



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Technology Acceptance Method

Davis (1986) berpendapat bahwa *Technology Acceptance Model* adalah evaluasi dari berbagai jenis tipe dalam sistem informasi. Morris dan Dillon (1997) berpendapat bahwa TAM bermanfaat dalam mengembangkan sebuah sistem menjadi lebih baik. Sedangkan Hoof et al (2005) berkata bahwa TAM adalah hal yang mempengaruhi karakteristik perkiraan seseorang menjadi sederhana didukung oleh data yang akurat sehingga dapat memprediksi perilaku pengguna apakah akan menerima dan menggunakan sebuah teknologi atau tidak.

Menurut Szajna (1996) TAM adalah kondisi dimana suatu sistem dapat memberikan manfaat dalam mengembangkan sistem agar pengguna tetap menggunakan sistem tersebut. Mahmood et al (2001) berpendapat bahwa TAM adalah metode penelitian yang mencari tahu alasan dibalik pengguna menggunakan sebuah sistem. Fishbein dan Ajzen (1975) berpendapat bahwa TAM adalah latar belakang individu menggunakan suatu hal dengan kondisi secara sadar, dan metode *technology acceptance* adalah ketertarikan seseorang menilai dan menggunakan sebuah sistem secara subyektif dan kepercayaan

Berdasarkan teori tersebut dapat disimpulkan bahwa *technology acceptance model* menurut adalah suatu metode yang digunakan untuk mencari tahu alasan seseorang menggunakan suatu sistem, alasan seseorang tertarik dengan sistem tersebut dan memprediksi alasan seseorang menerima atau tidak sebuah sistem. Dalam penelitian ini akan menggunakan teori TAM dari Hoof et al (2005) bahwa TAM adalah hal yang mempengaruhi karakteristik perkiraan seseorang yang didukung oleh data yang akurat sehingga dapat memprediksi perilaku pengguna apakah akan menerima dan menggunakan sebuah teknologi. Dalam penelitian ini, menggunakan metodologi TAM untuk mengukur keberhasilan penerimaan teknologi, dann mengukur apakah *perceived usefulness* dapat digunakan dalam mengukur *user behavior*.

2.2 Education Technology

Education Technology menurut *bestcollegeonline.org* (2019) adalah konsep atau alat yang memfasilitasi proses belajar menggunakan teknologi. *Education Technology* atau EdTech adalah hal yang sering dijumpai di setiap kelas baik di sekolah atau universitas. Definisi lain dari Edtech adalah penggabungan teknologi dengan metode pengajaran. *Education Technology* menurut BuiltIn (2018) adalah penggabungan antara alat teknologi dengan edukasi yang berguna dalam memberikan kemudahan dan fasilitas lebih dalam meningkatkan layanan belajar.

EdTech menurut Januszewski (2008) adalah metode belajar baik teori atau praktek agar dapat meningkatkan performa kerja dengan menciptakan, menggunakan, mengelola proses dan sumber daya teknologi secara tepat secara *online*. Menurut Helena Lazaro (2014) dalam *blog* mengenai *EdTech expert* adalah bidang teknologi yang diperuntukan untuk mengembangkan dan menerapkan pendidikan dengan menggunakan wadah *gadget* dan teknologi dalam memproses metode pengajaran. EdTech juga dapat diartikan sebagai studi dan praktik etis untuk memfasilitasi metode pembelajaran dalam meningkatkan performa kerja.

EdTech adalah inovasi yang bertujuan untuk membuat proses belajar menjadi menyenangkan dan lebih mudah untuk secara fleksibel saja (*builtin.com*, 2018). Dalam industri Edtech ada dua jenis kategori yang paling umum digunakan yaitu *e-learning* atau *electronic learning* dan *m-learning* atau *mobile learning*. Mayoritas perangkat yang digunakan untuk mengakses EdTech adalah *handphone*, *tablets*, atau laptop (*bestcollegesonline.org*, 2019).

Selain untuk memudahkan murid belajar EdTech juga bertujuan dalam membantu guru dalam mengumpulkan pekerjaan rumah dan menilai ujian karena sudah tersistem sehingga lebih hemat waktu, dan membuat seseorang lebih mandiri dalam bekerja (*builtin.com*, 2018). EdTech menjadi semakin diminati karena setiap orang dapat menggunakannya untuk belajar dimana saja selama memiliki internet dan perangkat yang mendukung (*bestcollegesonline.org*, 2019).

Berdasarkan keseluruhan teori tersebut dapat dikatakan *education technology* adalah metode pembelajaran dengan menggunakan teknologi. EdTech adalah sebuah inovasi dalam mempermudah pelajar dalam belajar karena dapat

digunakan secara fleksibel. Tujuan adanya EdTech adalah menghemat waktu dan memudahkan proses pembelajaran. Dalam penelitian ini menggunakan teori dari Januszewski (2008) bahwa *Education Technology* adalah metode belajar baik teori atau praktek agar dapat meningkatkan performa kerja dengan menciptakan, menggunakan, mengelola proses dan sumber daya teknologi secara tepat secara *online*.

2.3 Customer Loyalty

Customer Loyalty menurut Ghavami dan Olyaei (2006) adalah perilaku konsumen dalam memilih suatu merek yang ada di pasar karena merasa puas dengan produk atau layanannya, sehingga konsumen akan memilih atau tetap berbelanja di merek tersebut. Definisi lain dari *customer loyalty* menurut Singh dan Khan (2012) adalah kondisi dimana konsumen bersedia untuk membeli suatu barang di suatu merek dan tidak memilih merek lain meskipun menawarkan kualitas lebih dan harga yang lebih murah. *Consumer loyalty* adalah tujuan utama dari sebuah marketing perusahaan karena dapat memberikan banyak keuntungan. Salah satu keuntungannya adalah karena perusahaan tidak memerlukan biaya yang besar dalam mempertahankan konsumen lamanya dibanding harus mencari konsumen baru (Pratminingsih, Lipuringtyas, & Rimenta, 2013). Menurut Eggert dan Ulaga (2002) loyalitas adalah hal terpenting dalam area informasi sistem.

Loyalitas konsumen menurut Oliver (1999) dapat diartikan sebagai kesetiaan konsumen akan suatu merek karena memiliki pengalaman positif di masa lalu dengan merek tersebut, sehingga mulai percaya dengan merek tersebut dan memilih produknya meskipun ada kompetitor sejenis yang menawarkan produk serupa dengan harga lebih murah. Menurut Forrel (1992), loyalitas adalah cara perusahaan memahami pasar dengan melihat kebiasaan membeli konsumen, dan mempelajarinya sehingga dapat membuat konsumen loyal akan perusahaan tersebut berdasarkan kelebihan atau keuntungan yang ditawarkan oleh perusahaan, fasilitas yang dibuat perusahaan agar konsumen betah dan setia akan brandnya.

Konsumen dapat dikatakan loyal dengan suatu merek ketika sudah berkali-kali membeli di merek tersebut. Berdasarkan teori *customer loyalty* tersebut dapat ditarik sebuah kesimpulan *customer loyalty* adalah kunci keberhasilan suatu bisnis.

Loyalitas konsumen dapat memberikan banyak manfaat untuk pengguna salah satunya adalah konsumen bersedia untuk membeli suatu barang di suatu merek dan tidak memilih merek lain meskipun menawarkan kualitas lebih dan harga yang lebih murah.

Untuk perusahaan perlu memahami pasar dengan melihat kebiasaan membeli konsumen, dan mempelajarinya sehingga dapat membuat konsumen loyal. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori dari Singh dan Khan (2012) adalah yaitu *customer loyalty* adalah kondisi dimana konsumen bersedia untuk membeli suatu barang di suatu merek dan tidak memilih merek lain meskipun menawarkan kualitas lebih dan harga yang lebih murah.

2.4 System Quality

System quality menurut Seddon (1997) adalah faktor penting dalam keberhasilan implementasi sebuah data. Di dalam *system quality* terdapat lima hal yang harus diperhatikan yaitu fleksibilitas, keandalan, respon waktu, integrasi, dan aksesibilitas. Sedangkan menurut Haley, *system quality* yang baik harus memiliki data yang akurat yang dapat dipertimbangkan dan kelengkapan informasi. Menurut Kim *et al* (2008) *system quality* di *e-learning* adalah kemampuan atau fungsi suatu sistem untuk dapat memberikan banyak layanan yang memudahkan penggunanya seperti interaksi tatap muka.

System quality menurut Grover dan Segars (1993) adalah kualitas suatu layanan berdasarkan ekspektasi konsumen terhadap layanan dari merek tersebut baik yang dirasakan baik secara langsung seperti fisik, atau perasaan konsumen seperti harapan ideal dari layanan tersebut. DeLone dan Mclean (2003) berpendapat *system quality* adalah kesesuaian antara stabilitas suatu perangkat dengan keandalan suatu sistem yang didalamnya terdapat informasi-infromasi pendukung.

Sytem Quality dalam EdTech menurut Bailey dan Pearson (1983) adalah ketepatan, kenyamanan, efisiensi, fleksibilitas, keanaln dan responsif kepada penggunanya. Sebuah EdTech dapat memiliki *system quality* yang baik juga memiliki kualitas sistem yang tinggi sehingga dapat memberikan kenyamanan untuk penggunanya menggunakan. *System quality* menurut Srinivasan (1985)

system quality adalah kualitas sistem yang bertujuan untuk memudahkan suatu proses.

Berdasarkan uraian teori tersebut dapat disimpulkan *system quality* merupakan satu aspek yang diperlukan untuk kesuksesan sistem. Faktor yang harus diperhatikan dalam *system quality* adalah dengan adanya fleksibilitas, keandalan, respon waktu, integrasi, dan aksesibilitas. Selain itu *system quality* harus dapat memberikan kemudahan kepada pengguna setelah menggunakannya dan dapat diakses secara fleksibel serta terus berinovasi untuk memberikan layanan kepada penggunanya. Dari keseluruhan teori *system quality* diatas penelitian ini menggunakan teori *system quality* dari DeLone dan Mclean (2003) yaitu *system quality* adalah kesesuaian antara stabilitas suatu perangkat dengan keandalan suatu sistem yang didalamnya terdapat informasi-infromasi pendukung.

2.5 Information Quality

Menurut Petter (2012) *Information Quality* adalah salah satu faktor penentu kualitas dari suatu sistem. Semakin baik informasi suatu *information quality* artinya sistem tersebut semakin memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar dan menjadi salah satu komponen penting dalam menentukan kepuasan pengguna dari sebuah sistem. Menurut Bovee (2004), *information quality* adalah kualitas informasi yang mudah diakses dan memiliki akurasi dan kelengkapan.

Menurut DeLone dan McLean (2003), *information quality* dapat memberikan pengaruh terhadap kualitas layanan yang ada dalam suatu sistem. *Information quality* menjadi salah satu aspek yang dinilai dalam kepuasan pengguna. Semakin informasi yang diberikan bermanfaat maka kepuasan pengguna semakin bertambah. *Information quality* menurut Cigdem dan Topcu (2016), *information quality* adalah kualitas informasi yang harus memiliki kelengkapan, konsistensi, relevansi dan *update*.

Menurut Gao, Zhang, Ba dan Wang (2012), *information quality* adalah informasi yang diberikan harus dapat memberikan kegunaan kepada pengguna. Sedangkan Niehhm (2009) berpendapat bahwa *information quality* mengukur apakah sistem tersebut memberikan dampak positif kepada pengguna dan mengukur kualitas informasi dari suatu sistem baik *website* atau aplikasi. Wang

dan Strong (1996) mengatakan *information quality* adalah seberapa berkualitas informasi yang diberikan dan seberapa banyak dampak yang ada setelah pengguna membaca informasi tersebut.

Berdasarkan uraian teori tersebut dapat dikatakan bahwa *information quality* adalah aspek penting dalam menentukan kualitas sebuah sistem. dalam *information quality* terdapat validitas informasi dan akurasi serta kelengkapan dari informasi yang disajikan. Semakin sebuah sistem memberika *information quality* yang baik maka dapat mendorong penggunaanya merasa puas dan mendapatkan dampak positif setelah menggunakan sistem tersebut. Dari keseluruhan teori *information quality* diatas penelitian ini menggunakan teori dari dari Niehhm (2009) berpendapat bahwa *information quality* mengukur apakah sistem tersebut memberikan dampak positif kepada pengguna dan mengukur kualitas informasi dari suatu sistem baik *website* atau aplikasi.

2.6 Service Quality

Service Quality menurut Lehtinen (1982), adalah kualitas pelayanan yang Perusahaan berikan di suatu sistem dalam menentukan kepuasan pengguna dalam berinteraksi. Sedangkan menurut Gronroos (1984), *service quality* adalah proses yang dilakukan sistem dalam memberikan layanan untuk memuaskan keinginan penggunaanya. Juran dan Godfrey (1999) berpendapat bahwa *service quality* adalah cara yang paling penting dalam menarik perhatian pengguna suatu layanan. Sedangkan menurut Johnson *et al* (1972), *service quality* adalah tolak ukur dalam menilai kualitas suatu sistem dalam memberikan layanan.

Menurut Deming (1986), *service quality* adalah sarana dalam meningkatkan profitabilitas dan keberlangsungan jangka panjang suatu bisnis. Sedangkan Sebastianelli *et al* (2005) mengatakan bahwa *service quality* adalah persepsi atau pandangan pengguna akan suatu sistem dalam melihat seberapa baik layanan tersebut dan berguna. Lewis (1993), berpendapat bahwa *service quality* adalah tolak ukur dari suatu sistem dengan harapan pelanggan. Semakin tinggi harapan pengguna dan layanan yang dirasakan akan suatu layanan semakin mempengaruhi kualitas layanan tersebut.

Service quality menurut Reichheld dan Schefter (2000) adalah kualitas layanan suatu sistem yang dapat menentukan kesuksesan suatu bisnis. Menurut Barrutia *et al* (2009), *service quality* adalah kualitas layanan untuk menarik perhatian konsumen khususnya target konsumennya. *Service quality* menurut DeLone dan McLean (2003) adalah evaluasi keseluruhan layanan yang diberikan. *Service quality* menjadi pendorong utama dalam membentuk persepsi pengguna mengenai layanan yang ada apakah sudah puas atau belum dengan layanan yang diberikan.

Berdasarkan teori tersebut dapat dikatakan *service quality* adalah faktor penting dalam menentukan keberhasilan suatu sistem. Dalam *service quality* ada dua hal yang diperhatikan yaitu kualitas fungsional mengacu pada hasil yang didapat dari pelayanan sedangkan kualitas teknik mengacu pada proses melakukan pelayanan tersebut. Semakin berkualitas layanan yang diberikan mendorong pengguna akan merasa puas dan setia dengan sistem tersebut.

Dari keseluruhan teori *service quality* diatas penelitian ini menggunakan teori dari Menurut Johnson *et al* (1972), *service quality* adalah tolak ukur dalam menilai kualitas suatu sistem dalam memberikan layanan.

2.7 Perceived Usefulness

Menurut Mawhinney dan Lederer (1990) *perceived usefulness* adalah penentu seorang pengguna dalam menentukan pengguna dalam menggunakan teknologi. Biasanya aspek yang dipikirkan pengguna adalah apakah sistem tersebut memberikan manfaat atau menyelesaikan permasalahan yang ada. Sedangkan menurut Mathwick *et al* (2002), *perceived usefulness* adalah perasaan pengguna yang dirasa meningkatkan pekerjaan setelah menggunakan suatu sistem. Davis (1989) berpendapat bahwa *perceived usefulness* adalah perasaan yang dirasakan oleh pengguna suatu sistem, apakah sudah membantu memudahkan pekerjaannya atau belum. Setiap pengguna memiliki persepsi masing-masing mengenai manfaat yang diharapkan dalam menggunakan suatu sistem.

Venkatesh (2000) mengatakan *perceived usefulness* adalah kepercayaan akan sebuah sistem memberikan kegunaan dan meningkatkan kualitas kinerja. Semakin sebuah sistem berguna maka mendorong seseorang menggunakan sistem tersebut. Kapoor, Piercy, Lal, Weerakkody dan Dwivedi (2014) berpendapat bahwa

perceived usefulness adalah persepsi pengguna yang merasa bahwa sistem yang ada memberikan manfaat setelah digunakan. Monsuwe dan Ruyter (2004) mengatakan bahwa *perceived usefulness* adalah persepsi konsumen mengenai proses penggunaan suatu sistem apakah memberikan manfaat dan kemudahan atau tidak.

Berdasarkan teori tersebut *perceived usefulness* adalah faktor penentu pengguna menggunakan sebuah teknologi. Semakin sebuah sistem memberikan manfaat atau kepuasan setelah menggunakan aplikasi atau *website* memberikan pengaruh kepada pengguna untuk memakai aplikasi atau *website* kembali. Semakin baik pengguna merasakan kemudahan dalam mengerjakan pekerjaannya maka sistem tersebut semakin bermanfaat. Dari keseluruhan teori *perceived usefulness* diatas penelitian ini menggunakan teori dari Monsuwe dan Ruyter (2004) mengatakan bahwa *perceived usefulness* adalah persepsi konsumen mengenai proses penggunaan suatu sistem apakah memberikan manfaat dan kemudahan atau tidak.

2.8 User Satisfaction

Menurut Ives, Olson, dan Baroudi (1983) *user satisfaction* adalah kepuasan pengguna setelah menggunakan suatu *website* atau aplikasi. Menurut Pollicino (1996), *user satisfaction* adalah persepsi seseorang setelah memakai sebuah *website* atau aplikasi apakah memberikan kepuasan dan keamanan dalam menggunakannya. *User satisfaction* menurut Delon dan Mclean (1992), adalah kepuasan pengguna akan kualitas *website* atau aplikasi.

Cheung dan Lee (2005) berpendapat bahwa *user satisfaction* adalah kepuasan pengguna akan kualitas dan kecepatan akses dari sistem tersebut. Semakin kualitas dan kecepatan akses tinggi maka kepuasan pengguna akan tinggi juga. Halkos dan Bousinakis (2010) mengatakan bahwa *user satisfaction* adalah kepuasan pengguna akan dampak yang dirasa sesudah memakai aplikasi atau *website*. *User satisfaction* menurut Jay *et al* (2017), adalah cara yang digunakan perusahaan dalam mempertahankan pengguna untuk menggunakan *website* atau aplikasi perusahaan. Ketika konsumen merasa puas dengan sistem tersebut,

pengguna cenderung merekomendasikan sistemnya ke orang lain untuk menggunakan *website* atau aplikasi.

Oliver (1997) berpendapat bahwa *user satisfaction* adalah penilaian konsumen akan suatu *website* atau aplikasi apakah sudah memberikan manfaat atau tidak. *User satisfaction* menurut Spreng dan Mackoy (1996), adalah tindakan emosional konsumen berdasarkan pengalaman menggunakan layanan di suatu sistem. Sedangkan Reichheld dan Teal (2001), Kim *et al* (2016) mengatakan bahwa *user satisfaction* memberikan manfaat dan keuntungan kepada perusahaan. Semakin konsumen merasa puas maka pengguna akan terus menggunakan sistemnya.

Dari keseluruhan teori tersebut, dapat disimpulkan bahwa *user satisfaction* adalah penentu apakah kinerja suatu sistem baik *website* atau aplikasi sudah memberikan kepuasan kepada penggunanya. Semakin sebuah sistem berkualitas dan kecepatan akses dari sistem tersebut. Semakin berkualitas sebuah sistem maka semakin konsumen merasa puas dengan dengan sistem tersebut. Dari keseluruhan teori *user satisfaction* diatas penelitian ini menggunakan teori *user satisfaction* dari Spreng dan Mackoy (1996), yang mengatakan bahwa *user satisfaction* merupakan reaksi emosional konsumen akan pengalaman produk atau layanan di suatu sistem.

2.9 Net Benefit

Menurut Gilbert *et al* (2004), *net benefit* adalah keuntungan yang dirasakan pengguna setelah menggunakan suatu sistem. Ketika suatu sistem memberikan keuntungan maka secara otomatis pengguna tersebut menggunakan sistem tersebut di kehidupannya. Delone dan McLean (2003), *net benefit* adalah keuntungan pengguna setelah menggunakan suatu sistem. Semakin sistem tersebut memberikan pengaruh atau manfaat akan mendorong tingginya kepuasan pengguna akan suatu sistem. Ketika hal itu terjadi, pengguna akan memilih untuk terus menggunakan sistem tersebut meskipun ada sistem sejenis yang menawarkan hal serupa.

Net benefit menurut Cameron (1981) adalah evaluasi manfaat yang dirasakan oleh pengguna terhadap suatu sistem. Apakah sistem tersebut sudah membantu mendapatkan tujuan awal pengguna atau tidak. Menurut Lin (2007), Myers *et al* (1997) *net benefit* adalah hasil dari apa yang telah digunakan, apakah

hasil akhirnya positif atau negatif, berdasarkan manfaat yang didapatkan sesudah menggunakan sistem tersebut baik *website* atau aplikasi. Semakin manfaat yang dirasa baik maka *net benefit* atau keuntungan menggunakannya semakin besar.

Dari keseluruhan teori tersebut dapat dikatakan bahwa *net benefit* adalah keseluruhan keuntungan yang dirasakan pengguna sesudah menggunakan sebuah sistem. Semakin sebuah sistem memberikan keuntungan setelah digunakan maka semakin besar manfaat dan kepuasan pengguna akan sistem tersebut. Dari keseluruhan teori *net benefit* diatas penelitian ini menggunakan teori *net benefit* dari Myers *et al* (1997) yaitu *net benefit* adalah hasil dari apa yang telah digunakan, apakah hasil akhirnya positif atau negatif, berdasarkan manfaat yang didapatkan sesudah menggunakan sistem tersebut baik *website* atau aplikasi.

2. 10 Pengembangan Hipotesis

2.10.1 Pengaruh *System Quality* terhadap *User Satisfaction*

(Almarashdeh, 2016) *system quality* adalah kualitas sistem yang terfokus kepada kemudahan pengguna agar semakin puas dengan sistem yang ada. Menurut (Laumer, Maier, & Weitzel, 2017) *system quality* meruakan karakteristik teknologi yang harus dibuat dengan maksimal, karena jika kualitas sistem tidak maksimal, pengguna akan merasa kurang puas dengan sistem tersebut. Selain itu menurut (Yakubu & Dasuki, 2018) *system quality* yang baik dan tinggi akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada penggunanya.

(Wang, Hui & Yu 2019) mengatakan bahwa dalam *system quality* hal yang harus difokuskan adalah fungsi dan adanya suatu manfaat. Ketika dua hal tersebut ada maka dapat mendorong kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem tersebut . *Sytem Quality* dalam EdTech menurut (Lee, Lee, & Kim, 2018) adalah ketepatan, kenyamanan, efisiensi, fleksibilitas, keanalan dan responsif kepada penggunanya. Sebuah EdTech dapat memiliki *system quality* yang baik juga memiliki kualitas sistem yang tinggi sehingga dapat memberikan kenyamanan untuk penggunanya menggunakan (Cheng, 2012).

(Raspopovic, Jankulovic, Runic, & Lucie, 2014) berpendapat bahwa *system quality* yang baik dapat membuat konsumen atau pengguna merasakan kepuasan ketika menggunakan sistem. Semakin sebuah sistem memiliki kualitas maksimal

dan baik dapat mendorong pengguna untuk merasa puas menggunakannya. Semakin baik dan tinggi suatu *System quality* maka akan membuat pengguna merasa puas semakin tinggi juga sehingga pengguna dapat merasa kenyamanan saat menggunakan suatu sistem (Yiming, Zhao, & Stylianou, 2013).

Berdasarkan penjabaran tersebut dapat dibentuk sebuah hipotesis sebagai berikut:

H1: *System Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*

2.10.2 Pengaruh *Information Quality* terhadap *User Satisfaction*

Information quality menurut (Lee, Lee, & Kim, 2018) adalah salah satu tolak ukur kepuasan pengguna akan menggunakan suatu sistem atau layanan. Ketika *information quality* yang ada dianggap berkualitas oleh pengguna, maka mereka cenderung menggunakan kembali sistem tersebut (Kafaji, 2013). Yakubu dan Dasuki (2018) mengatakan *information quality* adalah salah satu indikator penentu kepuasan pengguna dalam menggunakan suatu sistem. Faktor penentu keberhasilan *informastion quality* adalah keaman dan kualitas dari informasi itu sendiri dan setiap informasi yang diberikan harus dapat memberikan efek kepada penggunanya.

(Laumer, Maier, & Weitzel, 2017) berpendapat bahwa *information quality* adalah hal yang penting untuk sistem karena mayoritas seseorang menggunakan sistem untuk mendapatkan informasi. Saat informasi yang didapat bermanfaat akan mendorong kepuasan pengguna akan sistem tersebut dan menggunakannya. (Yiming, Zhao, & Stylianou, 2013) berpendapat bahwa *information quality* mengukur apakah sistem tersebut memberikan dampak positif kepada pengguna dan mengukur kualitas informasi dari suatu sistem baik *website* atau aplikasi. Semakin tinggi kualitas informasinya akan meningkatkan kepuasan pengguna.

Information quality menurut (Ibrahim, 2016) *information quality* adalah hal yang paling penting dalam suatu sistem. Dalam *information quality* hal yang harus diperhatikan adalah akurasi infromasi, kelengkapan, konsistensi, mudah di akses, relevansi dan *update*. Enam faktor tersebut mendorong pengguna menentukan apakah sistem tersebut memberikan kepuasan atau tidak.

. *User satisfaction* adalah kepuasan pengguna setelah memakai suatu sistem. *User satisfaction* adalah hal yang menting dan mendorong pengguna untuk menggunakan kembali sistem tersebut atau tidak. Menurut (Yu & Qian, 2018), salah satu faktor penentu kepuasan pengguna akan suatu sistem adalah adanya *information quality* yang baik dan memberikan dampak positif dan kepuasan kepada pengguna. Sedangkan (Wang, Hui & Yu 2019) melihat bahwa *information quality* adalah hal penting dalam menentukan keberhasilan suatu sistem. Saat informasi yang diciptakan bernilai maka pengguna akan merasakan suatu kepuasan sehingga menggunakan kembali sistem tersebut.

Berdasarkan penjabaran tersebut dapat dibentuk sebuah hipotesis sebagai berikut:

H2: *Information Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*

2.10.3 Pengaruh *Service Quality* terhadap *User Satisfaction*

Service quality adalah salah satu faktor penentu kepuasan pengguna menurut (Almarashdeh, 2016). Semakin layanan diberikan maksimal maka mendorong pengguna untuk merasakan kepuasan akan sistem tersebut semakin bertambah. (Wang, Hui & Yu 2019) mengatakan bahwa *user satisfaction* berkaitan langsung dengan *service quality* begitu juga sebaliknya. Ketika kinerja suatu layanan memuaskan, maka secara otomatis dapat memberikan kepuasan kepada penggunanya. (Laumer, Maier, & Weitzel, 2017) *service quality* adalah tolak ukur dalam menilai kualitas suatu sistem dalam memberikan layanan. Semakin berkualitas layanannya maka dapat semakin memuaskan pengguna.

Menurut (Lee, Lee, & Kim, 2018) kepuasan pengguna adalah respon positif pengguna akan suatu layanan dari sebuah sistem. (Yakubu & Dasuki, 2018) *service quality* adalah salah satu aspek yang menentukan apakah sebuah sistem memberikan manfaat atau tidak kepada pengguna. Ketika sebuah sistem memberikan sebuah pelayanan yang baik di masa lalu maka hal tersebut mendorong konsumen memilih tetap menggunakan layanan tersebut di masa depan karena sudah merasakan kepuasan saat memakainya (Iqbal, Hassan, & Habibah, 2018). (Yu & Qian, 2018) berpendapat bahwa *service quality* adalah tolak ukur dari suatu sistem dengan harapan pelanggan. Semakin tinggi *user satisfaction* dan layanan

yang dirasakan akan suatu sistem maka akan mempengaruhi kualitas layanan tersebut.

Menurut (Dehghan, Dugger, Dobrzykowski, & Balazs, 2013) jika *service quality* suatu sistem tidak maksimal, maka dapat berdampak pada kepuasan pengguna akan layanan tersebut sehingga kepuasan pengguna akan turun. (Setiawan & Sayuti, 2017) *service quality* memberikan pengaruh positif terhadap *user satisfaction*. Dalam *service quality* terdapat lima faktor penentu yaitu keandalan atau kepuasan pengguna yaitu menyediakan layanan yang akurat, *responsive* dalam memberikan layanan dengan cepat, *assurance* atau adanya pengetahuan dan keramahan karyawan, *empathy* atau memahami keinginan pengguna dan *tanibilitas* yaitu kemampuan memberikan sebuah sistem yang aman, mudah diakses, dan dapat diandalkan.

Berdasarkan penjabaran tersebut dapat dibentuk sebuah hipotesis sebagai berikut:

H3: *Service Quality* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*

2.10.4 Pengaruh *Perceived Usefulness* terhadap *User Satisfaction*

Perceived usefulness menurut (Amin, Razaei, & Abolghasemi, 2014) adalah adalah penentu yang menilai apakah pengguna akan menggunakan sistem tersebut baik karena merasa sistem tersebut memberikan kepuasan atau manfaat. Ketika pengguna merasakan sebuah manfaat tentu akan merasa puas akan sistem tersebut. (Sachan, Kumar, & Kumar, 2018) berpendapat bahwa *perceived usefulness* adalah perasaan yang dirasakan oleh pengguna suatu sistem, apakah sudah membantu memudahkan pekerjaannya atau belum. Setiap pengguna memiliki persepsi masing-masing mengenai manfaat yang diharapkan dalam menggunakan suatu sistem. Semakin pengguna merasakan manfaat setelah menggunakan sebuah sistem maka akan secara otomatis meningkatkan rasa kepuasan.

(Calisir & Calisir, 2004) mengatakan *perceived usefulness* adalah kepercayaan seseorang akan suatu sistem tersebut berguna dan dapat meningkatkan kinerjanya. Semakin seseorang mempercayai sistem tersebut bermanfaat maka kepuasan pengguna akan mengalami peningkatan juga dan mendorong pengguna menggunakan sistem tersebut kembali. (Kim & Lee, 2014) mengatakan bahwa

perceived usefulness adalah prediktor penting dalam menentukan apakah pengguna merasakan kepuasan akan suatu sistem. Sedangkan (Weng, Tsai, & Wang, 2015) mengatakan bahwa *perceived usefulness* memberikan pengaruh kepada *user satisfaction*. *Perceived usefulness* menurut (Cho & Sagynov, 2015) adalah persepsi kepuasan dan kemudahan konsumen akan proses penggunaan suatu sistem.

(Almarashdeh, 2016) mengatakan salah satu faktor pengguna merasakan kepuasan menggunakan suatu sistem adalah karena sistem tersebut memberikan sebuah manfaat kepada pengguna setelah digunakan. Ketika pengguna merasakan sebuah manfaat setelah menggunakan suatu sistem, maka kepuasan pengguna akan meningkat dan akan kembali menggunakan sistem tersebut. (Weng, Tsai, & Wang, 2015) mengatakan bahwa *perceived usefulness* dapat meningkatkan *user satisfaction* pengguna dalam menggunakan suatu sistem.

Berdasarkan penjabaran tersebut dapat dibentuk sebuah hipotesis sebagai berikut:

H4: *Perceived Usefulness* memiliki pengaruh positif terhadap *User Satisfaction*.

2.10.5 Pengaruh *User Satisfaction* terhadap *Net Benefit*

User satisfaction menurut (Wang, Hui & Yu 2019) adalah reaksi emosional konsumen akan pengalaman produk atau layanan di suatu sistem. Semakin dirasakan kepuasannya maka keuntungan yang dirasa juga akan semakin besar. Menurut (Almarashdeh, 2016) *net benefit* adalah keuntungan pengguna setelah menggunakan suatu sistem. Semakin memuaskan sebuah sistem mendorong pengguna merasakan manfaat dan mendapatkan tujuan akhir yang diharapkan. Sedangkan (Yu & Qian, 2018) *net benefit* adalah hasil dari apa yang telah digunakan, apakah hasil akhirnya positif atau negatif, berdasarkan manfaat yang didapatkan sesudah menggunakan sistem tersebut baik *website* atau aplikasi.

Net benefit adalah persepsi pengguna akan sistem yang digunakan apakah memberikan kepuasan dan mendapatkan tujuan akhir yang diinginkan. Semakin pengguna merasakan kepuasan setelah menggunakan suatu sistem akan mendorong pengguna mendapatkan tujuan akhirnya (Yu & Qian, 2018). (Milan, Bebbler, Toni, & Eberle, 2015) berpendapat bahwa *net benefit* adalah manfaat keseluruhan pengguna dimana salah satu tolak ukurnya adalah *user satisfaction* saat

menggunakan sistem tersebut. Haddad (2005) *user satisfaction* memberikan pengaruh terhadap keuntungan yang dirasakan pengguna. Semakin memuaskan sistem tersebut maka keuntungan yang didapat pengguna setelah menggunakan semakin terasa.

Berdasarkan penjabaran tersebut dapat dibentuk sebuah hipotesis sebagai berikut:

H5: *User Satisfaction* memiliki pengaruh positif terhadap *Net Benefit*

2.11 Model Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti merujuk pada suatu model penelitian Firas Saleem Haddad dalam jurnalnya yang berjudul *Examining The Effect of Learning Management System Quality and Perceived Usefulness on Student's Satisfaction* (Haddad, 2018).

Berikut merupakan gambar model penelitian dapat dilihat pada gambar 2.1:

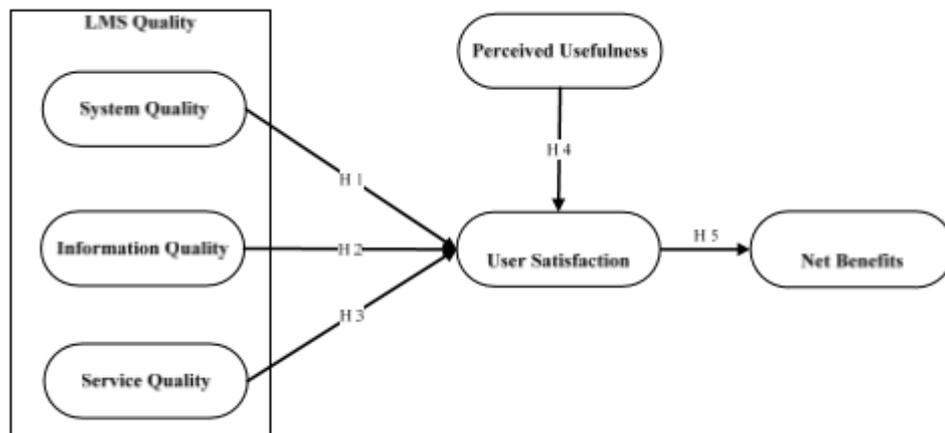


Figure 1: Proposed Research model

Gambar 2. 1 Model Penelitian

2.12 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Publikasi	Judul penelitian	Temuan inti
1	Sven Laumer, Christian Maier, Tim Weitzel	<i>European Journal of Information Systems</i> (2017)	<i>Information quality, user satisfaction, and the manifestation of workarounds: a qualitative and quantitative study of enterprise content management system users</i>	Hubungan antara service quality terhadap user satisfaction Hubungan antara system quality

				terhadap <i>user satisfaction</i>
				Hubungan antara <i>information quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
2	Yung Ming Cheng	<i>E-learning acceptance (2012)</i>	<i>Effects of quality antecedents on e-learning acceptance</i>	Hubungan antara <i>system quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
3	Ibrahim Almarashdeh	<i>Department of Management Information System College (2016)</i>	<i>Sharing Instructors Experience of Learning Management System: A Technology Perspective of User Satisfaction in Distance Learning Course</i>	Hubungan antara <i>system quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
				Hubungan antara <i>information quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
				Hubungan antara <i>service quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
				Teori <i>System quality</i>
				Hubungan <i>user satisfaction</i> terhadap <i>net benefit</i>
4	Mrislava Raspopovic, Aleksandar Jankulovic, Jovana Runic, Vanja Lucie	<i>Belgrade Metropolitan University (2014)</i>	<i>Success Factors for e-Learning in a Developing Country: A Case Study of Serbia</i>	Hubungan antara <i>system quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
No	Peneliti	Publikasi	Judul penelitian	Temuan inti
5	Eunice Hsiao Hui Wang, Chao Yu Chen	<i>econstor.eu (2013)</i>	<i>System Quality, User Satisfaction, and Perceived Net Benefits of Mobile Broadband Services</i>	Hubungan antara <i>system quality</i>

				terhadap <i>user satisfaction</i>
				Hubungan antara <i>information quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
				Hubungan antara <i>service quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
				Hubungan <i>user satisfaction</i> terhadap <i>net benefit</i>
6	Seung Jae Lee, Hyunae Lee, Taegoo Terry Kim	<i>journal sustainability</i> (2018)	<i>A Study on the Instructor Role in Dealing with Mixed Contents: How It Affects Learner Satisfaction and Retention in e-Learning</i>	Hubungan antara <i>system quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
				Hubungan antara <i>information quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
				Hubungan antara <i>service quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
7	Mohammed A. Kafaji	<i>Problems of Management in the 21st Century</i> (2013)	<i>Evaluating The Roll Of Service Quality As a Mediator on User Satisfaction in e-Government Applications</i>	Hubungan antara <i>information quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
No	Peneliti	Publikasi	Judul penelitian	Temuan inti

				Hubungan antara <i>service quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
8	M Nasiru Yakubu, Salihu Ibrahim Dasuki	<i>Journal of Information Technology Education: Research</i> (2018)	<i>Assesing Elearning Systems Success in Nigeria: An Application of The DeLone and McLean Information Systems Success Model</i>	Hubungan antara <i>information quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
				Hubungan antara <i>system quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
9	Azizah Ahmad	Business Intelligence for Sustainable Competitive Advantage (2015)	Sustaining Competitive Advantage Via Business Intelligence, Knowledge Management, and System Dynamics	Definsi <i>system quality</i>
10	Yiming Zheng, Kexin Zhao, Antonis Stylinou	<i>Department of Business Information Systems and Operations Management</i> (2013)	<i>The Impacts of Information Quality and System Quality on Users Continuance Intention in Information-Exchange Virtual Communities: An Empirical Investigation</i>	Hubungan antara <i>information quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
				Hubungan antara <i>system quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
11	Muslim Amin, Sajad Rezaei, Maryam Abolghasemi	<i>Usersatisfaction withmobile websites</i> (2014)	<i>User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust</i>	Hubungan antara <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
12	G.NorfazlinaA.S. SharidatulAkmaS. NurulAdinaM.Noorizan	<i>Procedia Economics and Finance</i> 37 (2016)	<i>Customer Information System Satisfaction and Task Productivity: The Moderating Effect of Training</i>	Teori <i>user satisfaction</i>
No	Peneliti	Publikasi	Judul penelitian	Temuan inti

13	Ping Yu dan Siqu Qian	<i>Measuring the success of EHR in residential aged care (2018)</i>	<i>Developing a theoretical model and questionnaire survey instrument to measure the success of electronic health records in residential aged care</i>	Hubungan antara <i>system quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i> Hubungan antara <i>information quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i> Hubungan antara <i>service quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i> Hubungan <i>user satisfaction</i> terhadap <i>net benefit</i>
14	Ali Dehghan, John Dugger, David Dobrzykowski, Anne Balazs	<i>Shahid Iqbal et al., Cogent Business & Management (2018)</i>	<i>Impact of self-service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention: The mediating role of customer satisfaction</i>	Hubungan antara <i>service quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
15	Ali Dehghan, John Dugger, David Dobrzykowski, Anne Balazs	<i>The antecedents of student loyalty (2013)</i>	<i>The antecedents of student loyalty in online programs</i>	Hubungan antara <i>service quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
16	Heri Setiawan, A. Jalaluddin Sayuti	<i>IOSR Journal of Business and Management (2017)</i>	<i>Effects of Service Quality, Customer Trust and Corporate Image on Customer Satisfaction and Loyalty: An Assessment of Travel Agencies Customer in South Sumatra Indonesia</i>	Hubungan antara <i>service quality</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
17	Amir Sachan, Rajiv Kumar, Ritu Kumar	<i>E-government service process (2018)</i>	<i>Examining the impact of e-government service process on user satisfaction</i>	Hubungan antara <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
18	Fethi Calisir, Ferah Calisir	<i>Computers in Human Behavior (2004)</i>	<i>The Relation of Interface Usability Characteristics Perceived Usefulness, and Perceived Ease of Use to End-User Satisfaction with Enterprise Resource Planning (ERP) Systems</i>	Hubungan antara <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
19	Yoojung Kim dan Hyung Seok Lee	<i>Canadian Center of Science and</i>	<i>Quality, Perceived Usefulness, User Satisfaction, and Intention to Use: An Empirical Study of</i>	Hubungan antara <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>user satisfaction</i>

		<i>Education (2014)</i>	<i>Ubiquitous Personal Robot Service</i>	
No	Peneliti	Publikasi	Judul penelitian	Temuan inti
20	Cathy Wang, Chin Chung Tsai, dan Apollo Weng	<i>Australasian Journal of Educational Technology (2015)</i>	<i>Social support as a neglected e-learning motivator affecting trainee's decisions of continuous intentions of usage</i>	Hubungan antara <i>perceived usefulness</i> terhadap <i>user satisfaction</i>
21	Darko Stefanovic Ugljesa Marjanovic Milan Delić Dubravko Culibrk Bojan Lalic	<i>Assessing the Success of E-Government Systems: An Employee Perspective (2016)</i>	<i>Assessing the Success of E-Government Systems: An Employee Perspective</i>	Hubungan <i>user satisfaction</i> terhadap <i>net benefit</i>
22	Gabriel Sperandio Milan, Suelen Beber, Deonir De Toni, Luciene Eberle	<i>Journal of Management Information System & E-commerce (2015)</i>	<i>Information Quality, Distrust and Perceived Risk as Antecedents of Purchase Intention in the Online Purchase Context.</i>	Teori <i>Information Quality</i>
23	Yoon C. Cho	<i>International Journal of Management & Information Systems (2015)</i>	<i>Exploring Factors That Affect Usefulness, Ease of Use, Trust, and Purchase Intention in The Online Environment</i>	Teori <i>Perceived Usefulness</i>
24	Alireza Hassanzadeh, Fatemeh Kanaani, Shaban Elahi	<i>Expert Systems with Applications (2012)</i>	<i>A model for measuring e-learning systems success in universities</i>	Teori <i>Net Benefit</i>
25	Firas Sakeem Haddad	<i>Journal of Theoretical and Applied Information Technology (2018)</i>	<i>EXAMINING THE EFFECT OF LEARNING MANAGEMENT SYSTEM QUALITY AND PERCEIVED USEFULNESS ON STUDENT'S SATISFACTION</i>	Hubungan <i>User Satisfaction</i> dengan <i>Net Benefit</i>
26	Sadaf Firdous dan Rahela Farooqi	<i>Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management (2019)</i>	<i>Service Quality To E-Service Quality: A Paradigm Shift</i>	Teori <i>Service Quality</i>

