

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran berasal dari kata manajemen dan pemasaran. Kotler dan Armstrong menyatakan bahwa pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan. Sedangkan pengertian manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, penggerakan dan pengawasan.

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai berikut: “Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, menjaga, dan menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menyerahkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”. Menurut definisi di atas, dapat dikatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu proses yang dimulai dari proses perencanaan, pengarahan, dan pengendalian produk atau jasa, penetapan harga, distribusi, dan promosinya dengan tujuan membantu organisasi dalam mencapai sasarannya. (Kotler dan Keller, 2007).

Armstrong dan Kotler (2000:5), *marketing* adalah “*A societal process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering and freely exchanging products and services of value with others*”.

Sedangkan pengertian *Marketing strategy* menurut Armstrong dan Kotler (2000:37), yaitu “*The marketing logic by which the business unit hopes to achieve its marketing objective*”.

Jadi dapat disimpulkan bahwa Manajemen Pemasaran yaitu sebagai analisis, perencanaan, penerapan, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

2. Pengertian Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*)

Pengertian bauran pemasaran yaitu sebagai berikut : “Bauran pemasaran adalah perangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mengejar tujuan perusahaannya”. Maka disimpulkan bahwa bauran pemasaran merupakan satu perangkat yang terdiri dari produk, harga, promosi dan distribusi, yang didalamnya akan menentukan tingkat keberhasilan pemasaran dan semua itu ditujukan untuk mendapatkan respon yang diinginkan dari pasar sasaran. (Kotler dan Keller, 2007).

Bauran Pemasaran adalah suatu strategi marketing yang menekankan bagaimana cara menjual produk seefektif mungkin.. Dengan perkataan lain marketing mix adalah merupakan variabel-variabel yang dipergunakan oleh setiap perusahaan, sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. Jadi marketing mix itu sendiri terdiri atas himpunan variabel-variabel yang dapat dikendalikan dan digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan konsumen dalam pasar sasarnya.

Tranformasi teknologi informasi dan komunikasi (TIK) merupakan suatu sistem yang dapat mengambil, memindahkan, menganalisis, menyimpan dan menyajikan data menjadi sebuah informasi. Dalam penerapannya suatu organisasi atau individu dihadapkan pada dampak positif dan negatif, berhasil atau gagal. Beberapa penelitian tentang sistem informasi dilakukan untuk mengembangkan model dan mengukur tingkat kesuksesan suatu sistem informasi.

Menurut Jogianto (2007), model kesuksesan sistem informasi menjelaskan bahwa informasi *quality* (kualitas informasi) dan *system quality* (kualitas sistem) secara mandiri dan bersama-sama mempengaruhi baik penggunaan (*use*) maupun kepuasan pemakai (*user satisfaction*). Besarnya penggunaan dapat mempengaruhi kepuasan pemakai secara positif maupun negatif. Penggunaan dan kepuasan pemakai mempengaruhi dampak individu dan selanjutnya mempengaruhi dampak organisasi.

1. System Quality

a) Pengertian *system quality*

Kualitas sistem merupakan performa dalam sistem itu sendiri pengukuran kualitas sistem dipengaruhi oleh kemudahan penggunaan, kemudahan pembelajaran, fitur sistem, akurasi sistem, fleksibilitas (Petter, Delone, dan Mclean 2008).

Menurut DeLone dan McLean (2003), kualitas sistem adalah karakteristik dari kualitas yang diinginkan dari sistem informasi dan informasi berkualitas yang diinginkan informasi karakteristik produk.

Sistem Informasi Berbasis Komputer atau yang dikenal dengan istilah *Computer Based Information System (CBIS)* merupakan system pengolahan data menjadi suatu informasi yang berkualitas dan dipergunakan sebagai alat bantu dalam pengambilan keputusan.

O'Briandalam Yakub (2012:17) menjelaskan sistem informasi (*information system*) merupakan kombinasi teratur dari orang-orang, perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), jaringan komunikasi dan sumber daya data yang mengumpulkan, mengubah dan menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi.

Sistem adalah suatu jaringan kerja dari prosedur-prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama-sama untuk melakukan suatu kegiatan atau untuk menyelesaikan suatu sasaran yang tertentu (Jogiyanto, 1989:1). Menurut Edhy Sutanta (2009: sistem secara umum dapat didefinisikan sebagai kumpulan hal atau elemen yang saling bekerja sama atau yang dihubungkan dengan cara-cara tertentu sehingga membentuk satu kesatuan untuk melaksanakan suatu fungsi guna mencapai suatu tujuan. Sistem mempunyai karakteristik atau sifat-sifat tertentu, yaitu: komponen sistem, batasan Sistem, lingkungan luar sistem, penghubung sistem, masukan sistem, keluaran sistem, pengolahan sistem dan sasaran sistem. Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa sistem merupakan suatu sekumpulan komponen yang saling bekerja sama untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Informasi merupakan data yang telah diolah sehingga memiliki makna bagi pengguna (Abdul Kadir, 2014:43). Hal tersebut didukung oleh pendapat Sutanta (2003:10) yang mengemukakan bahwa informasi adalah hasil olah data

menjadi bentuk yang berguna bagi penerimanya dalam pengambilan keputusan. Selanjutnya, menurut Dessy Irmawati dan uIndrihapsari (2014) informasi adalah hasil dari pengolahan data dalam bentuk yang lebih berguna dan lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian yang nyata yang digunakan untuk mengambil keputusan.

Berdasarkan pendapat para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan hasil pengolahan data sehingga memiliki arti bagi penggunanya sehingga dapat digunakan untuk melakukan pengambilan keputusan. Sistem informasi adalah sekumpulan komponen yang saling berhubungan, mengumpulkan (atau mendapatkan), memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi untuk menunjang pengambilan keputusan dan pengawasan dalam suatu organisasi (*Loudon & Loudon, 2008:15*).

Hal tersebut didukung oleh pendapat Davis yang mengemukakan bahwa sistem informasi merupakan suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi dan menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan (*Jogiyanto, 1989:11*).

Sedangkan menurut Husein (2008:6), sistem informasi adalah sistem yang berbasis teknologi perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) untuk mengolah dan menyebarkan (*dissemination*) informasi. Sedangkan menurut Hariyanto (2008:143), sistem informasi adalah suatu sistem dalam suatu organisasi yang merupakan kombinasi dari orang-orang, fasilitas, teknologi, media, prosedur-prosedur dan pengendalian untuk mendapatkan jalur

komunikasi penting, memproses tipe transaksi rutin tertentu, memberi sinyal kepada manajemen dan yang lainnya terhadap kejadian-kejadian internal dan eksternal yang penting dan menyediakan suatu dasar informasi untuk pengambilan keputusan.

Dari beberapa pendapat tentang sistem informasi maka dapat diketahui bahwa sistem informasi adalah komponen perangkat keras (*hardware*) dan perangkat lunak (*software*) yang saling berhubungan untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan dan mendistribusikan informasi.

b. Indikator pengukuran kualitas sistem

Menurut *Bailey* dan *Pearson* dalam *Jogiyanto* (2007:14) meliputi :

1. Kenyamanan akses, yang berarti sistem mudah dipelajari dan dipahami sesuai kebutuhan pengguna dalam pengoperasian.
2. Keluwesan system atau fleksibel, yaitu system yang mempunyai kemampuan untuk mencapai suatu tujuan lewat sejumlah cara yang berbeda. Karakteristik penting dalam mencapai keluwesan suatu sistem adalah bahwa sistem harus dapat menyesuaikan diri dengan keinginan pengguna.
3. Integritas sistem, integritas sistem dapat diakses tanpa menyulitkan pengguna dan tidak dapat diakses oleh pihak yang tidak berkepentingan. Selain itu, integritas system dapat dinilai dari kemampuan system menemukan kesalahan. Dan waktu respon waktu yang dibutuhkan oleh sistem untuk merespon input dan tepatnya pengolahan input untuk menghasilkan data atau informasi.

System Quality dan *User Satisfaction* Kualitas sistem (*System Quality*) dapat mengukur karakteristik dalam sistem informasi. *Petter et al*, (2008) mendefinisikan Kualitas Sistem adalah karakteristik yang diinginkan dari suatu system informasi dimana mudah digunakan dalam pembelajaran, sistem yang fleksibel, dapat diandalkan, intuisi, cangguh dan waktu repons yang cepat.

DeLone dan *McLean* (2003) menjelaskan kualitas sistem merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem itu sendiri yang dapat berupa kemudahan dalam penggunaan, keandalan sistem itu sendiri, kecanggihan dan waktu dalam merespon. Jaafreh, Ali Bakhit (2017) dalam penelitiannya yang berjudul *Evaluation Information System Success: Applied Delone and McLean Information System Success Model in Context Banking System in KSA* bahwa dimensi IS (kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Salahudin Robo *et al.* (2018) dalam penelitiannya *An Identification of Success of Academic System Application Using Delone and McLean Design (Case Study at Wira Husada school of health science Yogyakarta)*, menyimpulkan bahwa kualitas sistem informasi tidak mempengaruhi penggunaan, tetapi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Sistem informasi dikatakan berkualitas apabila mampu menyediakan informasi yang tepat, cepat, akurat sesuai dengan manajemen yang membutuhkan dan dapat memberikan nilai tambah yang menguntungkan bagi pengguna.

System Quality berpengaruh terhadap *User Satisfaction Information Quality* dan *User Satisfaction* Romney dan Steinbart (2015) menjelaskan

informasi adalah data yang telah dikelola dan di proses untuk memberikan arti dan memperbaiki proses pengambilan keputusan. Dengan adanya informasi seseorang dapat mengambil keputusan yang tepat sesuai gambaran kejadian yang diberikan informasi.

Penelitian *Mc Gillet al* (2003), yang berjudul *User-Developed Applications and Information Systems Success: A Test of DeLone and McLean's Model* menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas informasi yang dirasakan terhadap kepuasan pengguna. Dan penelitian Miftah Rakhmadian et al. (2017) yang berjudul *Analisis Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pemakai Sistem Informasi Akademik Dosen di IKIP Budi Otomo Malang*, memberikan dukungan yang kuat bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan baik secara individu maupun bersama-sama. Kualitas informasi yang semakin baik akan semakin tepat keputusan yang diambil. Sebaliknya apabila informasi yang diberikan tidak berkualitas maka berpengaruh negatif pada kepuasan pemakai.

2. Service Quality

a. Pengertian service quality

Menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa *service quality* adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan (*perceived service*).

Lupiyoadi (2006) persoalan kualitas dalam dunia berbisnis kini sepertinya sudah menjadi harga yang harus dibayar oleh perusahaan agar

Kualitas merupakan nilai yang diberikan nasabah. Selain itu, kualitas didefinisikan sebagai keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Konsep kualitas sendiri ada dasarnya bersifat relatif, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri spesifikasi.

Faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas layanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan kepada nasabah. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para nasabahnya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh penggunaan yang digunakan Lupiyoadi (2006).

Salah satu pendekatan kualitas layanan yang banyak dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model *SERVQUAL* (*Service Quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, dkk (2009) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa; yaitu meliputi reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbankan ritel dan pialang sekuritas. *SERVQUAL* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi nasabah atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan/diinginkan (*expected service*).

Jadi kualitas layanan adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh pihak perasuransian khususnya agen, yang dasarnya tidak berwujud baik yang dilakukan melalui interaksi secara langsung atau dari

fasilitas yang diberikan kepada nasabah dengan semaksimal mungkin memberikan perhatian atau informasi yang dibutuhkan oleh nasabah agar nasabah asuransi tersebut senantiasa merasa nyaman dan senang terhadap apa yang diberikan.

Kualitas layanan sistem informasi merupakan kualitas pelayanan/dukungan yang diterima pengguna dari personil atau staf sistem informasi. Kualitas layanan diukur dari keahlian, kepuasan pengguna dan kemampuan staf pendukung (Yoon *et al*, 2008).

Parasuraman, (2008) mengemukakan kualitas layanan (*service quality*) didasarkan pada perbandingan antara apa yang seharusnya ditawarkan (*offered*) dana yang disediakan (*provided*).

Tjiptono dan Chandra (2005) pelanggan bukan hanya semata-mata membeli barang atau jasa, namun mereka membeli manfaat yang diberikan oleh barang dan jasa yang bersangkutan. Mereka membeli penawaran yang terdiri atas barang, layanan, informasi, perhatian personal, dan komponen lainnya. Penawaran semacam ini mencerminkan layanan bagi pelanggan dan *customer perceived service* tersebut memberikan nilai tambah bagi setiap pelanggan. Dengan demikian, setiap perusahaan selalu menawarkan pelayanan bagi pelanggan, terlepas dari hal apapun bentuk produk yang diberikan.

Lupiyoadi (2001) salah satu faktor yang menentukan dari tingkat keberhasilan dan kualitas sebuah perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada para pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bermutu kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi serta peningkatan profit perusahaan

tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Konsekuensi atas pendekatan kualitas pelayanan suatu produk memiliki esensi penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan.

Menurut Griselda dan Panjaitan (2007), kualitas adalah bagaimana usaha mencari tahu apa yang dapat menciptakan nilai bagi konsumen dan perusahaan harus memberikan nilai. Perusahaan harus dapat mengerti keinginan konsumennya dan bagaimana mendefinisikan dari keinginan konsumen tersebut dengan benar. layanan adalah berbagai upaya serta tindakan dan kinerja yang ditawarkan suatu produk kepada orang lain yang pada dasarnya tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan hak milik terhadap sesuatu.

Griselda dan Panjaitan (2007), menyatakan bahwa faktor utama yang mempengaruhi pelayanan atau jasa adalah jasa yang diharapkan dan jasa yang diterima. Apabila jasa yang diterima konsumen sama dengan yang diharapkan atau bahkan lebih baik, maka dipersepsikan bahwa kualitas jasa tersebut baik atau positif dan demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas jasa atau pelayanan sangat dipengaruhi oleh kemampuan dari penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten.

Berdasarkan penjelasan diatas, Griselda dan Panjaitan (2007) mendefinisikan kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu setuju dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

b. Indikator kualitas pelayanan

Service Quality dalam penelitian ini diukur dari indikator yang mengacu pada penelitian *DeLone* dan *McLean* (2003) variabel diukur dengan tiga indikator sebagai berikut.

Indikator *Service Quality* yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah:

1. Keakuratan pelayanan
2. Respon keluhan
3. Kemampuan dalam pelayanan
4. Penanganan complain

c. Hubungan Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Pengguna Simtik

Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan dan kinerja maka pengguna akan senang karena harapan dan kinerja dari pelayanan tersebut sudah baik secara langsung akan timbul pada Universitas tersebut. Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Prasetyo (2007), dalam hipotesisnya yang menyatakan bahwa “kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap *User Satisfaction*” diterima kebenarannya

3. Information Quality

a) Pengertian *Information Quality*

Information Quality atau Kualitas Informasi adalah memberikan informasi secara konsisten yang dimana hal tersebut dapat memenuhi syarat dan harapan publik yang membutuhkan informasi untuk melakukan proses kualitas informasi dalam multidimensi dan berbagai pengukuran karakteristik, termasuk

relevansi, kelengkapan, keamanan, kebaruan, ketepatan dan ketepatan waktu (DeLone & McLean, 2003).

Park and Kim (dalam *Achyar & Brilliant*, 2013) mendefinisikan kualitas informasi sebagai kesan konsumen terhadap kualitas informasi tentang produk atau layanan yang disediakan oleh sebuah *website*. Kualitas informasi yang baik seharusnya memberikan informasi yang lengkap atau detail mengenai suatu hal. Sebaliknya, jika memberikan informasi yang terbatas dan cenderung tidak jelas akan hanya menjadikan kualitas informasi yang buruk. Pengolahan suatu sistem informasi diharapkan dapat menghasilkan output informasi yang berkualitas yang memberikan nilai tambah bagi pemakai akhir.

Kualitas informasi memberikan dampak positif individu antara lain peningkatan kemampuan dalam mengambil keputusan, keefektifan kerja dan peningkatan kualitas kerja (*DeLone dan McLean*, 2003). Sedangkan menurut *Mason*(1978) Kualitas informasi mengukur kualitas keluaran (*output*) dari sistem informasi. Variabel kualitas informasi diukur dengan indikator keakuratan informasi (*accuracy*), kesesuaian (*relevance*), ketepatan waktu (*timeliness*), kelengkapan informasi (*completeness*) dan mudah dipahami (*understand-ability*) (*DeLone dan McLean*, 2003; *Wang dan Liao*, 2007; serta *McGilletal* (2003).

Dalam menjalankan kegiatan usahanya, perusahaan membutuhkan berbagai informasi untuk menjalankan kegiatannya dengan efektif dan efisien. Informasi yang dibutuhkan adalah informasi yang relevan, akurat, dan tepat waktu, untuk menghasilkan informasi yang berkualitas maka dibuatlah sistem informasi. Sistem informasi memungkinkan perusahaan untuk memperoleh

berbagai informasi yang dapat menyediakan informasi untuk pengambilan keputusan saat ini dan masa depan serta untuk mendukung strategi bersaing perusahaan. Informasi yang menjadi hasil dari sebuah sistem informasi merupakan aset yang sangat berharga dalam meningkatkan operasi yang efisien dan manajemen yang efektif dari perusahaan. Menurut Azhar Susanto (2013:52) sistem informasi sebagai berikut: Sistem informasi adalah kumpulan dari sub sistem baik fisik maupun non fisik yang saling berhubungan satu sama dan bekerja sama secara harmonis untuk mencapai satu tujuan yaitu mengolah data menjadi informasi yang berguna.

Laudon dalam Azhar Susanto (2013:52) menyatakan bahwa: Sistem informasi merupakan komponen-komponen yang saling berhubungan dan bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan dan menyebarkan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, pengendalian, dan untuk memberikan gambaran aktivitas didalam perusahaan. Menurut *McKeown* dalam Azhar Susanto (2013:52) sebagai berikut: “Sistem informasi merupakan gabungan dari komputer dan *user* yang mengelola perubahan data menjadi informasi serta menyimpan data dan informasi tersebut.”

Menurut *O'Brian* dalam Yakub (2012:17) sistem informasi sebagai berikut: Sistem informasi (*information system*) merupakan kombinasi teratur dari orang-orang, perangkat keras (*hardware*), perangkat lunak (*software*), jaringan komunikasi, dan sumber daya data yang mengumpulkan, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi. Sedangkan menurut Jogyanto dalam Yakub (2012:17): Sistem informasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan data

transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi serta menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan.

Berdasarkan beberapa pengertian sistem informasi diatas, dapat disimpulkan bahwa sistem informasi merupakan kombinasi dari teknologi informasi dan orang yang menggunakan teknologi itu dalam melakukan aktivitasnya untuk mendukung operasional perusahaan dan membantu manajemen dalam mengambil keputusan. Dengan sistem informasi membantu perusahaan dapat menjalankan kegiatan perusahaan secara efektif dan efisien.

b. Komponen Sistem Informasi

Sistem informasi memiliki beberapa komponen didalamnya. Dalam suatu sistem informasi apabila salah satu unsur tidak dipenuhi, maka sistem informasi tersebut mungkin tidak akan terwujud. Komponen-komponen sistem informasi yang terintegrasi berfungsi untuk mendukung dan meningkatkan operasi sehari-hari perusahaan, juga menyediakan kebutuhan informasi untuk pemecahan masalah dan pengambilan keputusan manajemen. Menurut Abdul Kadir (2003:70) komponen sistem informasi terdiri dari:

1. Perangkat keras (*hardware*)
2. Perangkat lunak (*software*) atau program
3. Prosedur
4. Orang
5. Basis data (*database*)
6. Jaringan komputer dan komunikasi data.

Adapun penjelasan dari komponen sistem informasi tersebut adalah:

1. Perangkat keras (*Hardware*) mencakup peranti-peranti fisik seperti computer, monitor, mouse, dan printer.
2. Perangkat lunak (*software*) sekumpulan instruksi yang memungkinkan perangkat keras untuk dapat memproses data.
3. Manusia (*Brainware*) semua pihak yang bertanggung jawab sebagai sponsor sistem informasi (*system owner*), pengguna system (*system user*), perancang system (*system designer*) dan pengembangan system informasi (*system development*).
4. Prosedur (*procedure*) sekumpulan aturan yang dipakai untuk mewujudkan pemrosesan data dan pembangkitan keluaran yang dikehendaki.
5. Basis data (*database*) sekumpulan tabel, hubungan, dan lain-lain yang berkaitan dengan penyimpanan data.
6. Jaringan komunikasi (*communication Network*) system penghubung yang memungkinkan sumber (*resources*) dipakai secara bersama atau diakses oleh sejumlah pemakai.

Sebagai contoh, sistem informasi pribadi yang hanya melibatkan seorang pengguna dan sebuah komputer dan tidak selalu melibatkan fasilitas jaringan dan komunikasi, berbeda dengan sistem informasi grup kerja (*workgroup information system*) yang melibatkan sejumlah orang dan sejumlah komputer, memerlukan sarana jaringan dan komunikasi.

Model Kesuksesan Sistem Informasi Dalam penerapan sebuah sistem informasi untuk pelaksanaan kegiatan perusahaan yang paling penting apakah perusahaan mendapatkan kesuksesan penerapan sistem atau kegagalan

penerapan sistem. Banyak penelitian telah dilakukan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menyebabkan kesuksesan sistem informasi.

c. Definisi Kualitas Sistem Informasi

Kualitas sistem informasi menfokuskan pada kinerja komponen sistem informasi yaitu seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, manusia, prosedur, basis data, jaringan komunikasi, data, aktivitas, jaringan dan teknologi dari sistem informasi dalam menghasilkan informasi untuk para pengguna. Kualitas sistem informasi akuntansi dapat dilihat pada informasi finansial yang diterima oleh para pengguna apakah telah mencukupi atau bahkan melebihi dari yang dibutuhkan.

Menurut *Eriksson* dan *Torn* dalam *Mehdi Khosrowpour* (2000:1164) mengenai kualitas sistem informasi (*quality of information system*) sebagai berikut:

Quality of information systems can be viewed from multiple perspective. From a technical perspective it can focus on efficiency of systems and processing. From a bussiness point of view it can focus on an increase in profitability. From users point of view it can focus on increased case of use in a system and support of their work practices.

Definisi diatas dapat diartikan bahwa kualitas sistem informasi dapat dilihat dari berbagai perspektif. Dari perspektif teknis, dapat fokus pada efisiensi sistem dan pengolahan. Dari sudut pandang bisnis, dapat fokus pada peningkatan profitabilitas. Dari sudut pandang pengguna, dapat fokus pada hal peningkatan penggunaan sistem dan mendukung praktek-praktek kerja mereka

Menurut *DeLone* dan *McLean* dalam *Istianingsih* dan *Wiwik Utami* (2009) bahwa: “Kualitas sistem informasi merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem itu sendiri.”

Kualitas sistem informasi juga didefinisikan oleh *Davis et al.*, dan juga *Chin dan Todd* dalam *Istianingsih* dan *Wiwik Utami* (2008) sebagai berikut:

“Kualitas sistem informasi didefinisikan sebagai *perceived ease of use* yang merupakan seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan.”

Pernyataan diatas menyatakan bahwa jika pemakai sistem informasi merasa bahwa menggunakan sistem informasi tersebut mudah sehingga mereka dapat meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan maka sistem informasi tersebut berkualitas. Suatu sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan sistem informasi tersebut.

Venia Agustines Tananjaya (2012) menyatakan bahwa: Kualitas sistem informasi merupakan kualitas suatu produk atau pelayanan yang pada umumnya diukur berdasarkan kecocokan pemakai dengan sistem informasi tersebut, dimana sistem informasi mampu diaplikasikan sesuai dengan apa yang diinginkan oleh pemakai.

Berdasarkan beberapa pernyataan diatas menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi adalah kualitas dari informasi yang dihasilkan apakah telah memiliki karakteristik informasi yang baik dan berguna bagi para pemakai informasi. Sistem informasi yang berkualitas dapat digunakan sesuai dengan

keinginan para pengguna dan dapat menghasilkan suatu informasi yang akurat, tepat waktu, relevan dan lengkap.

Dimensi Kualitas Sistem Informasi Mengukur kualitas dari suatu sistem informasi bukanlah suatu hal yang mudah, hal ini disebabkan tidak adanya kriteria yang menjadi standar dalam menentukan kualitas sistem informasi itu sendiri. Pengukuran kualitas sistem dapat dilakukan dengan melihat efektifitas suatu sistem informasi yang dijalankan di dalam perusahaan. Pengukur-pengukur kualitas sistem informasi menurut *Bailey* dan *Pearson* dalam *Jogiyanto (2007:14)* terdiri dari:

1. Kenyamanan akses
2. Keluwesan sistem
3. Integritas system
4. Waktu respon.

Penjelasan mengenai pengukuran kualitas sistem informasi diatas adalah sebagai berikut:

1. Kenyamanan akses, berarti sistem informasi mudah dipelajari dan mudah dipahami pada awal penggunaannya, kemudahan dalam pengoperasian sistem akan memudahkan pengguna dalam menggunakan sistem tersebut, dan sistem informasi sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. Keluwesan sistem, sistem yang luwes atau fleksibel adalah sistem yang mempunyai kemampuan untuk mencapai suatu tujuan lewat sejumlah cara yang berbeda. Karakteristik penting dalam mencapai keluwesan suatu sistem adalah bahwa sistem harus dapat menyesuaikan diri dengan keinginan pengguna, dan bukan pengguna yang harus menyesuaikan diri

dengan kerangka sistem yang telah ditetapkan oleh perancang sistem ataupun sistem informasi dapat disesuaikan dengan proses bisnis dan kegiatan. Dengan kata lain, program yang ada dapat ditambah atau dikurangi sesuai dengan keperluan sehingga sistem informasi berjalan sesuai fungsinya.

3. Integritas sistem, sistem dapat diakses tanpa menyulitkan pengguna dan tidak dapat diakses oleh pihak yang tidak berkepentingan. Selain itu, integritas sistem dapat dinilai dari kemampuan sistem menemukan kesalahan.
4. Waktu respon, waktu yang dibutuhkan oleh sistem untuk merespon input dan tepatnya pengolahan input untuk menghasilkan data atau informasi. Kualitas sistem informasi menjadi hal penting untuk diukur untuk mengetahui kepuasan pengguna sistem informasi. Pengguna sistem informasi akuntansi akan menggunakan sistem informasi dan merasa puas apabila sistem tersebut mempercepat dan memudahkan pekerjaan, fleksibel dengan kebutuhan pengguna, mudah diakses dan dapat menghasilkan informasi dengan cepat.

d. Indikator *Information Quality*

Menurut Aimsyah (2013) indikator dari *information quality* adalah sebagai berikut:

1) Akurat

Informasi yang diberikan harus detail, akurat, dan jelas tentang produk yang akan dijual.

2) Tepat waktu

Informasi yang diberikan tidak boleh terlambat, melainkan harus sesuai tepat pada waktunya.

3) Kelengkapan

Kelengkapan informasi harus disampaikan dengan baik, karena jika informasi yang diberikan hanya setengah tentu akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan.

4) Kesesuaian

Informasi yang diberikan harus sesuai dengan produk yang akan dijual karena hal ini akan membantu konsumen untuk mengambil keputusan pembelian.

D. User Satisfaction

a. Pengertian user satisfaction

Kepuasan pengguna merupakan hasil respon yang diberikan setelah memakai sistem informasi. Kepuasan pengguna berperan penting dalam pengembangan sistem informasi. Kepuasan menjadi fokus perhatian oleh hampir semua pelaku bisnis, dimana untuk memenangkan persaingan mereka harus dapat memahami konsep kepuasan pengguna dengan baik.

Menurut Jogiyanto (2007:23) definisi kepuasan pemakai (*user satisfaction*) adalah “respon pemakai terhadap penggunaan keluaran sistem informasi”. Selain itu, kepuasan pengguna menunjukkan seberapa jauh pemakai puas dan percaya pada sistem informasi yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan pengguna (Ives, et al., 1983). Menurut Tjiptono (2004:24)

menyatakan bahwa “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan yang diharapkannya.” Definisi ini senada dengan definisi kepuasan pelanggan yang diungkapkan oleh (Kotler, *et al.*, 1996) dalam Effendi M. Guntur (2010:69) bahwa: “Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya”.

Beberapa peneliti seperti *Ein Dor* dan *Segev* (1978) serta *Hamilton* dan *Chervany* (1981), dalam Jogiyanto (2007:23), mengusulkan untuk menggunakan kepuasan pemakai sebagai pengukur dari keberhasilan penggunaan sistem informasi hanya untuk sistem informasi tertentu yang digunakan oleh pemakai. Hal ini senada dengan yang diungkap Fandy Tjiptono (2004:24) “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan yang diharapkannya”.

Definisi tersebut menggambarkan bahwa tingkat kepuasan pengguna atas sistem yang digunakan yang menggambarkan bahwa tingkat kepuasan pengguna dapat diukur dari penilaian pengguna atas sistem yang dipergunakan. Penilaian tersebut menyangkut kesesuaian kinerja (*usefulness*) dari suatu sistem yang dipergunakan dengan harapan pengguna. Bila kinerja (*usefulness*) dari sistem tersebut sesuai dengan harapan (*expectation*) penggunaannya, maka pengguna akan merasa puas dengan penggunaan sistem tersebut. Namun sebaliknya jika sistem tersebut berdasarkan persepsi pengguna (*perception*) tidak memiliki kinerja sesuai dengan yang diharapkan maka pengguna akan merasa puas dengan sistem yang dipergunakan. Selanjutnya, (Wexley & Yukl, 1997:98) berpendapat bahwa :

Kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh individu merupakan hasil dari perbandingan atau kesenjangan yang dilakukan oleh diri sendiri terhadap berbagai macam hal yang sudah diperolehnya dari pekerjaan dan yang menjadi harapannya. Kepuasan akan dirasakan oleh individu tersebut bila perbedaan atau kesenjangan antara standar pribadi individu dengan apa yang diperoleh dari pekerjaan kecil, sebaliknya ketidakpuasan akan dirasakan oleh individu bila perbedaan atau kesenjangan antara standar pribadi individu apa yang diperoleh dari pekerjaan besar.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui bahwa kepuasan pengguna (mahasiswa) akan kualitas suatu sistem mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan, yaitu dengan membandingkan harapan pengguna akan suatu kinerja sistem yang dibutuhkan (*expected system*) dan penilaian pengguna akan sistem yang saat ini diperoleh atau digunakan (*perceived system*). Dengan menilai atau membandingkan keduanya, akan diketahui tingkat kepuasan pengguna (mahasiswa) akan sistem yang dipergunakan.

Menurut Oliver (1980) dalam J. Supranto (2006:233) mengungkapkan bahwa, "Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakannya dengan harapannya". Menurut Zulian Yamit (2005:78) berpendapat bahwa, "Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi setelah membandingkan apa yang dirasakan dengan harapannya". Konsep kepuasan pelanggan terdapat dua elemen yang mempengaruhi yaitu harapan dan kinerja. Kinerja adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk. Harapan adalah

pikiran konsumen tentang apa yang akan diterimanya apabila ia mengkonsumsi produk.

b. Aspek-Aspek Kepuasan

Aspek-aspek kepuasan konsumen Menurut pendapat *Lovelock* yang dikutip Tjiptono dalam *Hutasoit* (2011: 24), ada beberapa metode untuk mengevaluasi kepuasan, meliputi: Kinerja, Ciri-ciri tambahan, keandalan, kesesuaian spesifikasi, daya tahan,

- 1) Kinerja (*Performance*), Karakteristik pokok dari suatu produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli suatu produk
- 2) Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*), Dari fungsi dasar berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya, yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- 3) Keandalan (*Reability*), Kecilnya kemungkinan suatu barang atau jasa rusak atau gagal fungsi dalam periode waktu tertentu dan kondisi tertentu.
- 4) Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen.
- 5) Daya tahan (*durability*), Berkaitan dengan umur teknis dan umur produk.
- 6) Mudah diperbaiki (*serviceability*), Meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- 7) Estetika (*aesthetics*), Daya tarik produk menurut pengindraan konsumen, misalnya model desain dan warna.

Menurut Wilkie (1994: 236) menyatakan bahwa: “Terdapat lima elemen pada kepuasan konsumen yaitu *expectations*, *performance*, *comparison*, *confirmation* atau *disconfirmation*, dan *discrepancy*”. Elemen kepuasan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) *Expectations* (harapan)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan mereka. Kepuasan konsumen sangat bergantung pada persepsi dan harapan konsumen (Gasperz, 2002).

Gasperz (2002) mengatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan konsumen adalah sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan konsumen ketika sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen produk (perusahaan).
- 2) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing - pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman.
- 4) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran, dimana kampanye yang berlebihan dan secara aktual tidak mampu memenuhi harapan pelanggan akan mengakibatkan dampak negatif terhadap persepsi konsumen.

2) *Performance* (kinerja)

Performance merupakan pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Selama mengonsumsi suatu produk atau jasa, konsumen menyadari kegunaan produk aktual dan menerima kinerja produk tersebut sebagai dimensi yang penting bagi konsumen.

3) *Comparison* (perbandingan)

Setelah mengonsumsi barang atau jasa maka konsumen akan membandingkan harapan terhadap kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut.

4) *Confirmation* atau *Disconfirmation*

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda atau dari pengalaman orang lain. Penggunaan merek lain dan komunikasi dari perusahaan serta orang lain, konsumen membandingkan harapan kinerja barang atau jasa yang dibeli dengan kinerja aktual barang atau jasa tersebut. *Confirmation* terjadi ketika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. *Disconfirmation* terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation* dan *disconfirmation* yaitu ketika harapan melebihi kinerja aktual barang atau jasa.

5) *Discrepancy* (Ketidaksesuaian)

Discrepancy mengindikasikan bagaimana perbedaan antara level kinerja dengan harapan. *Negative disconfirmations* yaitu ketika kinerja aktual berada dibawah level harapan, kesenjangan yang lebih luas lagi akan

mengakibatkan tingginya level ketidakpuasan. Sebaliknya positive disconfirmations yaitu ketika kinerja aktual berada diatas level harapan. Ketika konsumen puas, maka konsumen akan menggunakan barang atau jasa yang sama, dan ketika konsumen merasa tidak puas maka konsumen akan menuntut perbaikan atau komplain terhadap perusahaan.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan

Richard Oliver dalam *Engel*(1994) telah memelopori penelitian dengan model diskonfirmasi harapan. Konsumen melakukan pembelian dengan harapan produk sesuai apa yang diharapkannya. Para peneliti mengidentifikasi tiga jenis harapan:

- a) Kinerja yang wajar. Suatu penilaian normatif yang mencerminkan kinerja bahwa konsumen harus menerima sesuai dengan apa yang sudah dikeluarkannya.
- b) Kinerja yang ideal. Tingkat kinerja ideal yang optimum atau diharapkan.
- c) Kinerja yang diharapkan. Bagaimana kemungkinan kinerja nantinya.

Ketiga faktor kepuasan konsumen tersebut digunakan membandingkan apa yang diharapkan oleh konsumen. Kebanyakan peneliti memandang penilaian kepuasan konsumen ini sebagai penilaian subjektif mengenai perbedaan antara harapan konsumen dengan kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu untuk melihat bahwa konsumen juga memanfaatkan atau menikmati evaluasi kinerja atau pelayanan yang diberikan untuk konsumen.

Menurut Rambat Lupyoadi (2008: 185) mengemukakan bahwa: Ada lima faktor dalam menentukan kepuasan konsumen yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Kualitas produk, yaitu konsumen akan merasa puas bila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
 - 2) Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
 - 3) Emosi, yaitu konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat konsumen merasa puas terhadap merek tertentu.
 - 4) Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
 - 5) Biaya, yaitu konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.
- Pendapat lain tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan disampaikan oleh Kuswandi (2004:17) yang menyatakan bahwa:

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan terdiri dari: a). Mutu produk atau jasa, yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya. b). Mutu pelayanan, yaitu berbagai jenis pelayanan akan

selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan tidak bermutu. c). Harga, adalah hal yang paling sensitive untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain. d). Waktu Penyerahan, pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. e). Keamanan, yaitu pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut. Berdasarkan berbagai pendapat diatas, maka dapat disebutkan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu: produk, kualitas atau mutu, harga, pelayanan, ketepatan, dan keamanan.

d. Indikator Kepuasan Pengguna (Mahasiswa)

Menciptakan dan mencapai kepuasan mahasiswa sebagai pengguna suatu sistem yang diterapkan suatu perguruan tinggi, bukanlah suatu hal yang mudah bagi perusahaan tersebut, mengingat bahwa mahasiswa sebagai pengguna sistem tersebut merupakan manusia yang memiliki keinginan, harapan dan kebutuhan yang berbeda-beda, serta tidak jarang keinginan, harapan, dan kebutuhan mereka itu mengalami perubahan dari waktu ke waktu dan dalam jangka waktu yang tidak lama. Oleh karena itu suatu perusahaan atau perguruan tinggi harus senantiasa memperhatikan setiap kebutuhan dan harapan yang diinginkan oleh mahasiswanya (*user*) agar dapat menyajikan suatu sistem yang dapat memenuhi kebutuhan (*user*) dalam rangka meningkatkan kepuasan mahasiswa (*user*) agar dapat meningkatkan pula kinerja yang dihasilkannya.

Istilah *end user* (pengguna) mulai dikenal pada akhir tahun 1970. *end user* merupakan pengguna yang menggunakan produk akhir suatu sistem informasi berbasis komputer *McLeod* (2007:21). Kepuasan pengguna merupakan salah satu faktor yang penting dalam mengukur kesuksesan suatu sistem informasi *Xiao* dan *Dasgupta* dalam *Riza Wahyudi Endang Siti Astuti Riyadi* (2015:30). Para peneliti yang menggunakan pendekatan ini berasumsi bahwa pengguna yang puas akan memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan dengan pengguna yang merasa tidak puas terhadap sistem informasi, dan sistem informasi dikatakan sukses apabila mampu membantu pengguna untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik.

Kepuasan mahasiswa terhadap penggunaan SIMTIK dapat diukur dari teori yang telah disampaikan *DeLone and McLean* (2003) dalam *The Update D&M IS Success Model* dimana ada tiga komponen yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini, peneliti hanya fokus terhadap kepuasan mahasiswa, bukan kesuksesan sistem informasi secara keseluruhan, dikarenakan keterbatasan waktu, SDM, dan biaya.

Kotler (2009:48) berpendapat bahwa “semakin tingginya tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya tingkat kepuasan pelanggan”, *Tjiptono* (2008:85) menyatakan bahwa “kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan berbagai manfaat”.

Beberapa pendapat diatas dapat diketahui bahwa kepuasan pengguna (mahasiswa) sangat penting bagi suatu instansi pendidikan, salah satunya

perguruan tinggi. Pelayanan yang bermutu mutlak diperlukan untuk dapat memenuhi harapan mahasiswa, semakin baik kualitas SIMTIK yang diberikan perguruan tinggi kepada mahasiswa juga akan memberikan berbagai manfaat pada universitas.

Untuk dapat mengukur kepuasan konsumen atau pengguna, menurut Kotler (2007:69) mengidentifikasikan 4 metode untuk mengukur kepuasan konsumen, yaitu sebagai berikut:

- (1) *System keluhan dan saran* Yaitu perusahaan memberi kesempatan kepada konsumen untuk mengutamakan saran maupun keluhan yang dirasakan. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan lain-lain.
- (2) *Ghost Shopping* Yaitu mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli. Pada perusahaan pesaing, guna mengetahui kelebihan dan kelemahan dari perusahaan pesaing tersebut.
- (3) *Lost Customer Analysis* Yaitu dengan cara menghubungi pengguna jasa-pengguna jasa yang telah berhenti membeli untuk mengetahui mengapa hal itu bisa terjadi.
- (4) *Survey Kepuasan Konsumen* Pada dasarnya kepuasan konsumen dapat tercapai apabila kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terpenuhi.

Dengan mengetahui apa yang diinginkan oleh konsumen, akan memudahkan perusahaan dalam mengkonsumsikan produknya kepada target konsumennya. Untuk dapat mengukur kepuasan pengguna, dapat dilakukan dengan indikator-indikator kepuasan. Indikator yang digunakan untuk variabel kepuasan Fandy Tjiptono (2009: 366) adalah: “Kepuasan

terhadap terhadap jasa, kesediaan konsumen untuk merekomendasikan kepada orang lain, dan tingkat konfirmasi harapan”.

e. Kepuasan pengguna diukur dengan indikator :

- 1) Memenuhi harapan, yang dapat dilihat dari harapan atau target yang diinginkan sistem informasi dapat tercapai
- 2) Kinerja, hasil kinerja sistem informasi telah memenuhi pengharapan dan kebutuhan pengguna sitem informasi
- 3) Efektif dan Efisien, yang dilihat dari sistem informasi dapat memberikan solusi dan membantu pekerjaan pengguna secara efisien dan efisien.
- 4) Kebutuhan informasi, dilihat dari sistem informasi dapat memenuhi kebutuhan pengguna dan
- 5) Kepuasan, sistem informasi yang disajikan dapat bermanfaat dan memberikan kepuasan terhadap pengguna sistem informasi. (Wang dan Liao, 2008 & McGill, et al., 2003). Semakin tinggi kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan yang dihasilkan suatu sitem informasi, akan semakin tinggi tingkat kepuasaan pengguna sistem informasi (*DeLone* dan *McLean*, 2003). Pendapat ini didukung hasil penelitian Pawirosumarto (2016), Saputo(2017) dan Jaafreh (2017).

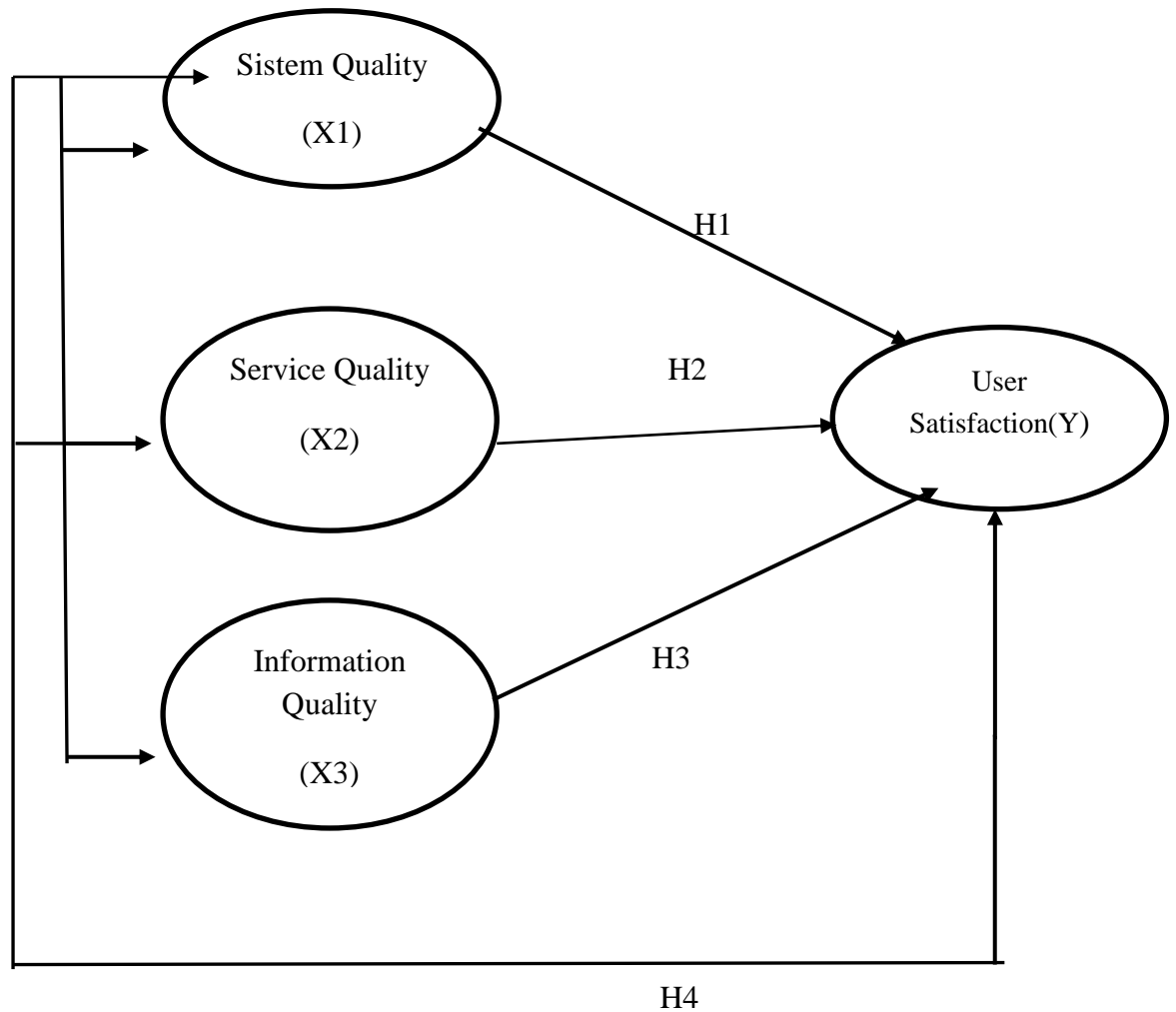
Tabel 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Kesimpulan
1.	Winda Septiana, Wahyu Agus Winarno, Alfi Arif	Pengaruh <i>system information quality, service quality of rail ticketing system</i> (jurnal ekonomi bisnis dan akuntansi, Vol 1,no 1, 2014)	Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis data dan yang terakhir interpretasi hasil analisis pengauh kualitas

			sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan terhadap kualitas informasi serta kualitas pelayanan semuanya mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna.
2.	M. Asrar , Gita Indah, Wildan Suharso	Analisis pengaruh <i>system quality, information quality, service quality</i> terhadap <i>Net Benefit</i> (kinetik, vol 2, no 3, Agustus 2017)	Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkatan kesuksesan sistem informasi universitas muhammadiyah malang yang di gunakan universitas muhammadiyah malang yaitu krs.umm.ac.id adalah sukses.
3.	Luqman Habieb Prasajo, Dudi Pratomo, SET, .M.Ak.	Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan aplikasi <i>Rail Ticket System (RTS)</i>	Hasil penelitian ini kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas layanan terbukti berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna secara bersama-sama.
4.	Wendy Arista Wibowo	Pengaruh <i>system quality, information quality, service quality website Lion AIRLANES</i> (JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN , VOL 2,	Di antara <i>system quality, information quality, dan service quality</i> maka variabel <i>information quality</i> berpengaruh paling dominan terhadap <i>user satisfaction Website Lion Airlines</i> , karena

		2013)	besaran nilai koefisien regresi dan nilai t hitung yang dihasilkan oleh information quality yang paling besar jika dibandingkan dengan kedua variabel lainnya.
5.	Heri wijayanto (2013)	Pengaruh <i>System Quality</i> Terhadap <i>User Satisfaction</i> pada implemtasi sitem informasi manajemen dengan pendekatan <i>DeLone and McLean information system success Model</i> (studi empiris pada Universitas Muhammadiyah Ponorogo) multitek Indonesia. Vol 7. No. 1.74-84)	Implementasi SIM di Universitas Muhammadiyah Ponorogo menunjukkan kesesuaian analisis dengan model <i>update DeLone and McLean information system uces model</i> , dan system quality berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap <i>user satisfaction</i> pada implementasi SIM di Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3. Kerangka Pemikira



Hipotesis

Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan.

1. *System Quality (X1) dan User Satisfaction (Y)*

Menurut *DeLone* dan *McLean* (2013), kualitas sistem adalah karakteristik dari kualitas yang diinginkan dari sistem informasi dan informasi berkualitas yang diinginkan informasi karakteristik produk. Kualitas sistem merupakan performa dalam sistem itu sendiri pengukuran kualitas sistem di pengaruhi oleh kemudahan pengguna, kemudahan pembelajaran, fitur sistem, akurasi system, fleksibilitas (*Petter, Delone, dan Mclean* (2008).

Jogiyanto (2007:12) menjelaskan bahwa “Kualitas sistem digunakan untuk mengukur kualitas sistem teknologi itu sendiri”. Pendapat lain yang mengungkapkan definisi yang sama adalah Chen (2010:310) bahwa “Kualitas system merupakan suatu ukuran pengolahan sistem informasi itu sendiri”. Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem merupakan ukuran terhadap sistem informasi itu sendiri dan terfokus pada interaksi antara pengguna dan sistem.

Menurut penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Heri wijayanto (2013) membuktikan bahwa *system quality* terhadap *user satisfaction* pada implementasi sistem informasi manajemen berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *user satisfaction* pada SIM di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H₁ :Terdapat pengaruh antara *System Quality* terhadap *User Satisfaction*
Simtik Universitas Muhammadiyah Ponorogo

2. *Service Quality (X2) dan User Satisfaction (Y)*

Menurut Tjiptono (2008) menyatakan bahwa service quality adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan nasabah. Dengan demikian, ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dirasakan atau dipersepsikan (*perceived service*). Parasuraman, (2008) mengemukakan kualitas layanan (*servicequality*) didasarkan pada perbandingan antara apa yang seharusnya ditawarkan (*offered*) dan pada yang disediakan (*provived*). Menurut Griselda dan Panjaitan (2017), menyatakan bahwa faktor utama yang mempengaruhi pelayanan atau jasa adalah jasa yang diharapkan atau bahkan lebih baik, maka dipersepsikan bahwa kualitas pelayanan yang baik atau positif dan demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, baik tidaknya kualitas pelayanan sangat di pengaruhi oleh kemampuan dari penyedia jasa atau pelayanan dalam memenuhi harapan konsumen secara konsisten. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

H₂: Terdapat pengaruh antara *Service Quality* terhadap *User Satisfaction*
Simtik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

3. *Information Quality(X3) dan User Satisfaction (Y)*

Laudon dalam AzharSusanto (2013:52) menyatakan bahwa sistem informasi merupakan komponen-komponen yang saling berhubungan dan bekerja sama untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan dan menyebarkan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, pengendalian, dan untuk memberikan gambaran aktivitas

didalam perusahaan. Menurut *McKeown* dalam Azhar Susanto (2013:52) sebagai berikut: sistem informasi merupakan gabungan dari computer dan user yang mengelola perubahan data menjadi informasi serta menyimpan datadan informasi tersebut”.

Menurut *O'Brian* dalam Ykub (2012:17) sistem informasi sebagai berikut: sistem informasi merupakan kombinasi teratur dari orang-orang, perangkat keras, perangkat lunak, jaringan komunikasi, dan sumber daya data yang mengumpulkan, mengubah, dan menyebarkan informasi dalam sebuah organisasi. Sedangkan menurut Jogiyanto dalam Yakub (2012:17) sistem inforamasi adalah suatu sistem di dalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan data transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan kegiatan strategi dari suatu organisasi serta menyediakan pihak luar tertentu dengan laporan-laporan yang diperlukan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃:Terdapat pengaruh antara *Information Quality* terhadap *User Satisfaction* Simtik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

4. ***System Quality (X1), Service Quality (X2), dan Information Quality (X3)***
dengan *User Satisfaction (Y)*

Berdasarkan penyusunan pada proses Hipotesis 1, Hipotesis 2, Hipotesis 3 peneliti dapat menyusun dengan hipotesis sebagai berikut :

H₄ : *System Quality, Service Quality, dan formatioInn Quality* secara simultan berpengaruh terhadap *User Satisfaction* Simtik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.