

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Manajemen Pemasaran

Menurut Philip Kotler, “Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menghasilkan pertukaran yang diinginkan dengan pasar sasaran untuk tujuan mencapai tujuan organisasi. Ini sangat bergantung pada perancangan organisasi yang menawarkan dalam hal target kebutuhan pasar dan keinginan dan menggunakan harga, komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk menginformasikan, memotivasi dan melayani pasar.

Jadi bisa dikatakan bahwa manajemen pemasaran adalah tugas penting dan kreatif untuk memberikan kepuasan konsumen dan dengan demikian menghasilkan laba melalui permintaan konsumen. Manajer pemasaran harus memiliki perencanaan atas pelaksanaan, koordinasi, dan kontrol dalam kaitannya dengan fungsi pemasaran riset pemasaran, perencanaan dan pengembangan produk, penetapan harga, iklan, penjualan dan distribusi untuk tujuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen, bisnis dan masyarakat.

2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran atau marketing mix adalah kumpulan alat pemasaran taktis, yang terkendali (produk, harga, tempat dan promosi) yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang

diinginkannya di pasar sasaran. Pengertian lain bauran pemasaran yakni strategi kombinasi yang dilakukan oleh berbagai perusahaan dalam bidang pemasaran. Hampir semua perusahaan melakukan strategi ini untuk mencapai tujuan pemasarannya, apalagi dalam kondisi persaingan yang sangat ketat. Jerome Mc. Carthy dalam Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah berbagai alat-alat pemasaran yang menjadi kegiatan pemasaran terdiri dari empat macam, atau yang disebut 4P yaitu *product, price, place, and promotion*. Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2014) bauran pemasaran merupakan seperangkat alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam target pasar. Berdasarkan pengertian menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah serangkaian alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tingkat penjualan yang diharapkan, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan yaitu memperoleh keuntungan.

Unsur-Unsur Bauran Pemasaran

Menurut Jerome Mc. Carthy dalam Kotler dan Keller (2016) terdapat empat unsur-unsur bauran pemasaran produk yaitu sebagai berikut :

1. **Product (Produk)**

Product (produk) adalah sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk dapat diperhatikan, diperoleh, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2. Price (Harga)

Price (harga) adalah Sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan produk dan atau jasa dimana nilainya ditetapkan oleh penjual dan pembeli melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual dengan satu nilai yang sama terhadap semua pembeli.

3. Place (Tempat)

Place (tempat) adalah saluran distribusi yang mencakup lokasi, pergudangan, transportasi, dan sebagainya yang digunakan untuk mencapai target perusahaan.

4. Promotion (Promosi)

Promotion (promosi) adalah kegiatan yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi mengenai suatu produk dan atau jasa, serta sebagai sarana membujuk dan mempengaruhi konsumen.

5. People (Orang)

People disini adalah penggabungan target pasar dan orang-orang yang terkait langsung dengan bisnis. Penelitian menyeluruh penting untuk mengetahui apakah ada cukup banyak orang dalam pasar yang Anda rencanakan untuk memasarkan jenis produk dan layanan yang Anda buat

6. Process (Proses)

Sistem dan proses organisasi mempengaruhi pelaksanaan layanan. Jadi, Anda harus memastikan bahwa Anda memiliki proses yang dirancang khusus untuk meminimalkan biaya.

7. Physical Evidence (Pembuktian)

Dalam industri jasa, harus ada pembuktian bahwa layanan itu sudah banyak dipakai, atau mungkin bisa dibilang sebagai testimony dari konsumen yang sudah pernah memakai jasa Anda. Selain itu, pembuktian juga berkaitan dengan bagaimana sebuah bisnis dan produknya dirasakan di pasar. Pembuktian adalah hal yang sangat penting untuk keberadaan dan pendirian bisnis Anda. Konsep ini adalah branding.

3. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktifitas-aktifitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. “Menurut Schiffman dan Kanuk (2010) perilaku konsumen merupakan sebuah tindakan yang mencerminkan seorang konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi serta menghabiskan barang dan atau jasa yang mereka harapkan guna mencapai kepuasan atas suatu kebutuhan dan keinginan.” Sedangkan menurut Kotler dan Armstrong (2016)

perilaku konsumen adalah kegiatan seseorang baik secara individu, kelompok, maupun organisasi yang memilih, membeli, dan menggunakan barang dan atau jasa untuk dikonsumsi.

Berdasarkan uraian para ahli maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah kegiatan yang dilakukan individu sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk dan atau jasa guna mencapai kepuasan.

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2016) yaitu :

1. Faktor Budaya

a) Budaya

Budaya merupakan susunan nilai dasar, persepsi, preferensi serta perilaku seseorang.

b) Sub-budaya

Sub-budaya merupakan bagian dari budaya yaitu kebangsaan, agama, kelompok ras, dan wilayah geografis.

c) Kelas sosial

Kelas sosial merupakan pembagian masyarakat relatif homogen dan bertahan lama dalam masyarakat yang berbagi nilai, minat, dan perilaku sama.

2. Faktor Sosial

a) Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan manusia yang memiliki pengaruh secara langsung dan tidak langsung terhadap anggotanya. Terdapat jenis kelompok yaitu kelompok referensi artinya kelompok tersebut

memiliki pengaruh langsung, dan kelompok primer artinya kelompok tersebut memiliki pengaruh tidak langsung.

b) Keluarga

Keluarga termasuk kedalam jenis kelompok primer karena keluarga memiliki pengaruh besar dalam pembentukan kepribadian dan pengaruhnya yang paling kuat.

c) Peran dan status

Kedudukan seseorang dalam kelompok didefinisikan oleh peran dan statusnya, karena tiap peran dalam kelompok membawa status yang mencerminkan nilai umum yang diberikan masyarakat.

3. Faktor Pribadi

a) Usia dan tahap siklus hidup

Seseorang membeli barang dan atau jasa sesuai dengan usia, tentunya dengan selera yang berbeda-beda. Misalnya selera dalam makanan, rekreasi, dan perabotan sering berhubungan dengan usia.

b) Pekerjaan

Pola konsumsi seseorang dipengaruhi oleh pekerjaan, seperti seorang dokter memiliki pola konsumsi yang berbeda dengan seorang pengusaha.

c) Gaya hidup

Pola perilaku individu seseorang dicerminkan oleh gaya hidup seseorang dalam melakukan pembelian

d) Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian merupakan karakteristik psikologis seseorang yang berbeda dengan orang lainnya yang dapat menimbulkan respon terhadap lingkungannya yang relative konsisten.

4. Faktor Psikologis

a) Motivasi

Motivasi adalah dorongan yang dibutuhkan seseorang untuk bertindak atas keinginan dan kebutuhannya.

b) Persepsi

Suatu proses yang terjadi pada individu dimana individu tersebut memilih, menafsirkan, dan mengatur informasi yang diperoleh untuk mengambil keputusan.

c) Pembelajaran

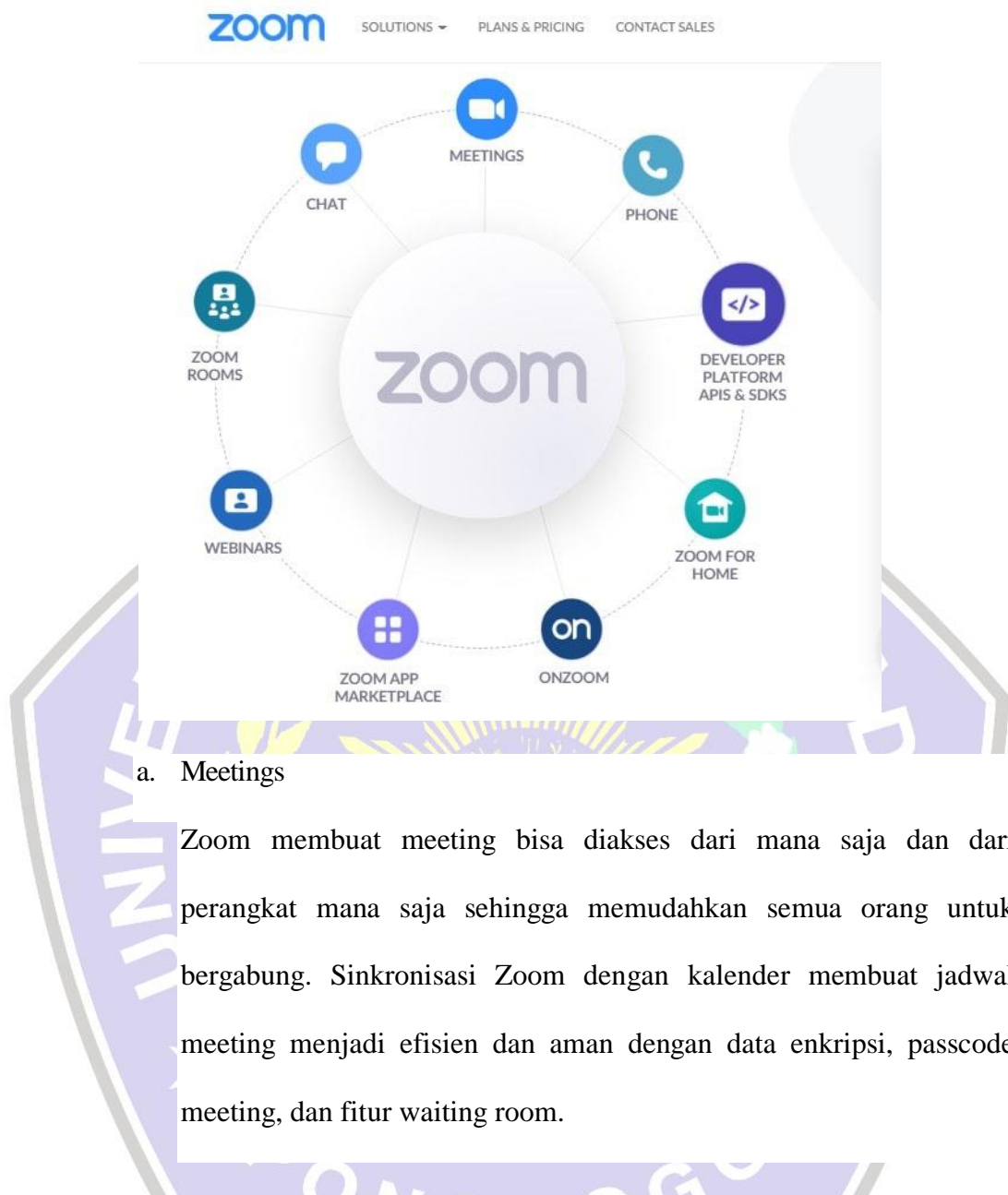
Sesuatu yang pernah terjadi kepada seseorang yang dapat mengubah perilaku seseorang.

d) Sikap dan keyakinan

Keyakinan merupakan pemikiran yang terdapat dalam diri seseorang terhadap sesuatu. Sedangkan sikap merupakan perbuatan atau perilaku yang dapat menentukan seseorang untuk mengambil keputusan.

4. Aplikasi Zoom Meeting

Zoom adalah layanan perangkat komunikasi video telepon yang dapat digunakan untuk aktivitas daring dengan perangkat *Open Source Software (OSS)* yang dikembangkan oleh Zoom Video Communications, Inc. garapan Mr. Eric Yuan. Aplikasi Zoom Meeting menawarkan berbagai fasilitas utama, diantaranya



a. Meetings

Zoom membuat meeting bisa diakses dari mana saja dan dari perangkat mana saja sehingga memudahkan semua orang untuk bergabung. Sinkronisasi Zoom dengan kalender membuat jadwal meeting menjadi efisien dan aman dengan data enkripsi, passcode meeting, dan fitur waiting room.

b. Chat

Komunikasi pesan yang terintegrasi merampingkan ruang kerja dan memungkinkan semua orang yang bergabung dalam grup chat untuk melakukan panggilan telepon dan meeting. File bisa di arsip sehingga memudahkan pencarian riwayat.

c. Phone

Layanan yang memungkinkan kita melakukan panggilan telepon melalui ponsel, desktop, deskphone, dan perangkat Zoom for Home.

d. Zoom Rooms

Kolaborasi zoom meetings dengan berbagai perangkat keras dan Zoom Cloud untuk mengadakan meeting dan berbagi konten. Zoom Rooms memudahkan penggunaannya untuk berbagi layanan nirkabel (*wireless*) sehingga meeting bisa dibagikan ke beberapa desktop atau orang-orang yang berada dalam satu jaringan.

e. Webinars

Menyuguhkan webinar dengan presenter sebagai tampilan utama, bukan lagi slide presentasi.

f. Zoom For Home

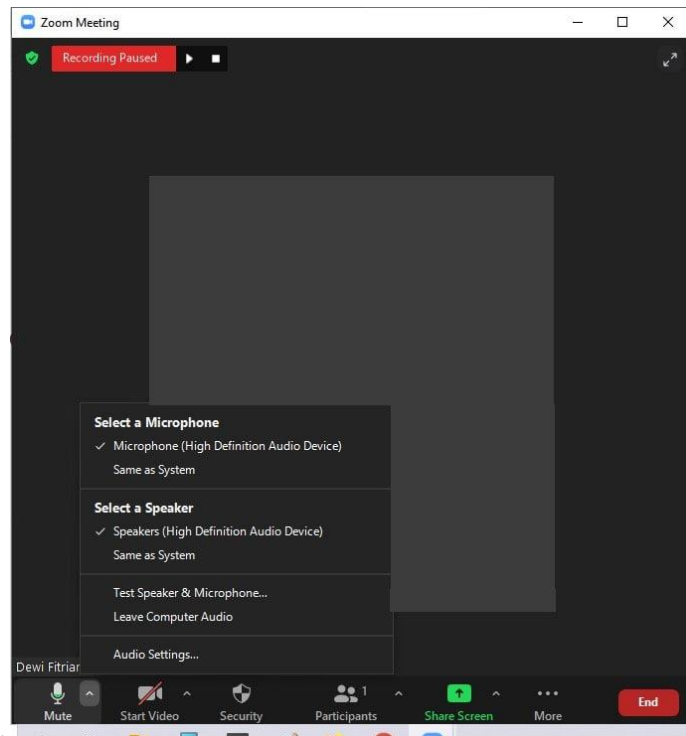
Perangkat yang menggabungkan kalender, meeting, dan telepon sehingga memudahkan kita untuk bekerja dari rumah.

g. Onzoom

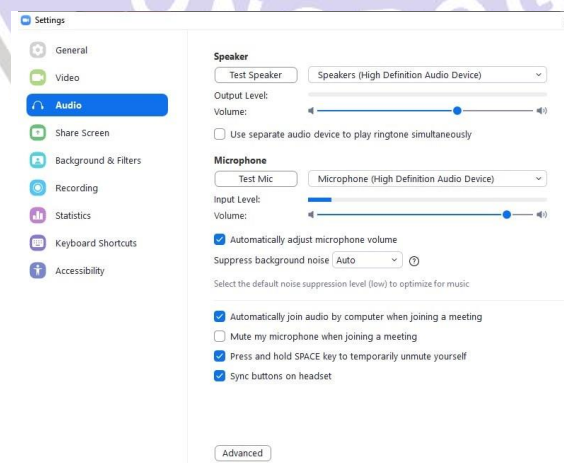
Ada 2 tipe Onzoom, yaitu Spectator events dan Interactive events. Spectator events menyajikan acara dimana peserta harus mematikan fitur audio dan kamera selama acara, hanya fitur chat yang diperbolehkan. Interactive events sama halnya dengan Zoom Meetings perihal participant dapat menghidupkan fitur audio, kamera, dan chat.

Tampilan Aplikasi Zoom Meeting

Ini adalah tampilan saat Readers sudah masuk ke dalam Zoom Meeting yang terdiri dari Audio, Webcam, Security, Invite anggota, Share Screen, dan lainnya.

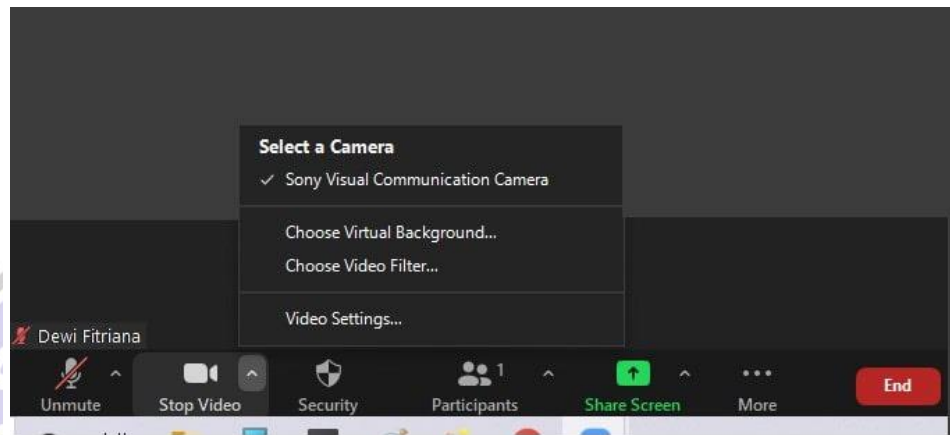


a. Aktivasi Device Audio



Pengguna dapat menggunakan fitur ini untuk menyalakan atau mematikan speaker sesuai kebutuhan.

b. Aktivasi Webcam



Sama seperti audio, setelah kamera juga harus diatur untuk kenyamanan saat menggunakan Zoom. Saat ini saya login Zoom dengan menggunakan laptop Sony sehingga tampilan kamera pilihan yang muncul adalah Sony Visual Communication Camera.

Virtual Background adalah opsi jika kita ingin menggunakan pilihan latar belakang meeting, kita perlu mengupload foto background yang ingin digunakan. Hasil terbaik adalah jika kita menggunakan green screen saat melakukan Zoom Meeting sehingga background yang muncul tampak jernih.

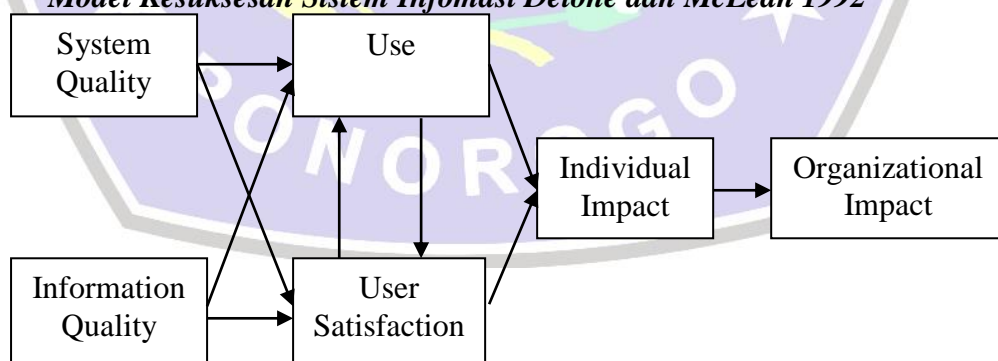
Video Filter adalah opsi yang umumnya juga terdapat pada fitur camera filter smartphone untuk membuat tampilan wajah kita sesuai dengan yang kita inginkan.

5. Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean

DeLone dan McLean melakukan penelitian guna mengetahui faktor-faktor kesuksesan sistem informasi Pada tahun (1992), mereka menyebutnya model kesuksesan sistem informasi DeLone & McLean (D&M IS Success Model). Kesuksesan sistem informasi dipengaruhi oleh *perceived information quality* dan *perceived system quality* yang merupakan prediktor signifikan bagi *user satisfaction*. Model ini merefleksikan ketergantungan dari enam faktor pengukur (variabel) kesuksesan sistem informasi, enam faktor tersebut adalah:

- a. Kualitas sistem (system quality)
- b. Kualitas informasi (information quality)
- c. Penggunaan (use)
- d. Kepuasan pemakai (user satisfaction)
- e. Dampak individual (individual impact)
- f. dampak organisasi (organization impact)

Gambar 1
Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean 1992

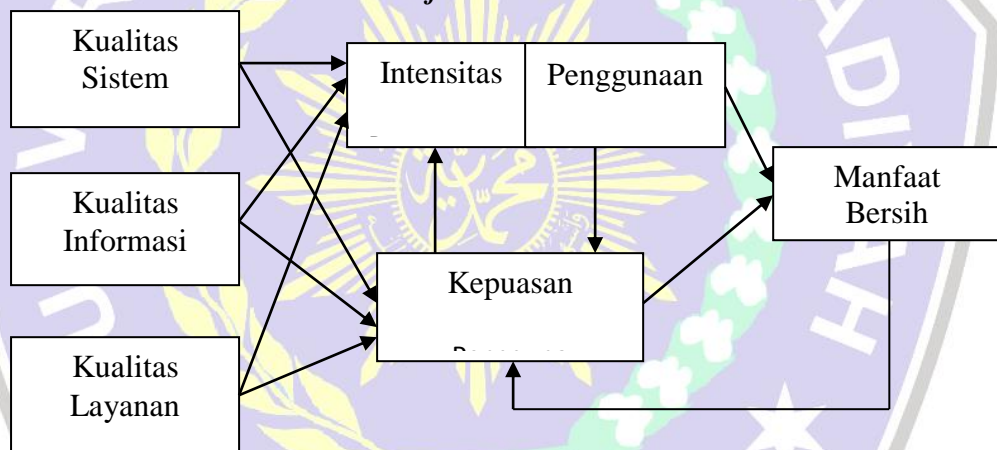


Penelitian ini berguna untuk mengukur kesuksesan suatu sistem, peneliti menggunakan teori model William H. DeLone dan Ephraim R. McLean yang dianggap sebagai model paling banyak digunakan dalam

mengukur kesuksesan sistem informasi. Model DeLone dan McLean dianggap lebih valid, sederhana, serta dapat digunakan sebagai acuan untuk membuat sistem informasi yang dapat diterapkan dengan sukses.

Kurang lebih 10 Tahun terakhir sejak model DeLone dan McLean diperkenalkan banyak terjadi perubahan, dan pada tahun 2003 DeLone dan McLean membuat penelitian dengan judul: The DeLone and McLean Model Of Information System Success: A Ten-Year Update. Dalam penelitian terbarunya (2003) DeLone dan McLean merubah dan memperbaiki dimensi sebelumnya yang ada pada tahun 1992 .

Gambar 2
Model Kesuksesan Sistem Infomasi Delone dan McLean 2003



6. **Kualitas Sistem (System Quality)**

Kualitas Sistem pada umumnya fokus terhadap karakteristik kinerja sistem atau hasil interaksi antara pengguna dan sistem. Nelson et al. (2005:206) terdapan lima dimensi guna mengukur kualitas sistem, antara lain:

- a.) Aksesibilitas Sistem, yaitu kemudahan mengakses dan menghasilkan informasi dari suatu system.

- b.) Fleksibilitas Sistem, yaitu sistem dapat menyesuaikan terhadap kebutuhan pengguna.
- c.) Reliabilitas Sistem, yaitu mengukur keandalan atas system yang dioperasikan.
- d.) Integrasi Sistem, yaitu system memudahkan dalam menggabungkan data dari berbagai sumber.
- e.) Waktu Respon, yaitu mengasumsikan respon system yang cepat atau tepat waktu terhadap permintaan akan informasi

Palmer (2002) Terdapat beberapa unsur pada penggunaan website adalah lay out/rancangan website, konsistensi (concistency), kemudahan dalam membaca (easy to reading), kejelasan dalam berinteraksi (clarity of interaction), pengaturan informasi (information arrangement), kemudahan penggunaan (easy of use), dan kecepatan (speed). Dengan begitu penggunaan Aplikasi Zoom Meeting lebih baik dan mata pelajaran ataupun pembahasan yang terjadi dapat tersampaikan dengan baik dan jelas serta mempermudah mahasiswa dalam metode pembelajaran.

Istianingsih dan Utami (2009) Kualitas Sistem yaitu tingkat seberapa besar teknologi komputer dirasakan relatif mudah dipahami dan digunakan. Hal tersebut memperlihatkan bahwa mereka tidak memerlukan effort banyak untuk menggunakannya dan merasa bahwa menggunakan sistem tersebut sangatlah mudah.

DeLone dan McLean (2003), kualitas sistem yaitu kualitas dari sistem informasi yang diinginkan pengguna dari sebuah produk. Dalam penelitian ini kualitas sistem dilambangkan dengan X_1 . Berikut terdapat

beberapa indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas sistem pada sistem aplikasi Zoom Meeting, antara lain:

- a) Reliability (Keandalan Sistem) yaitu keandalan mampu atau tidaknya suatu sistem dalam memenuhi kebutuhan pengguna tanpa masalah berarti.
- b) Flexibility (fleksibilitas) yaitu kemampuan suatu sistem informasi dalam memberikan perubahan sesuai kebutuhan pengguna
- c) Ease of use (Kemudahan Penggunaan) yaitu memudahkan pengguna dalam melakukan pekerjaan tertentu dibanding cara manual.
- d) Kegunaan fitur dan fungsi fitur yaitu pengguna akan merasa puas apabila kebutuhan pengguna didukung dengan fitur dan fungsi yang ada.
- e) Response Time (Kecepatan Akses) jika suatu sistem mempunyai kecepatan akses yang baik maka bisa dikatakan sistem tersebut mempunyai kualitas sistem yang baik.

7. Kualitas Informasi (*Information Quality*)

Kualitas Informasi yaitu sejauh mana informasi dapat memenuhi kebutuhan serta harapan semua pengguna secara konsisten. Guna menunjang pengembangan sistem yang baik maka kualitas informasi sangat dibutuhkan. Sistem informasi dengan kualitas yang baik akan memberikan pengaruh positif antara lain kemampuan pengambilan keputusan, keefektifan kinerja serta peningkatan kualitas kerja. Informasi yang dihasilkan perlu memiliki kualitas yang berkarakteristik, bernilai dan bermanfaat bagi penggunanya (O'Brien, 2005). Variabel ini

menggambarkan persepsi pengguna menggunakan ukuran atau indikator seperti relevan (relevance), Mudah di Mengerti (Easy of Understanding), keakuratan informasi (accuracy), kelengkapan informasi (completeness). Julianto Agung Saputra dan Lilis Setiawati (2006:15) mengartikan kualitas informasi sebagai berikut: “Kualitas informasi merupakan tingkat dimana sebuah data yang telah diproses oleh sistem informasi menjadi memiliki arti bagi penggunanya, yang bisa berupa fakta dan suatu nilai yang bermanfaat”. DeLone dan McLean (2003) menyatakan bahwa kualitas informasi mengukur kualitas output dari sistem informasi. Dalam penelitian ini kualitas informasi dilambangkan dengan X_2 . Berikut indikator-indikator kualitas sistem antara lain:

a. Akurasi (*Accuracy*)

Penyajian informasi oleh sistem informasi haruslah seakurat mungkin, karena berpengaruh sangat penting pada pengambilan suatu keputusan. Informasi akurat adalah informasi jauh atau tidak terdapat kesalahan serta tidak menyesatkan atau tidak bias. Informasi juga harus menggambarkan maksud dari informasi yang disajikan dengan jelas. Informasi haruslah akurat karena terdapat kemungkinan ada banyak gangguan (noise) saat informasi dari sumber tersebut sampai kepada penerima.

b. Kelengkapan Informasi (*Completeness*)

Informasi dikatakan berkualitas apabila sistem informasi tersebut menghasilkan informasi yang lengkap. Informasi yang lengkap juga berfungsi sebagai alat untuk pengambilan suatu

keputusan. Apabila informasi yang disajikan lengkap maka kepuasan pengguna akan semakin tinggi dan memungkinkan pengguna untuk terus menggunakan sistem tersebut secara berkala

c. Relevan (Relevance)

Sistem informasi dapat dikatakan relevan apabila terdapat manfaat yang diberikan kepada pengguna sesuai kebutuhan penggunaannya. Relevansi informasi mempunyai manfaat berbeda-beda untuk setiap pengguna tergantung pada kebutuhan pengguna itu sendiri.

d. Penyajian Informasi (Format)

Kualitas informasi yang baik dapat ditunjukkan dengan penyajian informasi yang memudahkan pengguna dalam memahami informasi pada sistem informasi. Terdapat dua komponen dari format informasi yaitu bentuk dasar dan konteks. Bentuk dasar format yaitu penyajian dalam bentuk website sebagai bentuk sistem informasi, sedangkan konteks pada sistem informasi mempengaruhi pandangan pengguna dan pada hal ini terdapat banyak kesalahpahaman.

e. Ketepatan Waktu (Timeliness)

Informasi yang diterima oleh pengguna haruslah tepat waktu dikarenakan informasi tersebut adalah dasar untuk pengambilan suatu keputusan, maka dari itu jika terdapat informasi yang datang tidak tepat waktu atau usang akan tidak memiliki arti lagi.

8. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Kualitas layanan menitikberatkan pada pemenuhan kebutuhan guna mengimbangi harapan pengguna atas jasa dari penyedia sistem *Zoom Meeting*. Kualitas layanan adalah pelayanan yang diperoleh pengguna seperti *update* sistem maupun respon (*service*) dari pengembang apabila terjadi masalah pada sistem tersebut. Pelayanan memerlukan keyakinan dan komitmen dari penyedia dalam memberikan layanan terhadap pengguna untuk memenuhi kepuasan pengguna.

Kualitas layanan (*service quality*) didasarkan pada perbandingan antara apa yang seharusnya ditawarkan (*offered*) dan apa yang disediakan (*provided*) Parasuraman, (1988). (Tjiptono, 2002:59) Kualitas layanan yaitu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dari ulasan dua definisi Kualitas Layanan diatas maka diperoleh faktor yang mempengaruhi kualitas layanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) serta hasil yang dirasakan (*perceived service*).

Menurut DeLone dan McLean (2003) guna mengukur kualitas layanan terdapat beberapa indikator antara lain:

a. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu tanggap atau respon yang cepat terhadap pelayanan, baik dari kebutuhan pengguna maupun adanya masalah terhadap sistem.

b. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu pelayanan yang mencakup pengetahuan, bebas bahaya dan resiko

c. Empati (Emphaty)

Empati dari pihak pengembang yang berupa kemudahan dalam komunikasi dan memenuhi keperluan serta kebutuhan pengguna.

9. Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*)

Kepuasan Pengguna (*User satisfaction*) adalah reaksi pengguna serta umpan balik setelah menggunakan sistem informasi. Kepuasan sudah menjadi hal penting untuk semua pelaku bisnis, karena dalam memenangkan persaingan pasar mereka harus paham akan konsep kepuasan pengguna dengan baik. Kepuasan pengguna bisa tercapai melalui kualitas suatu produk serta kesesuaian harapan pengguna terhadap sistem informasi. Harapan pengguna diperoleh dari tingkat pengetahuan, pengalaman serta kebutuhan pengguna terhadap pelayanan dari suatu produk atau jasa. Pelayanan yang baik terhadap pengguna adalah salah satu upaya mencapai kepuasan pengguna serta menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Menurut Stanton (1994), tingkat kepuasan pengguna ditentukan dengan membandingkan hasil yang diharapkan dari suatu produk dengan hasil berdasarkan pengalaman dengan mengkonsumsi produk tersebut.

Kotler (2014), kepuasan pengguna didefinisikan sebagai suatu tingkat perasaan seorang pengguna sebagai hasil perbandingan antara harapan pengguna tersebut akan sebuah produk dengan hasil nyata yang diperoleh pengguna dari produk tersebut. Setelah membandingkan antara harapan dan kenyataan pada kepuasan pengguna, didapat uraian sebagai berikut.

- a. Jika harapan < kenyataan maka sangat puas.
- b. Jika harapan = kenyataan maka puas.
- c. Jika harapan > kenyataan maka tidak puas

DeLone dan McLean (2003), kepuasan pengguna kerap digunakan untuk pengganti ukuran efektivitas suatu sistem informasi. Sistem dikatakan efektif selain memberi nilai tambah untuk perusahaan maka harus mempunyai pengaruh positif terhadap pengguna, antara lain meningkatkan produktivitas, pengambilan keputusan, Efisiensi dan lain sebagainya. Semakin tinggi kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan yang dihasilkan suatu sistem informasi, akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna sistem informasi (DeLone dan McLean, 2003), Pendapat ini didukung hasil penelitian Pawirosumarto (2016), Saputo (2017) dan Jaafreh (2017). Guna mengukur kepuasan pengguna DeLone dan McLean berpendapat bahwa ada lima indikator yaitu,

1. Efisiensi
2. Keefektivan
3. Kepuasan

adalah kepuasan pengguna dilihat dari isi. Isi biasanya berupa fungsi dan fitur-fitur yang digunakan oleh pengguna dan juga informasi yang dihasilkan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Pengguna dalam hal ini yaitu mahasiswa Ekonomi Manajemen angkatan 2017 Universitas Muhammadiyah Ponorogo, dengan harapan aplikasi *Zoom Meeting* dapat digunakan dengan baik serta memuaskan

harapan-harapan dari pengguna. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan itu bersifat relatif yang berasal dari perasaan berdasarkan harapan pengguna terhadap hasil nyata yang diperoleh.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Peneliti
1	Winda <i>et.al</i> (Ekonomi Bisnis dan Akuntansi, 2014, Volume 1 (1): 53-56)	Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Empiris Pada PT. KERETA API INDONESIA (PERSERO))	1. Kualitas system, kualitas informasi serta kualitas layanan semuanya mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna
	Syarif <i>et.al</i> (Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika Vol.6 No.1 Tahun 2020)	Implementasi Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone And McLean Terhadap Sistem Pembelajaran Berbasis Aplikasi Zoom Di Saat Pandemi Covid-19	1. Kualitas sistem memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. 2. Kualitas informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. 3. Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna
3	Riza <i>et.al</i> (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 23 No. 2 Juni 2015)	Pengaruh Kualitas system, Informasi, Layanan SIAKAD terhadap kepuasan mahasiswa	1. kualitas sistem berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa 2. kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. 3. kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan mahasiswa 4. kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan mahasiswa

4	Suharno Pawirosumarto (Jurnal Ilmiah Manajemen, Volume VI, No. 3, 2016)	Pengaruh kualitas sistem, kualitas layanan, kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem E-Learning	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna system E-Learning. 2. Menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna system E-Learning 3. Menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna system E-Learning
5	Heri Wijayanto (Multitek Indonesia Vol. 7, No 1, Juni 2013)	Pengaruh System Quality terhadap user satisfaction pada implementasi sistem informasi manajemen dengan pendekatan DeLone and McLean information system success model	<ol style="list-style-type: none"> 2. Implementasi SIM di Universitas Muhammadiyah Ponorogo menunjukkan kesesuaian analisis dengan model updated DeLone and McLean information system success model, dan Sistem quality berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap user satisfactions pada implementasi SIM

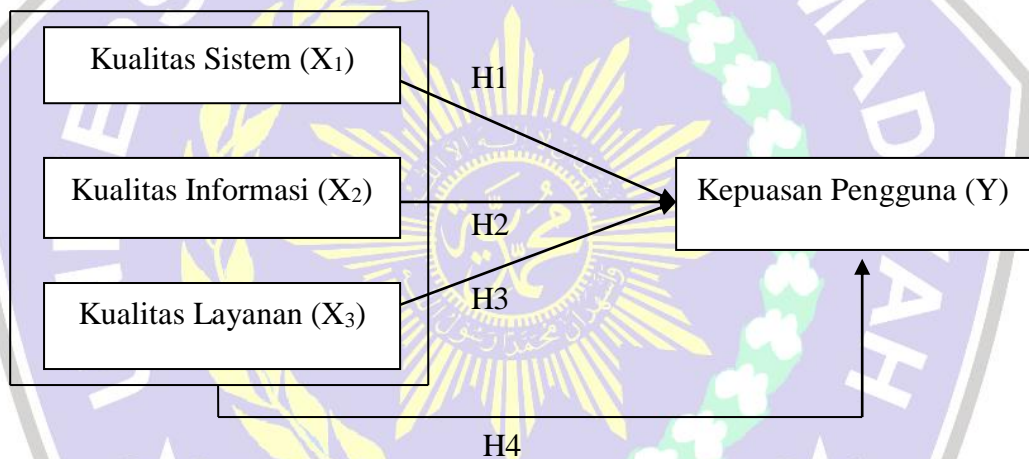
C. Kerangka Konseptual

Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2009:38). Dalam penelitian ini variabel penelitian dibedakan menjadi variabel bebas dan variabel terikat. Menurut hubungan antara satu variabel dengan variabel lain, variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat, dan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2009:39). Berikut merupakan variabel penelitian yang digunakan, pada penelitian ini merujuk pada model kesuksesan sistem informasi DeLone

dan McLean yang diterapkan dan dimodifikasi, hal ini didukung dengan penelitian Dony dan Meilana (2016). Dimana variabel independen kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan, sedangkan variabel dependen ialah kepuasan pengguna.

1. Kualitas sistem yang dilambangkan dengan X_1
2. Kualitas informasi yang dilambangkan dengan X_2
3. Kualitas layanan yang dilambangkan dengan X_3
4. variabel terikat adalah kepuasan pengguna yang dilambangkan dengan Y .

Gambar 3
Kerangka Pikiran



D. Hipotesis

1. Pengaruh Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil kajian teoritis dan empiris diketahui bahwa Menurut DeLone dan McLean (2003), kualitas sistem merupakan sistem ciri karakteristik kualitas yang diinginkan dari sistem informasi itu sendiri, dan kualitas informasi yang diinginkan informasi karakteristik produk. Kualitas sistem berpengaruh positif terhadap kepuasan. Oleh

karena itu maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H1. Kualitas Sistem Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan pengguna

2. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil kajian teoritis dan empiris diketahui bahwa meningkatnya kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas pelayanan dapat meningkatkan kepuasan mahasiswa. Hasil penelitian Suharno Pawirosumarto (2016) menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Oleh karena itu maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H2. Kualitas Informasi Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna

3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan hasil kajian teoritis dan empiris diketahui bahwa Menurut Tjiptono (2008,247) kualitas pelayanan adalah pemenuhan kebutuhan dan keinginan untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan. Oleh karena itu maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H3. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan Terhadap Kepuasan Pengguna

Berdasarkan model penelitian dan temuan penelitian terdahulu maka dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kualitas Sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap
Kepuasan Pengguna aplikasi zoom meeting.

H2: Kualitas Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap
Kepuasan Pengguna aplikasi zoom meeting.

H3: Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap
Kepuasan Pengguna aplikasi zoom meeting.

H4: Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan secara
Simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna
aplikasi zoom meeting.

