaan. Penggunaan mengacu pada seberapa sering pengguna memakai sistem informasi. Dalam kaitannya dengan hal ini penting untuk membedakan apakah pemakaiannya termasuk keharusan yang tidak bisa dihindari atau sukarela. Variabel ini diukur dengan indikator yang digunakan hanya terdiri dari satu item yaitu seberapa sering pengguna (*user*) menggunakan sistem informasi tersebut (*frequency of use*) (Jogiyanto, 2007).

### **Manfaat Bersih ( Net Benefit)**

Manfaat bersih adalah hasil dari penggunaan sistem informasi yang memberikan kontribusi bagi individu, kelompok dan organisasi ( DeLone dan McLean, 2003). Manfaat bersih merupakan ukuran perhitungan penting dalam suatu kesuksesan sistem informasi karena menunjukkan dampak positif yang diterima oleh individu atau organisasi. Pengukuran manfaat bersih dapat dikategorikan pada level individu, organisasi, industri, dan sosial. Manfaatbersih merupakan dampak(*impact*) keberadaan dan pemakaian sistem informasi terhadap kualitas kinerja pengguna baik secara individual maupun organisasi termasuk di dalamnya produktivitas, meningkatkan pengetahuan dan mengurangi lama waktu pencarian informasi (Jogiyanto, 2007). Variabel ini merupakan dampak keberadaan serta pemakaian sistem informasi terhadap kualitas kinerja pengguna baik secara individu maupun organisasi.

### **Kepuasan Pengguna (Use Satisfaction)**

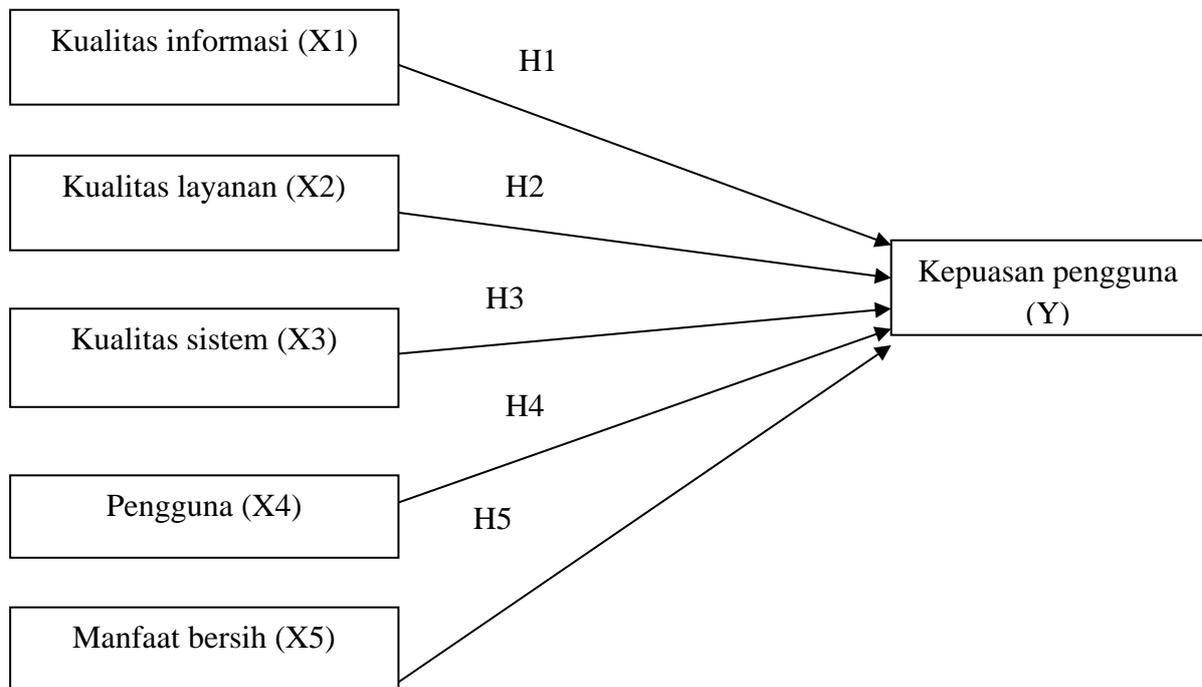
Bailey dan Pearson (1983) mendefinisikan kepuasan pengguna sebagai jumlah perasaan atau sikap seseorang menuju berbagai faktor yang memengaruhi situasi tersebut. DeLone dan McLean (2003) memandang kepuasan pengguna tentang penggunaan dan penerimaan sistem sebagai hal yang praktisukuran keberhasilan IS. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang atau gembira (Karya, 2016). Variabel ini diukur dengan indikator yang terdiri atas efisiensi (*efficiency*), keefektifan (*effectiveness*), dan kepuasan (*satisfaction*) DeLone dan McLean (2003).

- a. Efisiensi (*Efficiency*) Kepuasan pengguna dapat tercapai jika sistem informasi membantu pekerjaan pengguna secara efisien. Keefisienan ini dapat dilihat dari sistem informasi yang dapat memberikan solusi terhadap pekerjaan pengguna kaitannya dengan aktivitas pelaporan

- data secara efisien. Suatu sistem informasi dapat dikatakan efisien jika suatu tujuan yang dimiliki pengguna dapat tercapai dengan melakukan hal yang tepat.
- b. Keefektivan (*Effectiveness*) Keefektivan sistem informasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna dapat meningkatkan kepuasan pengguna terhadap sistem informasi tersebut. Keefektivan sistem informasi ini dapat dilihat dari kebutuhan atau tujuan yang dimiliki pengguna dapat tercapai sesuai harapan atau target yang diinginkan.
  - c. Kepuasan (*Satisfaction*) Kepuasan pengguna dapat diukur melalui rasa puas yang dirasakan pengguna dalam menggunakan sistem informasi perpustakaan. Rasa puas pengguna dapat ditimbulkan dari fitur-fitur yang disediakan sistem informasi perpustakaan seperti kualitas sistem dari sistem informasi perpustakaan dan kualitas informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi perpustakaan. Rasa puas yang dirasakan pengguna mengindikasikan bahwa sistem informasi berhasil memenuhi aspirasi atau kebutuhan pengguna.

### Kerangka Pemikiran

Berikut ini adalah kerangka konseptual yang penulis gambarkan untuk mempermudah dalam memahami arah tujuan penelitian ini.



### Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan pemikiran diatas maka penelitian ini dibuat suatu hipotesis yaitu sebagai berikut:

#### Hubungan antara Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna

Information Quality merupakan output dari penggunaan sistem informasi oleh pengguna (*user*). Variabel ini menggambarkan kualitas informasi yang dipersepsikan oleh pengguna yang diukur dengan keakuratan informasi (*accuracy*), relevan (*relevance*), kelengkapan informasi (*completeness*), ketepatan waktu (*timeliness*), dan penyajian informasi (*format*) (Jogiyanto, 2007). Sebuah website yang dibuat dan didesain dengan baik dan memiliki informasi yang lengkap, yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen akan meningkatkan kemungkinan kesan yang baik bagi konsumen. Kesan yang diterima dari sebuah website tersebut akan memberikan dampak yang positif pada kepuasan konsumen. Dengan

menggunakan Information System Succes Delon & McLean Dalam hubungannya dengan Kepuasan Penggunaan, kualitas informasi website juga penting, karena dengan kualitas yang baik, (yang mencakup informasi, kemudahan untuk mengakses, desain tampilan, kualitas customer service yang memadai, keamanan transaksi dan pembayaran), maka akan meningkatkan pemahaman konsumen terkait produk yang ingin dan memudahkan mereka melakukan pencarian serta pemilihan produk, sehingga akan mempercepat keputusan untuk membeli dan menghasilkan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

H1 : Variabel kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

### **Hubungan antara Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna**

Pengertian Kualitas menurut Manajemen Pemasaran (Kotler dan Keller, 2009) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ada tiga komponen yang mempengaruhi dari kualitas layanan (*service quality*) yaitu jaminan (*assurance*) merupakan jaminan kualitas yang diberikan sistem, empati (*system empathy*) merupakan kepedulian sistem terhadap pengguna, system responsiveness merupakan kualitas respon sistem terhadap aksi yang dilakukan oleh pengguna. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap suatu kinerja tau hasil suatu produk dan harapan – harapannya. Dengan menggunakan Information System Succes Delon & McLean Dalam hubungannya dengan kualitas pelayanan hal yang paling penting dalam menentukan kepuasan pengguna. Karena pengguna mempertimbangkan kualitas pelayanan yang mampu memberikan pelayanan yang baik yang bisa di terima oleh pengguna. Jika apabila kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi tersebut maka akan menimbulkan rasa kepuasan terhadap penggunaannya.

H2 : Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

### **Hubungan antara Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Pengguna**

Menurut Delon dan Mclean (2003), kualitas sistem adalah karakteristik dari kualitas yang dapat diinginkan dari sistem informasi dan informasi berkualitas yang diinginkan informasi yang ada dalam karakteristik produk. Kualitas sistem yaitu kualitas pada kombinasi hardware dan software dalam sistem informasi. Dengan menggunakan Information System Succes Delon & McLean Dalam hubungannya dengan kepuasan pengguna merupakan suatu respon pengguna setelah menggunakan sebuah sistem informasi. Secara keseluruhan kepuasan pengguna banyak dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan. Sehingga sarana yang digunakan dalam mengukur tingkat kepuasan pengguna yaitu dengan melihat tingkat kepuasan mengenai laporan atau output yang dihasilkan, website, dan layanan dukungan dari penyedia sistem (Petter et al, 2008). Jadi apabila kualitas sistem mudah untuk diakses atau digunakan maka konsumen juga dengan mudah untuk menggunakan aplikasi tersebut dan konsumen juga akan merasa puas dengan menggunakan aplikasi tersebut.

H3 : Variabel kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

### **Hubungan antara Pengguna (*use*) Terhadap Kepuasan Pengguna**

Penggunaan mengacu pada seberapa sering pengguna memakai sistem informasi. Dalam kaitannya dengan hal ini penting untuk membedakan apakah pemakaiannya termasuk keharusan yang tidak bisa dihindari atau sukarela. Variabel ini diukur dengan indikator yang digunakan terdiri dari penggunaan waktu harian dan frekuensi penggunaan (Livari, 2005). Jika apabila sebuah sistem informasi tersebut semakin banyak yang menggunakan maka dapat di katakan pengguna memiliki rasa puas terhadap aplikasi tersebut.

H4 : Variabel pengguna (*use*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

## Hubungan antara Manfaat Bersih ( *Net Benefit* ) Terhadap Kepuasan Pengguna

Manfaat-manfaat bersih merupakan dampak (*impact*) keberadaan dan pemakaian sistem informasi terhadap kualitas kinerja pengguna baik secara individual maupun organisasi termasuk di dalamnya produktivitas, meningkatkan pengetahuan dan mengurangi lama waktu pencarian informasi (Jogiyanto, 2007). Rasa puas pengguna dapat ditimbulkan dari fitur-fitur yang disediakan sistem informasi perpustakaan seperti kualitas sistem dari sistem informasi. Jika semakin banyaknya keuntungan yang dirasakan oleh individu dan juga organisasi setelah penerapan sistem informasi tersebut maka dapat dikatakan individu atau organisasi tersebut puas terhadap sistem informasi yang telah digunakan.

H5 : Variabel Manfaat Bersih (*Net Benefit*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

### METODE PENELITIAN

Berdasarkan pada rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan pada bab sebelumnya, maka jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif untuk menguji dan membuktikan hipotesis yang telah dibuat melalui tes dan pengelolaan data. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa dan karyawan yang berusia 18 – 35 tahun dan berdomisili di Kota Surabaya. Teknik analisis dalam penelitian ini akan menggunakan Software smartPLS 3.0 Structural Equation Modelling (SEM) merupakan suatu metode yang digunakan untuk menutup kelemahan yang terdapat pada metode regresi. Menurut para ahli metode penelitian Structural Equation Modelling (SEM) dikelompokkan menjadi dua pendekatan yaitu pendekatan Covariance Based SEM (CBSEM) dan Variance Based SEM atau Partial Least Square (PLS).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden digunakan untuk mengetahui keragaman dari responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan penyebaran kuisioner pada 130 responden yang diolah sebanyak 155 responden. Hal tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran yang cukup jelas mengenai kondisi dari responden dan kaitannya dengan masalah dan tujuan penelitian tersebut.

Karakteristik sebuah responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel berikut:

**Tabel**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-laki	35	31%
Perempuan	80	69%
Total	115	100%

Sumber: Hasil *Output SPSS* data primer diolah (2020)

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa responden yang digunakan dalam penelitian ini yang paling banyak adalah perempuan yaitu sebanyak 80 orang atau 69%. Sedangkan responden laki-laki sebanyak 35 orang atau 31%. Hal tersebut dikarenakan perempuan cenderung lebih mengetahui banyak hal yang dapat mempermudah dalam melakukan pembayaran atau transaksi dan perempuan juga sangat suka berbelanja online dengan memanfaatkan kecanggihan sistem informasi saat ini yang lebih mudah untuk digunakan.

### Responden Berdasarkan Usia

Pengguna aplikasi OVO ini sifatnya beragam mulai dari remaja, dewasa hingga orang tua sekalipun, maka hal ini memungkinkan responden bervariasi dalam hal umur. Karakteristik responden berdasarkan umur dapat dilihat pada tabel 4.2 sebagai berikut:

**Tabel**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Tingkat usia	Jumlah	Presentase
18- 21 tahun	29	25%
22-24 tahun	49	43%
25-27 tahun	25	21%
28-35 tahun	13	11%
Total	115	100%

Sumber: Hasil *Output SPSS* data primer diolah, (2020)

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat diketahui bahwa untuk usia responden usia 19-21 tahun sebanyak 29 orang atau 25%. Sedangkan untuk usia responden yang paling banyak terdapat di usia antara 22-24 tahun sebanyak 49 orang atau 43%. Kemudian usia responden 25-24 tahun sebanyak 25 orang atau 21%, dan untuk umur 28-30 tahun sebanyak 13 orang atau 11%. Berdasarkan umur responden yang digunakan dalam penelitian ini, paling banyak adalah responden yang berusia antara 22-24 tahun yaitu sebanyak 49 orang atau 43%. Hal tersebut terjadi karena kebanyakan pengguna aplikasi OVO adalah kalangan orang dewasa yang sangat update dalam menggunakan aplikasi-aplikasi yang terkini.

### Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan seseorang seringkali mempengaruhi seseorang dalam mengambil keputusan menggunakan suatu produk. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan ditunjukkan pada tabel berikut ini:

**Tabel**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase
Mahasiswa	63	55%
Wiraswasta	39	34%
Lain-lain	13	11%
Total	115	100%

Sumber: Hasil *Output SPSS* data primer diolah, (2020)

Pada tabel diatas menunjukkan bahwa pekerjaan sebagai responden yang paling banyak adalah mahasiswa sebanyak 63 orang atau 55%. Kemudian responden yang bekerja sebagai wiraswasta yaitu sebanyak 39 orang atau 34%. Sedangkan untuk lain-lain sebanyak 13 orang atau 11%, yangn dimaksud lain-lain itu sendiri adalah pekerjaan seperti buruh dan lainnya.

### Evaluasi *Outer Model*

Untuk menguji *Convergen Validity*, *Composite Reliability* dan *Discriminant Validity* digunakan nilai *outer loading* atau *loading factor*. Suatu indikator dinyatakan memenuhi *Convergen Validity* dalam kategori baik apabila nilai *outer loading* > 0.7. Nilai *Composite Reliability* dikatakan memenuhi syarat apabila nilai > 0.7. Serta *Discriminant Validity* dilihat nilai AVE jika > 0.5. Berikut adalah nilai dari masing-masing indikator pada variabel penelitian ini:

**Table**  
**Outer Model**

Variabel	Indikator	Outer Loading	Composite Reliability	AVE
Kualitas Informasi	K11	0,717	0,851	0,588
	K12	0,819		
	K13	0,743		
	K14	0,785		
Kualitas Sistem	KS1	0,878	0,867	0,687
	KS2	0,883		
	KS3	0,715		
Kualitas Layanan	KL1	0,743	0,845	0,654
	KL2	0,826		
	KL3	0,817		
Pengguna	P1	0,876	0,949	0,903
	P2	0,943		
	P3	0,957		
Manfaat Bersih	MB1	0,762	0,868	0,687
	MB2	0,842		
	MB3	0,879		
Kepuasan Pengguna	KP1	0,794	0,804	0,672
	KP2	0,845		
	KP3	0,783		

Sumber: Hasil *Output SmartPLS 2.0* (2020)

Berdasarkan data yang ada di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing indikator variabel penelitian banyak yang memiliki nilai *outer loading* > 0,7. Nilai *composite reliability* semua variable memenuhi syarat yaitu > 0.7. Serta nilai dari *discriminant validity* dari variable yang digunakan memenuhi syarat diatas 0.5.

## Uji Hipotesis

Setelah peneliti melakukan olah data, hasilnya dapat digunakan untuk menjawab hipotesis pada penelitian ini. Uji hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai *T-Statistic* dan nilai *P-Value*. Hipotesis penelitian dapat dinyatakan diterima apabila nilai *P-Value* < 0,05 (Cooper and Schindler, 2014). Berikut ini adalah hasil uji hipotesis yang diperoleh dalam penelitian ini melalui *inner model*:

**Tabel**  
***T-Statistic dan P-Value***

<b>Hipotesis</b>	<b>Pengaruh</b>	<b><i>T-Statistic</i></b>	<b><i>P-Value</i></b>	<b>Hasil</b>
H1	Kualitas informasi => kepuasan pengguna	0,894	0,372	Rejected
H2	Kualitas layanan => kepuasan pengguna	2,136	0,033	Accepted
H3	Kualitas sistem =>kepuasan pengguna	1,195	0,233	Rejected
H4	Pengguna => kepuasan pengguna	2,517	0,012	Accepted
H5	Manfaat bersih => kepuasan pengguna	2,951	0,003	Accepted

Sumber: Hasil *Output SmartPLS 3.0* (2020)

## PEMBAHASAN

### **Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna**

Variabel kualitas informasi menunjukkan hasil ditolak atau tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna pada pengguna aplikasi OVO di Surabaya. Hal ini berarti jika kualitas informasi yang disediakan tidak memenuhi atau tidak sama dengan apa yang diinginkan oleh konsumen maka pengguna aplikasi tersebut akan semakin jarang untuk menggunakannya. Terkadang pengguna aplikasi tersebut juga bisa mengakses informasi tentang aplikasi OVO tersebut dengan menggunakan Google yang lebih mudah. Kualitas informasi yang dihasilkan dari sistem informasi yang kurang akurat, maka semakin menurunnya kepuasan pada pemakai sistem atau aplikasi tersebut. Dari hasil uji hipotesis diketahui bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hasil yang ditolak ini dapat dijelaskan bahwa kualitas informasi yang diukur oleh 6 skala pengukuran yakni kelengkapan, ketepatan, akurasi, konsistensi, kekinian dan bentuk mengindikasikan bahwa menurut persepsi pengguna sistem, kualitas informasi yang baik, yang tercermin misalnya dari kelengkapan output laporan justru malah membingungkan pemakai sistem yang pada akhirnya akan membuat mereka enggan untuk menggunakan sistem informasi dan merasa tidak puas dengan aplikasi tersebut. Dengan hasil diatas, maka hipotesis 1 yaitu kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan dan dinyatakan ditolak. Hasil uji hipotesis yang menunjukkan tidak adanya pengaruh antara kualitas informasi dengan kepuasan pengguna dapat juga dilihat pada penelitian (Budiyanto, 2009).

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna**

Kualitas layanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pengguna, kualitas layanan berarti kualitas dukungan yang diterima pengguna sistem dari organisasi. Menurut Delone dan McLean (2003) kualitas layanan menjadi lebih penting dibandingkan penerapan layanannya, karena pemakaian-pemakaian sistem sekarang adalah lebih sebagai para pengguna dan bukannya para karyawan atau pemakai internal saja.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna. Maka dari sini dapat disimpulkan bahwa pengguna OVO merasakan bahwa kualitas layanan pada aplikasi OVO cukup baik, maka pengguna OVO akan cenderung untuk merasa puas saat menggunakan aplikasi OVO tersebut. Oleh karena itu mereka semakin puas dalam menggunakan aplikasi OVO yang kegunaannya sangat banyak mulai dari pembayaran di merchant-merchant yang sudah bergabung dengan OVO dan juga aplikasi ini dapat mempermudah penggunaannya dalam melakukan transaksi seperti transfer ke rekening bank. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Wang dan Liao (2010) membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan positif terhadap kepuasan dalam konteks *e-commerce*. Petter, et al (2008) menyatakan bahwa kualitas informasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap pengguna dan kepuasan.

### **Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Pengguna**

Kualitas sistem informasi merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem itu sendiri (DeLone & McLean, 1992). Kualitas sistem informasi juga didefinisikan sebagai *Perceived Ease Of Use* yang merupakan tingkat seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Dari hasil uji hipotesis diketahui bahwa pengaruh kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini berarti jika kualitas sistem dalam suatu aplikasi kurang baik maka pengguna aplikasi tersebut akan merasa tidak puas dalam menggunakan aplikasi tersebut. Livari (2005) mengkarakteristikan kualitas sistem sebagai karakteristik yang diinginkan dari selama sistem informasi itu sendiri, seperti kemudahan penggunaan, kenyamanan, atau fleksibilitas. Jika pengguna aplikasi tersebut tidak menemukan kemudahan saat mengakses sistem yang ada pada aplikasi tersebut dan pengguna tidak merasa nyaman maka pengguna aplikasi OVO akan tidak merasa puas dalam menggunakannya dan akan semakin jarang untuk mengakses sistem yang ada pada aplikasi tersebut.

### **Pengaruh Pengguna Terhadap Kepuasan Pengguna**

Hasil penelitian membuktikan bahwa pengguna berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak orang yang menggunakan aplikasi OVO tersebut untuk melakukan transaksi pembayaran atau yang lainnya maka pengguna akan merasa puas dengan aplikasi tersebut. Karena aplikasi OVO juga sangat memberikan kemudahan bagi penggunaannya dengan menyediakan fitur-fitur yang di khususkan untuk mempermudah dalam bertransaksi atau yang lainnya. OVO juga sering memberikan para pelanggannya diskon atau potongan harga yang tersedia di merchant-merchant yang telah bergabung dengan mitra OVO ini. Hal ini juga bisa kita lihat di berbagai store di mall banyak sekali penawaran atau diskon yang menggiurkan yang di tawarkan oleh OVO dengan bertujuan agar semakin sering pengguna aplikasi OVO untuk melakukan transaksi. Bukan hanya di tempat besar atau mall di kedai-kedai tempat makan sekarang juga sudah banyak yang bergabung dengan mitra OVO ini dengan tujuan yang sama yaitu agar pengguna aplikasi OVO dipermudah saat melakukan transaksi atau pembayaran. Seperti telah dibahas sebelumnya, penggunaan sistem informasi yang bersifat mandatory, tidak serta merta tepat sebagai pengukur penggunaan nyata. Hasil ini konsisten dengan penelitian Roldan dan Leal (2003), Purwanto (2007), Radityo dan Zulaikha (2007). Penggunaan mandatory sistem informasi tidak dapat digunakan untuk mengukur puas tidaknya pemakai sistem. Hal ini terjadi karena kepuasan pemakai merupakan sikap yang muncul dari dalam dan bukan terjadi karena paksaan seperti pada implementasi sistem informasi mandatory.

### **Pengaruh Manfaat Bersih Terhadap Kepuasan Pengguna**

Manfaat bersih (*net benefits*) adalah keseimbangan antara dampak positif dan negatif dari pengguna sistem informasi. Net benefit dapat ditandai dengan efek pekerjaan, efektif dan efisien serta benefit langsung (Wang and Liao 2010). Manfaat bersih merupakan dampak (*impact*) keberadaan dan pemakaian sistem informasi terhadap kualitas kinerja pengguna baik secara individual maupun organisasi termasuk di dalamnya produktivitas, meningkatkan pengetahuan dan mengurangi lama waktu pencarian informasi (Jogiyanto, 2007). Hasil dari uji hipotesis yang dilakukan ada pengaruh

manfaat bersih berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak manfaat-manfaat yang di berikan dalam aplikasi OVO atau fitur-fitur yang selalu di perbarui oleh aplikasi OVO maka pelanggan juga akan semakin sering atau merasa puas dalam menggunakan aplikasi tersebut. Seperti contohnya aplikasi OVO saat ini menyediakan fitur untuk melakukan transfer ke antar bank, hal ini dapat mempermudah pengguna aplikasi OVO disaat akan melakukan transfer ke antar bank dengan mudah tidak perlu lagi datang ke bank.

## KESIMPULAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang dikembangkan berdasarkan fenomena pertumbuhan startup di Indonesia yang tidak selalu berjalan dengan baik. Aplikasi OVO merupakan salah satu startup yang terus menerus mengalami perkembangan sejak didirikan. Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji kesuksesan sistem informasi yang ada di aplikasi OVO dengan menggunakan model ISSM DeLone dan McLean. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa: Kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi OVO. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi OVO. Kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi OVO. Pengguna berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi OVO. Manfaat bersih berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi OVO.

## DAFTAR PUSTAKA

- Andreas B. E dan Rubera, G. 2010. "Drivers of Brand Commitment: A Cross National Investigation", *Journal of International Marketing*, Vol. 18 No. 2
- Anggraeni, K. (2018). *Transaksi E-Commerce Indonesia Tertinggi Di Asia Tenggara*. Diakses dari <https://bisnis.tempo.co/read/1150204/transaksi-e-commerce-indonesia-tertinggidi-asia-tenggara/full&view=ok> pada tanggal 19 Januari 2020.
- APJII. (2017). *Hasil Survei Penetrasi Dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2017*. Diakses dari <https://www.apji.or.id/content/read/39/342/Hasil-Survei-Penetrasi-dan-PerilakuPengguna-Internet-Indonesia-2017> pada tanggal 19 Januari 2020.
- Bailey, J.E. and Pearson, S.W. (1983). Development of a Tool for Measuring and Analyzing Computer User Satisfaction. *Management Science*, 29, 530-545.
- BPS. (2017). *Telecommunication Statistics In Indonesia 2017*. Diakses dari <https://www.bps.go.id/publication/2018/11/30/e0597f06233100ccdab076c1/statistiktelekomunikasi-indonesia-2017/> pada 2 februari 2020.
- Budiyanto. 2009. Evaluasi Kesuksesan Sistem Informasi Dengan Pendekatan Model DeLone dan McLean (Studi Kasus Implementasi Billing System di RSUD Kabupaten Sragen). Tesis, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Chan, Y. Y. Y., & Ngai, E. W. T. (2011). *Conceptualising Electronic Word Of Mouth Activity*. *Marketing Intelligence & Planning*, 29.
- Cooper, D.R and Schindler, P.S. 2014. *Business Research Methods*. Edisi 12. New York: McGraw-Hill.
- DeLone, W., and McLean E.R. (1992). Information System Success : The Quest for The Dependent Variabel. *Information System Research*.

- DeLone, W ., and McLean E.R (2003). *The DeLone and McLean Model of Information System Success: A Ten Year Update*. Journal of MIS,19(4).
- Gosta, D. R., Utami, D. N., & Dewi, F. S. (2018). *Presiden Direktur PT Visionet Internasional (OVO). Jangan Bersaing, Mending Kerja Sama*. Retrieved October 10, 2018, Diakses dari <https://surabaya.bisnis.com/read/20180607/250/803752/presiden-direktur-pt-visionetinternasional-ovo-adrian-suherman-jangan-bersaing-mending-kerja-sama> pada tanggal 19 Desember 2019
- Jogiyanto (2007). Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Karya, D. F. 2016. Analisis Kualitas Layanan dan Kepuasan Pengunjung Perpustakaan Kampus A Universitas Nahdlatul Ulama Surabaya (Unusa). Business and Finance Journal, Vol. 1. No. 2.
- Karya, D. F. 2020. Customer Loyalty Perspective Developed From Customer Commitment. Journal Of Applied Management and Business (JAMB), Vol 1. No. 1, pp. 20-26.
- Kotler, P Dan Keller, K. L. 2009. Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta.
- Livari, J. 2005. An Empirical Test of The DeLone and McLean Model of Information System Success, Database for Advances in Information System. Spring 2005.
- Petter, S., DeLone, W. H and McLean, E. R. 2008. Measuring Information System Success: Models, Dimensions, Measures and Interrelationships. Europe Journal of Information Systems, 17(3), 236-263.
- Pitt, L. F., Watson, R. T and Kavan, C. B. 1995. Service Quality: A Measure Of Information Systems Effectiveness. MIS Quarterly, Vol. 19, No. 2, pp. 173-187.
- Purwanto, A. 2007. Rancangan dan Implementasi Model Pemeriksaan Kinerja Badan Pemeriksa Keuangan Republik Indonesia Atas Aplikasi EGovernment di Pemerintah Daerah: Studi Kasus Kabupaten Sragen. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Priyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Sidoarjo: Zipatama Publishing.
- Radityo, D dan Zulaikha. 2007. Pengujian Model DeLone and McLean Dalam Pengembangan Sistem Informasi Manajemen (Kajian Sebuah Kasus). Simposium Nasional Akhir X. Universitas Hasanudin, Makasar.
- Roldan, J.L. dan Leal, A. 2003. A Validation Test of an Adaptation of the DeLone and McLean's Model in Spanish EIS Field. Idea Group Publishing. Februari 12. Available at: [business.clemson.edu/ISE/04chap.pdf](http://business.clemson.edu/ISE/04chap.pdf).
- Tjiptono, F. 2012, Pemasaran Strategik. Yogyakarta, Andi.
- Wang, Y. S and Liao, Y. W. 2010. "Assessing eGovernment systems success: A validation of the DeLone and McLean model of information systems success," Government Information Quarterly 25 , pp. 717-733, 2008.