

PENGARUH *SYSTEM QUALITY*, *INFORMATION QUALITY*, DAN *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA NASABAH PENGGUNA BRIMO DI PONOROGO)



Nama : Yuyun Mu'alifah

NIM : 18414878

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

**PENGARUH SYSTEM QUALITY, INFORMATION QUALITY, DAN SERVICE
QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA NASABAH PENGGUNA BRIMO DI PONOROGO)**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat
guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Yuyun Mu'alifah

NIM : 18414878

Program Studi : Manajemen

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2024

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan
(Studi Kasus pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo)

Nama : Yuyun Mu'alifah

NIM : 18414878

Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 28 September 1999

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk menyusun skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 12 Agustus 2024

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401


Diana Pramudya Wardhani, SE., MM
NIDN. 0709048305

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Hadi Sumarsono, SE., M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Dosen Penguji

Ketua

Sekretaris

Anggota


Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401


Dwi Warni Wahyuningsih, SE., MM
NIDN. 0710048902


Titis Purwaningrum, SE., M.MA
NIDN. 0704047001

RINGKASAN

PENGARUH SYSTEM QUALITY, INFORMATION QUALITY, DAN SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus pada Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo)

Teknologi informasi kini banyak mempermudah aktivitas terhadap organisasi. Teknologi informasi dapat memberikan nilai tambah bagi organisasi jika didesain menjadi sistem informasi yang efektif sehingga menjadi sistem informasi yang berkualitas. Tujuan dari penelitian ini yaitu guna mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo.

Sampel dari penelitian ini merupakan nasabah Bank BRI pengguna Brimo di Ponorogo dengan menggunakan teknik *accidental sampling* dan sampel sebanyak 96 responden. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS 25. Penelitian ini menghasilkan uji parsial (t) adalah sebagai berikut *System Quality* (X1) = 0,026, *Information Quality* (X2) = 0,002, dan *Service Quality* (X3) = 0,000.

Kata Kunci : *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga dapat terselesaikannya skripsi dengan judul **“Pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo)”** sebagai salah satu persyaratan akademis dalam rangka menyelesaikan program sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam skripsi ini dijabarkan analisa mengenai variabel *System Quality* (X1), *Information Quality* (X2), dan *Service Quality* (X3), terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sehingga nantinya dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan untuk peningkatan pada aplikasi BRImo.

Keberhasilan skripsi ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Untuk itu saya ingin mengucapkan terima kasih dan penghargaan kepada yang terhormat :

1. Bapak Dr.Hadi Sumarsono, SE., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.
3. Ibu Diana Pramudya Wardhani ,SE, MM Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, petunjuk, bantuan dan koreksi serta saran hingga dapat terselesikannya skripsi ini.

4. Bapak dan ibu dosen serta karyawan di Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang senantiasa memberikan saran dan membantu dalam segala kebutuhan administrasi.
5. Kedua orang tua saya yang saya hormati dan sayangi, yang selalu memberikan dukungan baik secara moril maupun materil. Sangat besar harapan peneliti untuk bisa membanggakan dan membahagiakan beliau.

Semoga Allah SWT memberikan balasan pahala atas segala amal yang telah diberikan dan semoga skripsi ini berguna baik bagi diri saya sendiri maupun bagi pihak lain yang memanfaatkannya.

Ponorogo, 5 Juni 2022



Yuyun Mu'alifah
NIM. 18414878

PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI) dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo 8 Desember 2023



ruyun mu'alifah
NIM. 18414878

PERSEMBAHAN

Tidak ada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Bismillahirrahmaanirrahiim, skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan serta pertolongan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Orang yang paling berjasa dalam hidup saya, Bapak Sugeng Mahmudi dan Ibu Tusiyeem yang selalu melangitkan do'a-do'a baik dan menjadikan motivasi bagi saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai ke tempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk Bapak dan Ibuku
3. Khususnya Kepada Bapak Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom selaku dosen pembimbing serta penguji sidang skripsi, serta Ibu Diana Pramudya Wardhani, SE., MM. Selaku dosen pembimbing kedua saya yang telah berjasa banyak dalam hal membimbing dengan sabar, memberikan arahan dan tidak lupa untuk selalu memberikan motivasi agar menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Kepada kakak saya Imro'atu Mu'alimah beserta saudara-saudara saya terima kasih atas segala do'a serta motivasinya yang telah diberikan kepada adik terakhirmu ini.
5. Teruntuk Muhamad Khoirul Anam yang selalu hadir memberikan motivasi dan nasihat, serta mendengarkan keluh kesah tanpa lelah.
6. Saya persembahkan skripsi ini spesial untuk orang yang selalu bertanya "kapan kamu wisuda?" dan "kapan skripsimu selesai?". Wisuda hanyalah bentuk seremonial akhir setelah melewati beberapa proses, terlambat lulus atau tidak lulus tepat waktu bukanlah suatu kejahatan dan bukanlah sebuah aib. Alangkah kerdilnya jika kecerdasan seseorang diukur dari siapa yang paling cepat wisuda. Bukankah sebaik-baiknya skripsi adalah skripsi yang diselesaikan, entah itu tepat waktu maupun tidak.
7. Terakhir, tapi tidak kalah penting, saya ingin berterima kasih kepada diri sendiri yang merupakan bagian kebahagiaan tersendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, terima kasih karena telah percaya pada diri sendiri bahwa saya bisa melalui semua ini, terima kasih karena tidak pernah berhenti mencintai dan menjadi diri sendiri, terima kasih telah mampu mengendalikan diri dari berbagai macam tekanan dari luar keadaan dan tetap memutuskan untuk tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang pantas dibanggakan untuk diri sendiri.

Astagfirullah atas segala cobaan, Alhamdulillah atas segala nikmat yang Engkau berikan dan tombol titik pada keyboard laptop saya mengakhiri persembahan ini.

Thanks For All!!!

MOTTO

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap"

(QS. Al-Insyirah: 6-8)

"Usaha dan doa tergantung pada cita-cita: Manusia tiada memperoleh selain apa yang telah diusahakannya"

(Jalaludin Rumi)

"Saya datang, saya bimbingan, saya ujian, saya revisi, dan saya menang.
Skripsi yang baik bukan skripsi sempurna, melainkan skripsi yang selesai"

(Yuyun Mu'alifah)



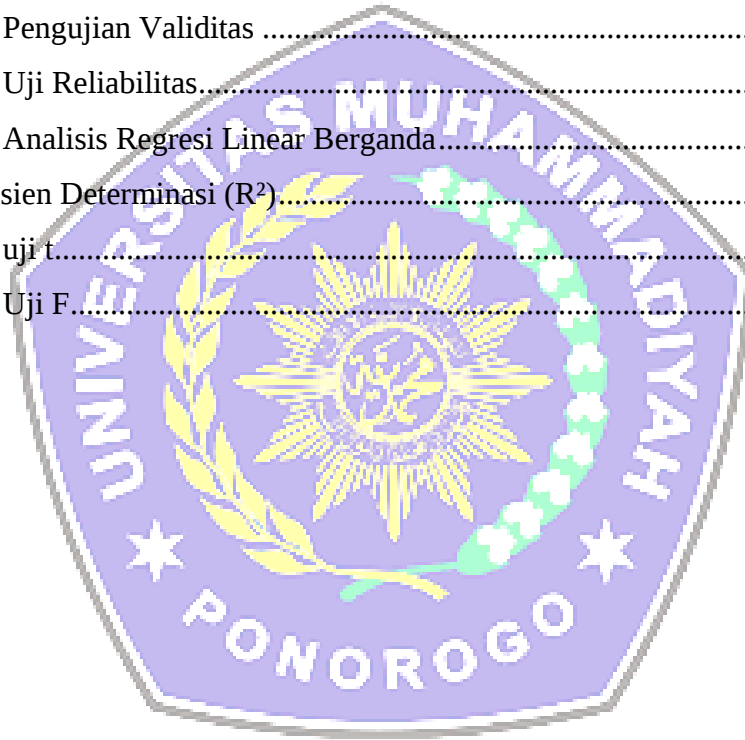
DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENULISAN	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
MOTTO	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1. Tujuan Penelitian	6
2. Manfaat Penelitian	7
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Manajemen.....	8
2. Manajemen Pemasaran.....	9
3. Perilaku Konsumen	14
4. Kepuasan Pelanggan (Y).....	16
5. <i>System Quality</i> (X1)	20
6. <i>Information Quality</i> (X2)	24
7. <i>Service Quality</i> (X3)	29
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Pemikiran.....	39
D. Hipotesis.....	40
BAB III	44

METODE PENELITIAN	44
A. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
B. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi	44
2. Sampel.....	44
C. Metode Pengambilan Data	46
1. Sumber Data.....	46
2. Teknik Pengambilan Data	46
D. Definisi Operasional Variabel.....	49
1. Variabel Independen (X).....	49
2. Variabel Dependen (Y)	52
E. Metode Analisis Data	54
1. Uji Instrumen	54
2. Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV	60
HASIL DAN PEMBAHASAN	60
A. Hasil Penelitian	60
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
2. Karakteristik Responden.....	60
3. Deskripsi Variabel Penelitian.....	63
4. Uji Instrumen	69
5. Analisis Data	72
6. Uji Hipotesis.....	75
B. Pembahasan.....	81
BAB V	87
KESIMPULAN DAN SARAN	87
A. Kesimpulan	87
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu	34
Tabel 2. Skala Likert.....	49
Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia.....	62
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan	63
Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap System Quality (X1)	64
Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap Information Quality (X2)	65
Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap Service Quality (X3)	66
Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).....	68
Tabel 10. Hasil Pengujian Validitas	70
Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas.....	71
Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	73
Tabel 13. Koefisien Determinasi (R^2).....	75
Tabel 14. Hasil uji t.....	76
Tabel 15. Hasil Uji F.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 2. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1	77
Gambar 3. Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2	77
Gambar 4. Daerah Penolakan H03 dan Penerimaan Ha3	78
Gambar 5. Kurva Uji F (Simultan)	80



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	93
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	97
Lampiran 3. Identitas Responden	101
Lampiran 4. Karakteristik Responden	107
Lampiran 5. Jawaban Responden	108
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas	114
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas	118
Lampiran 8. Hasil Analisis Data	119
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis	120
Lampiran 10. Distribusi Nilai r Tabel.....	121
Lampiran 11. Distribusi Nilai t Tabel.....	124
Lampiran 12. Distribusi Nilai F Tabel.....	126
Lampiran 13. Berita Acara.....	129
Lampiran 14. Dokumentasi.....	129



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi kini banyak mempermudah aktivitas terhadap organisasi. Teknologi informasi dapat memberikan nilai tambah bagi organisasi jika didesain menjadi sistem informasi yang efektif sehingga menjadi sistem informasi yang berkualitas. DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa Kualitas sistem informasi merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem itu sendiri yang dapat berupa kemudahan penggunaan, kendala sistem itu sendiri, kecanggihan dan waktu respon dalam proses pelayanan. Perkembangan teknologi informasi dalam peningkatan kualitas layanan perlu dilakukan oleh perusahaan agar terciptanya kepuasan pelanggan. Hal ini tidak luput terjadi pada dunia perbankan, perkembangan teknologi informasi telah menuntut pihak bank untuk meningkatkan kualitas layanannya terhadap nasabah dan hal itu menjadi faktor terpenting dalam pertumbuhan dan keberhasilan usaha sehingga dapat menciptakan kepuasan nasabah.

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi baik dan harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Kotler dan Keller (2016)

menyatakan bahwa dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam pemanfaatan teknologi informasi, perusahaan harus memperhatikan beberapa aspek penting seperti *system quality*, *information quality*, *service quality*, dan aspek-aspek lainnya.

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa *system quality* adalah persepsi kemudahan yang menyangkut tingkat kemudahan teknologi komputer untuk dipahami dan digunakan. *System quality* mencerminkan kemampuan *website* untuk digunakan berdasarkan tujuan pengguna, ketersediaan menu-menu navigasi yang memudahkan pengguna untuk melakukan aktivitas *browsing*, keandalan, dan kecepatan waktu *loading* dan waktu *download*. *System quality* biasanya berfokus pada karakteristik kinerja sistem. Dapat disimpulkan bahwa apabila kualitas sistem pada *website* mampu memenuhi harapan pengguna, maka bisa dijelaskan bahwa kualitas sistem tersebut mampu memenuhi kepuasan pengguna. Artinya semakin baik *system quality* semakin tinggi tingkat kepuasan pada pengguna.

Information quality juga menjadi salah satu faktor yang tak kalah penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam pemanfaatan teknologi informasi. Jogiyanto dalam Rachmawati (2019) menyatakan bahwa *information quality* merupakan data yang telah diproses kedalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi sipenerima dan mempunyai nilai nyata serta terasa bagi keputusan saat itu atau keputusan yang akan datang. apabila informasi yang disampaikan semakin lengkap dan mudah dipahami, maka pengguna akan merasakan manfaat yang diberikan dan merasa puas. Kepuasan pengguna dapat terbentuk jika suatu informasi yang disampaikan dapat diperbaharui, terjadi

secara konsisten, akurasi yang tinggi, serta tepat. Disimpulkan apabila kualitas sistem informasi terus mengalami peningkatan, maka kepuasan pengguna akan mengalami peningkatan pula.

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa *service quality* juga menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa *service quality* merupakan kemampuan *website* untuk menyampaikan layanan yang berkualitas kepada pengguna. Kualitas layanan sendiri merupakan keseluruhan dukungan yang disampaikan oleh pemilik atau pengembang *website* kepada pengguna, meliputi pemberian jaminan keamanan dan kenyamanan, empati, dan ketanggapan *website* dalam memenuhi harapan pengguna. Kualitas layanan yang baik akan membuat konsumen senang dan merasa terbantu dengan pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan adalah solusi untuk memenuhi keperluan dan kemauan pelanggan dan keakuratan dalam penyampaian agar menyeimbangkan ekspektasi dari pelanggan.

Perbankan dalam menciptakan pelayanan yang baik memanfaatkan perkembangan teknologi dengan meluncurkan produk media layanan transaksi yang berbasis teknologi informasi yaitu *mobile banking (m-banking)*. *Mobile banking (M-Banking)* merupakan layanan perbankan yang diberikan pihak bank untuk mendukung kelancaran dan kemudahan kegiatan perbankan kepada nasabah sehingga keefektifan dan keefisienan dalam melakukan berbagai transaksi. Pada tahun 2019 PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. meluncurkan aplikasi BRIimo. BRIimo merupakan aplikasi pengembangan dari BRI *Mobile* yang berkolaborasi dengan *Mobile Banking*, *Internet Banking* dan

uang elektronik hanya dalam satu menu transaksi. BRImo sebagai sebuah inovasi digital banking terbaru yang memberikan kemudahan dan kenyamanan transaksi perbankan untuk melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun. BRImo memiliki sistem keamanan yang lebih baik dibandingkan BRI *Mobile* karena sudah menerapkan teknologi *user interface* (UI) dan *user experience* (UX). (<https://bri.co.id>)

BRImo telah memberikan banyak kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, tetapi berdasarkan observasi awal yang dilakukan peneliti terhadap nasabah Bank BRI Cabang Ponorogo masih ditemukan beberapa kekurangan aplikasi BRImo, salah satunya yaitu aplikasi yang tidak dapat dibuka dan menu tidak dapat diakses walaupun aplikasi dalam keadaan terbuka. Penyebab terjadinya masalah tersebut adalah pengaruh dari koneksi internet, Apk BRImo membutuhkan koneksi secara terus menerus saat di pakai, apabila jaringan yang digunakan lemot atau terputus – putus maka aplikasi ini tidak akan berjalan dengan normal sehingga APKpun akan mengalami *error*, masalah lain dirasakan ketika pengguna BRImo terlalu sering login dan logout dalam waktu yang berdekatan, aplikasi BRImo sering mengalami masalah dan lag. Nasabah juga merasa kurang fleksibel dalam menggunakan BRImo karena sistem keamanan yang tidak memungkinkan log in di dua perangkat yang berbeda. Akun BRImo hanya dapat digunakan pada satu layanan Mobile Banking BRI. Ketika nasabah sebelumnya menggunakan internet banking BRI dan kemudian mencoba mengakses akun melalui BRImo, maka salah satu akun dari kedua aplikasi tersebut tidak dapat login. Ini disebabkan karena kedua aplikasi tersebut tidak dapat berjalan bersamaan pada satu akun di waktu yang sama. Permasalahan

tersebut sedikit membuat repot beberapa nasabah yang memiliki gawai lebih dari satu. Kekurangan-kekurangan tersebut perlu menjadi evaluasi bagi Bank BRI agar kepuasan pelanggan dalam hal ini nasabah dapat terjaga atau bahkan ditingkatkan.

Hasil peneitian oleh Wibowo (2013) yang berjudul “Pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* terhadap *User Satisfaction Website* Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines” menyatakan bahwa *system quality*, *information quality*, dan *service quality* secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap *user satisfaction*. Penelitian lain menurut Inggit (2020) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Linkaja” menyatakan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan penelitian lain menurut Granita (2019) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi dan Kualitas Sistem Aplikasi Gojek terhadap Kepuasan Konsumen” menyatakan bahwa kualitas layanan, kualitas informasi dan kualitas sistem secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo)”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu:

1. Apakah *System Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo?
2. Apakah *Information Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo?
3. Apakah *Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo o di Ponorogo?
4. Apakah *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan diatas, diketahui bahwa tujuan dari penelitian ini adalah sebagai beriku :

- a. Mengetahui pengaruh *System Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo.
- b. Mengetahui pengaruh *Information Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo.
- c. Mengetahui pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo.

- d. Mengetahui pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan bisa memberikan manfaat dari berbagai belah pihak.

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana informasi dan masukan bagi manajemen perusahaan yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk menghadapi masalah terutama dalam pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan sebagai bentuk pengaplikasian ilmu yang telah dipelajari dan diperoleh selama perkuliahan dengan teori yang berkaitan.

c. Bagi Universitas

Dapat dijadikan bahan pertimbangan, untuk penelitian selanjutnya dan sumbangsih kepastakaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Manajemen

a. Definisi Manajemen

Manulang dan Hutabarat (2016) menyatakan bahwa manajemen adalah sebagai suatu seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, penyusunan dan pengawasan daripada sumber daya manusia untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Hasibuan (2019) menyatakan bahwa manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber-sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Firmansyah & Roosmawarni, (2019). menyatakan bahwa manajemen adalah sebuah pencapaian tujuan organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya, baik tujuan yang bersifat khusus maupun tujuan yang bersifat umum. Widodo et al., (2021) menyatakan bahwa Manajemen merupakan sebuah proses dimana seorang manajer dapat mengatur pekerjaan secara individu maupun kelompok secara kooperatif menggunakan sumber daya yang ada.

Berdasarkan definisi manajemen yang telah dijelaskan para ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu rangkaian kegiatan mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pengendalian serta pengawasan dengan memanfaatkan sumber daya manusia serta sumber-sumber daya lainnya untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang telah ditentukan.

2. Manajemen Pemasaran

a. Definisi Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah “seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran dan meraih, menjaga, dan mengembangkan pelanggan melalui menciptakan, mengantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul”.

Sumarni dalam Sunyoto (2019) menyatakan bahwa manajemen pemasaran adalah “analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran organisasi”.

Assauri (2018) menyatakan bahwa manajemen pemasaran merupakan “kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang”.

(Kotler & Keller, 2012) menyatakan bahwa Manajemen Pemasaran adalah kegiatan penganalisisan, pelaksanaan serta pengawasan program-program yang bertujuan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar untuk mencapai suatu tujuan organisasi. (Kotler & Amstrong, 2012) menyatakan bahwa Manajemen pemasaran merupakan rangkaian proses yang dilaksanakan oleh perusahaan untuk menciptakan suatu nilai

untuk para pelanggan serta membangun hubungan yang erat dengan pelanggan agar tercipta suatu nilai dari para pelanggan tersebut.

Berdasarkan definisi manajemen pemasaran menurut para ahli dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan rangkaian kegiatan yang meliputi penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang bertujuan untuk menciptakan, memberikan, dan mengkomunikasikan nilai produk atau jasa dalam rangka mencari, menjaga, dan mengembangkan pelanggan untuk mencapai tujuan organisasi jangka panjang.

b. Fungsi Manajemen Pemasaran

Terry (2016) menyatakan bahwa fungsi manajemen pemasaran yang sederhana adalah POAC (*Planning, Organizing, Actuiting, dan Controlling*) yang dijabarkan sebagai berikut::

1) Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan adalah proses organisasi dalam membuat strategi agar tujuan dapat tercapai dan mampu mengembangkan rencana aktivitas kerja dalam organisasi yaitu pelaksanaan pemasaran (*marketing*). *Planning* dibuat berdasarkan data yang ada di perusahaan. Misalnya *planning* daerah pemasaran, *planning* tentang harga, *planning* strategi yang akan digunakan dalam memasuki pasar, teknis promosi yang akan digunakan, dan sebagainya.

2) Organisasi (*Organizing*)

Pengorganisasian merupakan proses pengumpulan kegiatan yang diperlukan untuk menetapkan susunan organisasi serta tujuan

dan fungsi-fungsi di setiap unit yang ada dalam sebuah organisasi, pengorganisasian digunakan dalam menetapkan kedudukan dan sifat hubungan antara masing-masing unit. Organisasi perlu disusun dengan jelas dan efisien, sehingga dengan jelas diketahui siapa yang bertanggung jawab, kepada siapa harus dipertanggungjawabkan, bagaimana koordinasi dalam perusahaan. Dalam perusahaan diperlukan suatu struktur yang jelas, sehingga tidak terjadi lempar tanggung jawab seandainya terjadi penyimpangan-penyimpangan dalam pekerjaan.

3) Aksi (*Actuating*)

Aksi (*Actuating*) merupakan proses pelaksanaan pekerjaan, bagaimana cara kerja, kemana harus pergi, kapan, dan sebagainya. Perlunya pemberian insentif terhadap karyawan agar pelaksanaan tugas berjalan dengan baik dan mulus. pentingnya ditetapkan secara jelas tentang gaji, honor, uang lelah, uang komisi penjualan, dan sebagainya.

4) Kontrol (*Controlling*)

Kontrol (*Controlling*) merupakan suatu tahapan yang harus dilakukan sedini mungkin agar tidak terjadi kesalahan yang berlarut-larut. Jika terjadi penyimpangan dari *planning* yang telah ditetapkan maka perlu diambil tindakan pencegahannya. Pengendalian merupakan proses penentuan apa yang telah dicapai, pengukuran serta koreksi dalam aktivitas pelaksanaan untuk mengambil sebuah tindakan sehingga pelaksanaan dapat berjalan sesuai rencana

c. Bauran Pemasaran

Kotler dan Armstrong (2017) menyatakan bahwa “bauran pemasaran” adalah “sekumpulan alat pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasaran”. Tengku (2020) menyatakan bahwa ada 7 faktor penting yang terdapat dalam bauran pemasaran (7P) di antaranya sebagai berikut :

1) *Product* (Produk)

Kotler dan Armstrong (2017) menyatakan bahwa *Product* (Produk) memiliki beberapa elemen diantaranya adalah keragaman produk, kualitas produk, desain, ciri, nama merek, kemasan, ukuran, pelayanan, garansi, dan imbalan. Produk adalah barang yang di produksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu, produk bisa dalam bentuk wujud maupun tidak berwujud karena bisa dalam bentuk barang atau jasa.

2) *Price* (Harga)

Kotler dan Armstrong (2017) menyatakan bahwa *Price* (Harga) memiliki beberapa elemen diantaranya adalah daftar harga, diskon, potongan, harga khusus, periode pembayaran dan syarat kredit. Harga produk pada dasarnya adalah jumlah yang pantas di bayar pelanggan untuk menikmatinya. Harga merupakan komponen yang penting dalam perencanaan karena itu merupakan penentu laba atau ruginya perusahaan.

3) *Place* (Tempat)

Kotler dan Amstrong (2017) menyatakan bahwa *Place* (Tempat) memiliki beberapa elemen diantaranya adalah saluran pemasaran, cangkupan pasar, pengelompokan, lokasi persediaan dan transportasi. Penempatan merupakan bagian yang sangat penting, perusahaan harus mampu memposisikan produk di tempat yang mudah diakses atau mudah di jumpai oleh pembeli atau konsumen.

4) *Promotion* (Promosi)

Kotler dan Amstrong (2017) menyatakan bahwa *Promotion* (Promosi) memiliki beberapa elemen diantaranya adalah promosi penjualan, periklanan, tenaga penjualan, kehumasan, dan pemasaran langsung. Promosi merupakan komponen yang sangat penting dalam pemasaran, karena proses promosi disini akan mempengaruhi peningkatan brand recognition dan penjualan.

5) *People* (Orang)

Kotler dan Amstrong (2017) menyatakan bahwa *People* (Orang) memiliki beberapa elemen diantaranya adalah pendiri, karyawan, budaya, dan pelayanan pelanggan. Orang yang di maksud di dalam bauran pemasaran disini adalah orang yang berhubungan langsung dengan bisnis. Penelitian secara menyeluruh penting untuk dilakukan guna mengetahui apakah cukup banyak orang di pasar sasaran yang diminati untuk jenis produk dan jasa tertentu.

6) *Process* (Proses)

Kotler dan Amstrong (2017) menyatakan bahwa *Process* (Proses) memiliki beberapa elemen diantaranya adalah pelayanan pengiriman, keluhan dan waktu tanggapan. Perusahaan harus mampu memestikan proses yang dilakukan telah berjalan dengan baik untuk meminimkan biaya dan memaksimalkan keuntungan, dan ini merupakan komponen yang sangat penting dan perlu di control dengan baik.

7) *Physical evidence* (Bukti fisik)

Kotler dan Amstrong (2017) menyatakan bahwa *Physical evidence* (Bukti fisik) memiliki beberapa elemen diantaranya adalah penggunaan cerita, rekomendasi, dan penempatan kantor. Bukti fisik merupakan hal yang berkaitan dengan bagaimana bisnis dan produk ini disarankan di pasar, sedangkan bauran pemasaran bukti fisik di industry jasa, harus ada bukti fisik bahwa layanan tersebut disampaikan.

3. **Perilaku Konsumen**

a. **Definisi Perilaku Konsumen**

Mowen dan Minor (2013) menyatakan bahwa “perilaku konsumen adalah pembelajaran unit-unit dan proses pembuatan keputusan yang melibatkan pembelian, penggunaan, penerimaan dan penentuan barang dan jasa”.

Etta dan Sopiah (2013), menyatakan bahwa “Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pengonsumsian, pemerolehan, dan penghabisan produk dan jasa, termasuk proses yang menyusul dan mendahului tindakan ini”.

Munurut definisi perilaku konsumen dari berbagai para ahli, disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah ilmu yang mempelajari perilaku konsumen baik secara individu, kelompok maupun organisasi dalam proses menyeleksi, menggunakan produk, kegiatan dalam memuakan kebutuhan, dan dari proses-proses tersebut memberikan dampak pada masyarakat.

b. Tujuan mempelajari Perilaku Konsumen

Etta dan Sopiah, (2013), menyatakan bahwa tujuan menganalisis dan mempelajari ilmu perilaku konsumen adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk memahami perilaku konsumen dari pengaruh produk yang di beli oleh konsumen.
- 2) Untuk meningkatkan kepercayaan seorang pemasar untuk memprediksi bagaimana respon seorang konsumen setelah strategi pemasaran dilaksanakan dan diterapkan.
- 3) Untuk mengimplementasikan konsep pemasaran sebagai planning dalam pemenuhan kebutuhan konsumen.
- 4) Digunakan sebagai alat dalam memahami perilaku manusia secara umum.
- 5) Mempelajari perilaku konsumen menjadikan konsumen menjadi konsumen yang cerdas
- 6) Perilaku konsumen menjadi landasan manajer pemasaran dalam menerapkan strategi pemasaran, mempromosikan produk, mengelola segmentasi pasar, analisis lingkungan dan kebijakan public

4. Kepuasan Pelanggan (Y)

a. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sebagai *“Satisfaction reflects a person’s judgment of a product’s perceived performance in relationship to expectations. If performance falls short of expectations., the customer is disappointed. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds them, the customer is delighted”*, kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan. Apabila kinerja jauh dari ekspektasi, pelanggan kecewa. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika melebihi ekspektasi pelanggan senang.

Tjiptotno (2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kepuasan pelanggan merupakan penilaian pelanggan terhadap kinerja produk atau performa layanan jasa yang diberikan. Kepuasan pelanggan menjadi prioritas perhatian karena merupakan parameter nyata status hubungan antar penyedia jasa dan konsume

Sangadji dan Sopiah (2013) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu hasil dari perbandingan antara

harapan terhadap kinerja yang didapatkan dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi baik dan harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Sebagai pengguna sistem sudah pasti akan menaruh harapan besar dalam menggunakan sistem, pengguna akan berharap sistem dapat berjalan sesuai dengan ekspektasi pengguna. Ciri yang dihasilkan dari informasi yang diperoleh dapat terjadi perbedaan dengan sistem lainnya. Sistem informasi yang berkualitas yaitu dapat tepat waktu, tingkat akurasi yang tinggi, tepat guna, dan dapat memenuhi ekspektasi dari penggunanya. Hal tersebut tentu akan memiliki pengaruh besar dalam kepuasan yang memakai sistem tersebut. Salah satu model yang bisa digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu website adalah model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean, dimana model ini menguji *system quality*, *information quality*, dan *service quality* dan dampaknya terhadap kepuasan pengguna sistem informasi.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Irawan (2021) menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yakni sebagai berikut :

1) Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila kualitas produk atau jasa yang digunakan sesuai dengan harapannya dan dapat digunakan dengan baik. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Produk yang berkualitas inilah yang akan memberikan kepuasan bagi pelanggan yang menggunakannya

2) Harga

Perusahaan yang memiliki produk berkualitas dengan harga yang lebih murah akan mendapatkan nilai yang lebih tinggi dari pesaingnya yang menjual produk berkualitas sama tetapi harganya lebih mahal. Harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

3) *Service quality*

Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi. Konsumen dapat merasakan kepuasan dari kualitas pelayanan yang diberikan apabila pelayanan tersebut sesuai dengan harapan konsumen.

4) *Emotional factor*

Pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh *brand* dari produk tersebut. Ketika seseorang memuji pelanggan dengan produk dari perusahaanmu yang dia gunakan, hal ini akan meningkatkan perasaan puas dari pelanggan itu sendiri

5) Biaya dan kemudahan

Biaya dan kemudahan dapat diartikan sebagai proses dalam mendapatkan produk atau pelayanan dapat dijangkau dengan mudah dan efisien. Kemudahan dalam menjangkau lokasi atau pemilihan lokasi yang tepat menjadi salah satu faktor yang penting bagi suatu usaha.

c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Irawan (2021) menyatakan bahwa terdapat empat indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1. Perasaan puas

Perasaan puas merupakan perasaan cukup atau tidak cukup yang dirasakan konsumen disaat menerima produk dan pelayanan dari perusahaan. Dengan perasaan puas konsumen akan kembali melakukan pembelian lagi terhadap suatu produk, dan konsumen akan cenderung tidak melakukan pembelian ulang atas dasar perasaan tidak puas dari pembelian sebelumnya.

2. Selalu membeli produk

Selalu membeli produk dapat diartikan sebagai keinginan konsumen untuk selalu memakai dan melakukan pembelian suatu produk yang menurutnya telah sesuai dengan harapannya. Selalu membeli produk menjadi salah satu gambaran perasaan puas dari proses pengkonsumsian produk atau jasa dan cenderung bertahan dengan produk itu sendiri.

3. Akan merekomendasikan kepada orang lain

Pelanggan yang merasa puas atas produk atau jasa yang dikonsumsi cenderung akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain sehingga mampu memberikan kontribusi pelanggan baru. Perasaan puas akan menciptakan pemasaran yang dilakukan dengan saling merekomendasikan dari kepuasan yang dirasakannya terhadap orang lain yang nantinya dapat berdampak baik bagi perusahaan.

4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Tingkat perasaan konsumen dapat digambarkan setelah mengkonsumsi suatu barang atau jasa itu sendiri, ketika harapan pelanggan terpenuhi maka pelanggan akan merasa puas dan begitupun sebaliknya.

5. ***System Quality (X1)***

a. ***Definisi System Quality***

Chin dan Tod dalam Nizarudin (2018) menyatakan bahwa *system quality* adalah persepsi kemudahan yang menyangkut tingkat kemudahan teknologi komputer untuk dipahami dan digunakan. *System quality* atau kualitas sistem merupakan ukuran terhadap sistem informasi itu sendiri dan terfokus pada interaksi antara pengguna dan sistem yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, prosedur dari sistem informasi dapat menyediakan informasi untuk kebutuhan pengguna

Chen (2010) mengemukakan bahwa *system quality* merupakan suatu ukuran pengolahan system informasi itu sendiri. Kualitas informasi digunakan untuk mengukur kualitas sistem teknologi itu sendiri. DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa *system quality* adalah karakteristik dari kualitas yang diinginkan dari sistem informasi dan informasi berkualitas yang diinginkan informasi karakteristik produk.

Berdasarkan definisi *system quality* menurut para ahli, disimpulkan bahwa *system quality* merupakan ukuran terhadap system informasi itu sendiri dan terfokus pada interaksi antara pengguna dan sistem.

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) berpendapat bahwa Kualitas sistem secara lebih luas membahas tentang apa yang dirasakan oleh konsumen terhadap *website*. Dalam konteks kualitas sistem, yang menjadi fokus perhatiannya adalah sistem yang ada di *website* yang memberikan kemudahan bagi konsumen untuk melakukan aktivitas berinteraksi dengan kemudahan dalam *website*, menemukan informasi atau menjalankan *website*, kenyamanan dalam melakukan transaksi. Kualitas sistem pada *website* yang dapat digunakan dengan baik oleh pengguna dapat diartikan bahwa kualitas sistem tersebut mampu memenuhi kepuasan pengguna. Kualitas sistem dapat berhubungan dengan proses untuk mengolah sistem informasi tersebut. Sistem yang stabil dapat meringankan dan menjadikan pekerjaan mereka lebih cepat dan menghemat waktu, dapat disimpulkan pengguna tersebut puas dengan sistem informasi yang diberikan. Tingginya tingkat kestabilan yang

dihasilkan, maka pemakai akan puas dengan hasilnya. Artinya semakin baik *system quality* semakin tinggi tingkat kepuasan pada pengguna

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi System Quality

Mardi (2016) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *system quality* sebagai berikut:

1) Ketersediaan (*availability*)

Ketersediaan sistem atau dikenal sebagai ketersediaan peralatan atau ketersediaan aset merupakan metrik yang mengukur kemungkinan suatu sistem tidak gagal atau menjalani tindakan perbaikan saat sistem perlu digunakan. Sebuah sistem membutuhkan berbagai kesiapan untuk dioperasikan oleh perusahaan, yang sangat dibutuhkan oleh sebuah sistem adalah tersedianya pelayanan sistem secara tepat waktu.

2) Pemeliharaan (*Maintanability*)

Pemeliharaan (*Maintanability*) adalah kapasitas personil pemeliharaan untuk melakukan pemeliharaan korektif, adaptif, penyempurnaan, atau preventif. Semakin mudah suatu sistem dipelihara, semakin kecil pula tenaga dan biaya yang harus dikeluarkan untuk memelihara system. Sebuah sistem diharapkan dapat diubah sewaktu-waktu apabila diperlukan, tanpa mengganggu kelancaran proses sistem yang lain, namun kegiatan ini melalui pengendalian yang jelas.

3) Terintegritas (*Integrity*)

Sistem yang berkualitas tidak hanya menghasilkan informasi yang lengkap, akurat, tepat waktu, dan diotorisasi, Sistem yang berkualitas juga harus terintegritas dan dapat melaksanakan fungsi yang ditargetkan kepadanya secara utuh dan tidak ada aspek lain yang mempengaruhinya

c. Indikator *System Quality*

Delone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa indikator *system quality*, diantaranya sebagai berikut:

1) *Ease of use* (Kemudahan penggunaan)

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan. Suatu sistem informasi dikatakan berkualitas jika sistem tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pelanggan melalui kemudahan dalam menggunakannya.

2) *Response time* (Kecepatan akses)

Kecepatan akses merupakan salah satu indikator kualitas sistem informasi yang diukur melalui kecepatan pemrosesan dan waktu respon.

3) *Reliability* (Keandalan sistem)

Reliability (Keandalan Sistem) didefinisikan sebagai keandalan sistem informasi dalam konteks ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan.

4) *Flexibility* (Fleksibilitas)

Fleksibilitas sistem informasi dapat diartikan sebagai kemampuan dari sebuah sistem informasi dalam menyikapi atau merespon kebutuhan pengguna akan *requivement* yang baru, berbeda, atau berubah. Kemampuan sistem informasi dalam melakukan perubahan-perubahan kaitannya dengan memenuhi kebutuhan pengguna

5) *Security* (Keamanan)

Keamanan sistem informasi adalah segala tindakan yang dilakukan untuk memastikan bahwa data dalam suatu sistem terlindungi dari ancaman. Ancaman tersebut bisa berupa serangan dari luar seperti hacking, virus, atau malware, maupun dari dalam seperti kebocoran data oleh oknum karyawan.

6. *Information Quality* (X2)

a. *Definisi Information Quality*

Park dan kim dalam Anggraeni (2016) menyatakan bahwa *information quality* didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap kualitas informasi tentang produk atau layanan yang disediakan oleh sebuah *website*. *Information quality* adalah sejauh mana informasi secara konsisten dapat memenuhi persyaratan dan harapan semua orang yang membutuhkan informasi tersebut untuk melakukan proses mereka. Konsep ini dikaitkan dengan konsep produk informasi yang menggunakan data sebagai masukan dan informasi didefinisikan sebagai

data yang telah diolah sehingga memberikan makna bagi penerima informasi

Jogiyanto dalam Rachmawati (2018) menyatakan bahwa *information quality* merupakan data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi penerima dan mempunyai nilai nyata serta terasa bagi keputusan saat itu atau keputusan yang akan datang. Besar kecilnya suatu informasi tentang produk dan jasa berguna dan relevan bagi pembeli *online* dalam memprediksi. Negash dalam Fendini (2013) menjelaskan bahwa *information quality* merupakan suatu fungsi yang menyangkut nilai dari keluaran informasi yang dihasilkan oleh sistem.

Berdasarkan beberapa definisi *information quality* menurut para ahli, dapat disimpulkan bahwa *information quality* merupakan tingkat kemampuan sebuah *website* atau aplikasi dalam memberikan gambaran atau informasi suatu barang dan jasa kepada konsumen.

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) berpendapat bahwa *information quality* digambarkan sebagai *website* dalam memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh pengguna, seperti kemudahan informasi untuk dipahami, penyajian konten yang lengkap, relevansi, dan keamanan informasi. Penyampaian informasi yang semakin lengkap dan mudah dipahami akan menjadikan pengguna merasakan manfaat yang diharapkan dan pengguna akan merasa puas.

Penyampaian informasi yang dilakukan dengan baik, mencukupi kebutuhan pengguna dalam hal kelengkapan informasi, dan memiliki

kemudahan untuk dipahami akan menjadikan rasa puas tersendiri bagi pengguna dalam menilai *website* tersebut. Berbeda dengan kualitas sistem yang lebih merujuk pada kinerja sistem secara umum, kualitas informasi menuntut suatu keakuratan dari pada informasi-informasi yang dicari dan dibutuhkan oleh pelanggan. DeLone dan McLean (2003) menyatakan bahwa kualitas informasi mengukur kualitas output dari sistem informasi, yaitu kualitas yang dihasilkan oleh sistem informasi, terutama dalam bentuk laporan laporan (*reports*), dan sebagai media pemberi informasi, tampilan *website* yang menarik dijadikan salah satu tolok ukur bagi *visitors* dan konsumen potensial untuk dinilai apakah *website* tersebut mempunyai kinerja yang bagus atau tidak. Sistem informasi yang berkualitas yaitu dapat tepat waktu, tingkat akurasi yang tinggi, tepat guna, dan dapat memenuhi ekspektasi dari penggunaanya. Kepuasan pengguna dapat terbentuk jika suatu informasi yang disampaikan dapat diperbaharui, terjadi secara konsisten, akurasi yang tinggi, serta tepat.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Information Quality*

Park dan kim dalam Anggraeni (2016) menyatakan bahwa terdapat empat faktor yang mempengaruhi *information quality* :

1) *Intrinsic* (Intrinsik)

Weaver dalam DeLone dan Mc Lean (2003) menyatakan bahwa intrinsik dalam menentukan kualitas informasi dapat diukur dari Objectivity (Obyektivitas), Believability (Keterpercayaan), Reputation (Reputasi). Intrinsik merupakan penelitian dasar yang

muncul pada diri individu dalam menggunakan suatu produk / jasa. Shannon dan.

2) *Contextual* (Kontekstual)

Kontekstual merupakan makna dari isi informasi itu sendiri. Isi dari suatu informasi saling berkaitan sehingga tidak mempersulit pengguna untuk menerimanya. mengukur isi dari suatu informasi dilakukan dengan berdasarkan beberapa kriteria yaitu, Value-added (Nilai Tambah), Reliability (Realibilitas).

3) *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas informasi didefinisikan sebagai informasi yang dapat diperoleh ketika dibutuhkan. Aksesibilitas bergantung pada pengguna (*user*) dan keadaan khusus di sekitar *user*. mengukur aksesibilitas dilakukan dengan menggunakan dua kriteria yaitu Accessibility (Kemudahan Akses) dan Security (Keamanan).

4) *Representational* (Penyajian)

Penyajian informasi adalah bentuk dari penyampaian suatu informasi ke pada pengguna. penyajian atau representasi dapat diukur dari Interpretability (Kemampuan Interpretasi), *Ease of Understanding* (Kemudahan Pemahaman), *Concise Representation* (Keringkasan Penyajian), Consistent Representation (Konsistensi Penyajian).

c. **Indikator *Information Quality***

Burch dan Grudnitski dalam Anggraeni (2016) menyatakan bahwa ada 3 indikator *information quality*, diantaranya sebagai berikut:

1) Akurat (*accuracy*)

Akurat merupakan informasi harus mencerminkan keadaan yang sebenarnya, informasi harus bebas dari kesalahan. Keakuratan informasi merupakan wujud dari isi informasi yang bebas dari kesalahan-kesalahan yang menyesatkan. Informasi yang akurat mencerminkan kenyataan yang sebenarnya, dimana informasi tersebut mampu memberikan buktibukti yang tepat dan nyata.

2) Tepat waktu (*timeliness*)

Tepat waktu merupakan informasi yang datang kepada penerima tidak boleh terlambat. Ketepatan waktu informasi yaitu bahasan dalam isi informasi yang tidak lebih tua dari periode tindakan yang didukungnya. Umur informasi merupakan faktor yang kritikal dalam menentukan tingkat kualitas kegunaannya. Ketepatan waktu berarti sajian informasi yang memiliki perkembangan bahasan isi yang sesuai dengan masa saat informasi tersebut dibutuhkan.

3) Relevan (*relevancy*)

Relevansi informasi adalah kesesuaian isi bahasan (informasi) dengan apa yang sedang dibutuhkan oleh pengguna. Informasi dikatakan relevan apabila informasi tersebut bermanfaat atau tepat sasaran bagi sang penerima informasi. Relevansi informasi yang diterima oleh masing-masing pengguna memiliki perbedaan dari segi pemanfaatannya

7. *Service Quality* (X3)

a. Definisi *Service Quality*

Arianto (2018) menyatakan bahwa *service quality* adalah suatu kegiatan yang bisa dilihat tetapi bisa dirasakan dan diambil manfaatnya baik bagi individu maupun organisasi. Pelayanan didefinisikan sebagai keyakinan yang memungkinkan individu dengan sukarela untuk menjadi pelanggan terhadap penyedia layanan setelah mempertimbangkan karakteristik dari penyedia layanan.

Raje Archana dan Vandana dalam Baskara (2015) menyatakan bahwa *service quality* yakni tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh penjual dalam rangka memuaskan konsumen dengan memberikan atau menyampaikan keinginan atau permintaan konsumen melebihi apa yang diharapkan konsumen. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa *service quality* adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut dapat berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapapun.

Berdasarkan definisi *service quality* menurut para ahli diatas, disimpulkan bahwa *service quality* merupakan suatu kegiatan yang diberikan penjual kepada pembeli yang dapat diambil manfaatnya baik maupun buruk. *service quality* atau kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan pada dasarnya adalah perilaku pelanggan dimana pelanggan merespon

positif terhadap kualitas pelayanan suatu perusahaan dan berniat melakukan kunjungan kembali atau mengkonsumsi kembali

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) berpendapat bahwa *service quality* menggambarkan seberapa jauh kemampuan *website* untuk menyampaikan layanan yang berkualitas kepada pengguna. Kualitas layanan sendiri merupakan keseluruhan dukungan yang disampaikan oleh pemilik atau pengembang *website* kepada pengguna, meliputi pemberian jaminan keamanan dan kenyamanan, empati, dan ketanggapan *website* dalam memenuhi harapan pengguna.

Semakin baik dukungan tersebut disampaikan kepada pengguna dalam memenuhi harapan pengguna maka pengguna akan semakin puas dengan layanan yang disampaikan oleh *website*. Terdapat hubungan yang erat antara penentuan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai acuan. Harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua perusahaan pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya salah satunya melalui kualitas pelayanan tersebut. Produk dari kualitas layanan bisa berbentuk pembaharuan sistem dan *feedback* dari pengembang apabila sistem informasi menghadapi permasalahan. Kualitas layanan yang baik akan membuat konsumen senang dan merasa terbantu dengan pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan adalah solusi untuk memenuhi keperluan dan

kemauan pelanggan dan keakuratan dalam penyampaiannya agar menyeimbangkan ekspektasi dari pelanggan.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi *Service Quality*

Kasmir (2017) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *service quality*, meliputi :

1) Jumlah tenaga kerja

Tenaga kerja adalah seluruh jumlah penduduk yang dianggap dapat bekerja dan sanggup bekerja jika tidak ada permintaan kerja

2) Kualitas tenaga kerja

Kualitas tenaga kerja meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja. Berdasarkan kualitasnya tenaga kerja dibedakan menjadi tiga bentuk, yakni tenaga kerja terdidik, tenaga kerja terampil, dan tenaga kerja tidak terdidik.

3) Motivasi karyawan

Motivasi karyawan merupakan suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan kegiatan atau pekerjaan. Karyawan yang memiliki motivasi yang baik akan merasa senang dan bersemangat dalam bekerja sehingga mengakibatkan perkembangan dan pertumbuhan yang signifikan pada organisasi

4) Kepemimpinan

Proses mempengaruhi individu biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan supaya dapat bertindak sesuai dengan kehendak atasan demi tercapainya tujuan perusahaan

5) Budaya organisasi

Budaya organisasi merupakan sebuah sistem dalam suatu perusahaan yang dianut oleh semua anggota organisasi dan menjadi pembeda antara organisasi yang satu dengan organisasi lain

6) Kesejahteraan karyawan

Kesejahteraan karyawan adalah balas jasa pelengkap (material dan non material) yang di berikan berdasarkan kebijaksanaan, tujuannya untuk mempertahankan dan memperbaiki kondisi fisik dan mental karyawan agar produktivitas kerjanya meningkat.

7) Lingkungan kerja dan faktor lainnya

Lingkungan kerja adalah suasana dimana karyawan melakukan aktivitas sehari-harinya. Lingkungan kerja yang kondusif memberikan rasa aman dan memungkinkan karyawan untuk dapat bekerja optimal. Lingkungan kerja meliputi sarana dan prasarana yang digunakan, teknologi, *layout* gedung dan ruangan, kualitas produk dan lain sebagainya

c. Indikator Service Quality

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa indikator *service quality* diantaranya sebagai berikut :

1) *Reliability*

Reliability adalah kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, cara kerja yang dapat diandalkan secara konsisten. Perusahaan dapat memberikan layanan yang baik pada saat tamu pertama kali datang dan memenuhi janji

yang diberikan. Seperti pada saat billing mencatat permintaan tamu dengan benar dan waktu yang dijanjikan tepat

2) *Responsiveness*

Responsiveness adalah kesediaan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan yang diinginkan. Hal ini meliputi waktu yang singkat dalam memberikan layanan.

3) *Assurance*

Assurance adalah pengetahuan, kompetensi dan kebaikan karyawan untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Kompetensi artinya memiliki keahlian yang diharuskan dan pengetahuan untuk memberikan layanan. Kebaikan yang dimaksud adalah sopan, respek terhadap tamu, ramah. Hal ini juga termasuk kepercayaan dan kejujuran yang dimiliki oleh karyawan

4) *Empathy*

Empathy adalah perhatian individu dari perusahaan kepada pelanggannya seperti kepekaan dan mudah dihubungi sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

5) *Tangibles*

Tangibles adalah fasilitas fisik, peralatan atau barang-barang yang biasanya digunakan di restoran dan penampilan dari personil.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Wendy Ariesta Wibowo Penerbit : Jurnal Manajemen Pemasaran, (2013) 1-22	Pengaruh <i>System Quality</i> , <i>Information Quality</i> , dan <i>Service Quality</i> terhadap <i>User Satisfaction</i> Website Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines	Analisis penelitian ini adalah menggunakan SPSS dan Analisis Linier Berganda	Berdasarkan hasil analisis uji regresi berganda ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu <i>System Quality</i> , <i>Information Quality</i> , dan <i>Service Quality</i> terhadap variabel terikat yaitu <i>User Satisfaction</i> Website Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines
2.	Shanaz Amarin & Tri Indra Wijaksana Penerbit: <i>Business Management Analysis Journal</i> (BMAJ), Vol. 4, No. 1 2021	Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengguna	Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta deskriptif dan kausal dengan analisis Regresi Linier Berganda.	Berdasarkan hasil analisis uji regresi berganda ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan

		Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung		terhadap Kepuasan Konsumen sedangkan Kualitas Sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung
3.	Clara Airina Inggit & Tri Indra Wijaksana Penerbit: <i>e-Prociding Of Management</i> Vol.7, No.2 2020	Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna LinkAja	Penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dan analisis data menggunakan analisis kuantitatif. Sedangkan alat analisis yang digunakan dengan bantuan SPSS versi 20. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji Analisis Regresi Berganda	Berdasarkan hasil analisis uji regresi berganda ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pengguna LinkAja
4.	Ingri Granita Penerbit: Jurnal Teknologi	Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas	Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini	Berdasarkan hasil analisis uji regresi berganda ditemukan hasil bahwa terdapat

	Informasi (JALTI) Politeknik Praktisi Bandung. Vol.1, No.1 2019	Informasi, dan Kualitas Sistem Aplikasi Gojek Terhadap Kepuasan Konsumen	adalah Regresi Berganda	pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Sistem Aplikasi Gojek terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Terhadap Kepuasan Konsumen
5.	Annisa Asri Imana Penerbit: Jurnal Ilmiah KOMPUTASI, Vol.20, No.2 2021	Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi ISD	Metode Analisis data pada penelitian ini menggunakan Partial Least Square (PLS) yang merupakan metode alternatif berbasis varian dari metode Structural Equation Modelling (SEM) menggunakan SmartPls	Berdasarkan hasil analisis uji regresi berganda ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pengguna Aplikasi ISD
6	Dwi Hangga Ari Kumara Suputra. Institut	Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan Dan Kualitas	Desain penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif yang	Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif

	Pemerintahan Dalam Negeri (2022)	Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Pro Denpasar (Pelayanan Rakyat Online) Di Kota Denpasar	mengarah ke <i>explanatory research</i>	dan signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pengguna
7	Haykal, A. P., Febrilia, I., & Monoarfa, T. A. (2023) <i>Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan</i> , 4(1), 17-35 (2023)	Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Konsumen yang dimediasi oleh Kepuasan Konsumen dalam Berbelanja Online	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis SEM menggunakan program PLS.	Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat, Namun ada penolakan hipotesis yang menyatakan bahwa service quality terhadap customer loyalty dimediasi oleh customer satisfaction, ditolak sebab memiliki nilai P-value yaitu 0,059 yang > 0,05
8	Priyantara, M. P., Indrawati, I.,	Pengaruh Kualitas Sistem,	Metode penelitian ini adalah	Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis

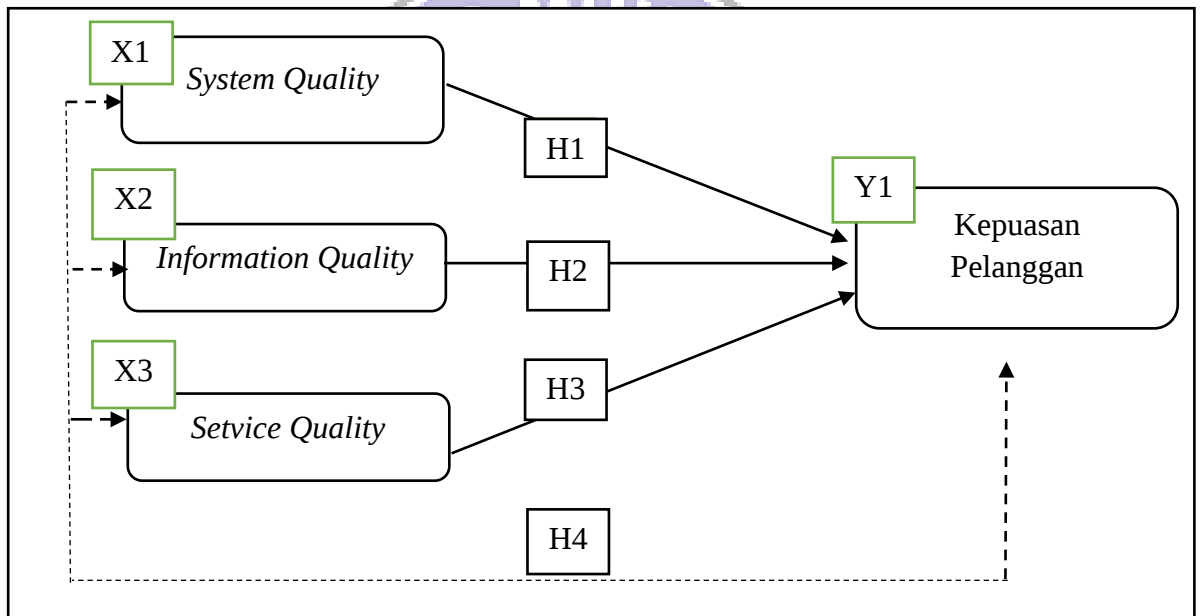
	& Djatmiko, T. (2016) <i>eProceedings of Management</i> , 3(3)	Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi Pada Konsumen Lazada Di Indonesia)	kuantitatif dengan tujuan penelitian adalah deskriptif dan kausal. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda	ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas terhadap variabel terikat
9	Prawiranata, H., & Rahmawati, D. (2018) <i>Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi</i> , 6(4)	Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Gojek Di Kota Yogyakarta.	Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.	Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pengguna
10	Utamie, A. (2018) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)	Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan	Hasil pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda, uji validitas dan reliabilitas	Berdasarkan hasil analisis uji hipotesis ditemukan hasil bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari seluruh variabel bebas yaitu Kualitas Informasi, Kualitas

		Konsumen Toko <i>Online</i>		Sistem dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Toko <i>Online</i>
--	--	--------------------------------	--	--

Sumber: Jurnal yang telah diolah oleh peneliti (2023)

C. Kerangka Pemikiran

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa Kerangka berfikir adalah sebuah gambaran berupa konsep yang didalamnya menjelaskan tentang hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Keterangan:

- = secara parsial
- - - - -→ = secara simultan/bersama-sama

D. Hipotesis

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa Hipotesis adalah dugaan yang menjelaskan suatu fenomena yang belum terbukti kebenarannya sehingga perlu diuji secara empiris untuk membuktikan kebenarannya, dapat dijelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dimana rumusan masalah penelitian dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

Penelitian ini akan membahas dan meneliti tentang Pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo). Berdasarkan kerangka pemikiran di atas maka dapat dibuat hipotesis sebagai berikut:

1. Pengaruh *System Quality* (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa *system quality* mencerminkan kemampuan *website* untuk digunakan berdasarkan tujuan pengguna, ketersediaan menu-menu navigasi yang memudahkan pengguna untuk melakukan aktivitas *browsing*, keandalan, dan kecepatan waktu *loading* dan waktu *download*. Apabila kualitas sistem pada *website* mampu memenuhi harapan pengguna, maka bisa dijelaskan bahwa kualitas sistem tersebut mampu memenuhi kepuasan pengguna. Artinya semakin baik *system quality* semakin tinggi tingkat kepuasan pada pengguna.

Hasil penelitian terdahulu oleh Wibowo (2013) menyatakan hasil bahwa terdapat pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* terhadap *User Satisfaction Website* Lion Airlines dan Sriwijaya

Airlines. Berdasarkan pernyataan di atas dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- *H01* : Di duga *System Quality* secara parsial tidak berpengaruh terhadap terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo.
- *Ha1* : Di duga *System Quality* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo

2. Pengaruh *Information Quality* (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa *information quality* merupakan kemampuan *website* dalam memenuhi informasi yang dibutuhkan oleh pengguna, seperti kemudahan informasi untuk dipahami, penyajian konten yang lengkap, relevansi, dan keamanan informasi. Apabila informasi yang disampaikan semakin lengkap dan mudah dipahami, maka pengguna akan merasakan manfaat yang diberikan dan merasa puas. Dapat disimpulkan apabila informasi yang disampaikan berkualitas, mencukupi kebutuhan pengguna dalam hal kelengkapan informasi, dan memiliki kemudahan untuk dipahami maka bisa dikatakan bahwa *website* tersebut memiliki kualitas informasi yang memadai dan dapat menciptakan kepuasan pengguna.

Hasil penelitian terdahulu oleh Inggit (2020) menyatakan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung. berdasarkan pernyataan di atas dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H02 : Di duga *Information Quality* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo.
- Ha2 : Di duga *Information Quality* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo.

3. Pengaruh *Service Quality* (X₃) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa *service quality* merupakan kemampuan *website* untuk menyampaikan layanan yang berkualitas kepada pengguna. Kualitas layanan sendiri merupakan keseluruhan dukungan yang disampaikan oleh pemilik atau pengembang *website* kepada pengguna, meliputi pemberian jaminan keamanan dan kenyamanan, empati, dan ketanggapan *website* dalam memenuhi harapan pengguna. Semakin baik dukungan tersebut disampaikan kepada pengguna dalam memenuhi harapan pengguna maka pengguna akan semakin puas dengan layanan yang disampaikan oleh *website*.

Hasil penelitian terdahulu oleh Granita (2019) menyatakan bahwa terdapat pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Sistem Aplikasi Gojek terhadap Kepuasan Konsumen. Dari pernyataan di atas dapat dirumuskan hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H01 : Di duga *Service Quality* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo
- Ha2 : Di duga *Service Quality* secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo.

4. Pengaruh *System Quality* (X_1), *Information Quality* (X_2) dan *Service Quality* (X_3) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan pernyataan dari hipotesis 1, hipotesis 2, dan hipotesis 3.

Maka dapat di simpulkan bahwa Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

- H04 : Di duga *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* secara simultan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo.
- Ha4 : Di duga *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini bertujuan untuk menghindari permasalahan yang terlalu luas dan perlu adanya pembatasan dalam melakukan penelitian. Peneliti mengambil objek penelitian terkait dengan kepuasan pelanggan Bank BRI Cabang Ponorogo. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada nasabah Bank BRI pengguna BRImo di Ponorogo.

B. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa populasi adalah “wilayah generalisasi baik objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan”. Penelitian yang dilakukan ini termasuk penelitian kuantitatif, yang nantinya akan memperoleh data dari jawaban responden dengan cara membagikan kuisioner. Populasi dari penelitian ini adalah nasabah Bank BRI pengguna BRImo di Ponorogo. Populasi tersebut merupakan jenis populasi infinite karena tidak diketahui batas wilayahnya atau tidak dapat dilakukan pengukuran mengenai jumlah keseluruhan individu yang terdapat di wilayah yang ditempati.

2. Sampel

Sugiyono, (2017) menyatakan bahwa Sampel merupakan sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel dari penelitian ini merupakan nasabah Bank BRI pengguna Brimo di Ponorogo

yang melakukan pembelian dan bersedia menjawab kuisisioner yang diberikan peneliti. Penelitian ini memiliki jumlah populasi yang tidak diketahui jumlahnya secara pasti dan untuk mengetahui jumlah nasabah Bank BRI pengguna BRImo di Ponorogo maka ditentukan dengan menggunakan rumus dari Rao Purba (2012) adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{Z^2}{4Moe^2}$$

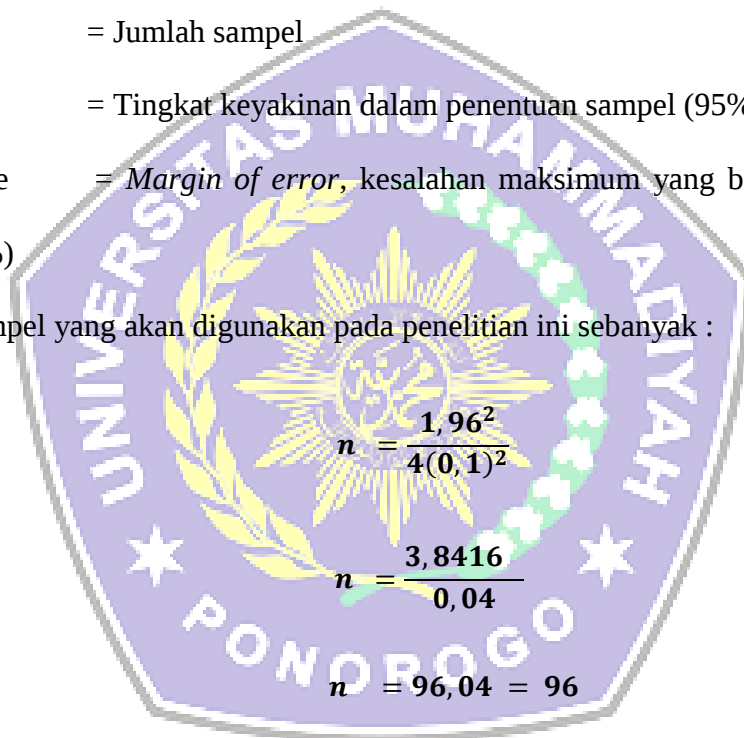
Dimana :

n = Jumlah sampel

Z^2 = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel (95% = 1,96)

Moe = *Margin of error*, kesalahan maksimum yang bisa ditolerir (5%)

Sampel yang akan digunakan pada penelitian ini sebanyak :



The logo of Universitas Muhammadiyah Ponorogo is a purple shield-shaped emblem. It features a central yellow sunburst with Arabic calligraphy. The words 'UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH' are written in a semi-circle at the top, and 'PONOROGO' is at the bottom. There are two white stars on either side of the bottom text. A green laurel wreath encircles the central sunburst.

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2}$$

$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04 = 96$$

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *Nonprobability Sampling*, yaitu teknik pengambilan data atau sampel sehingga semua data kemungkinan terpilih sebagai sampel tidak sama besar, berdasarkan kebijakan peneliti dalam menentukan elemen sampel yang digunakan (Sugiyono, 2017). Metode yang digunakan untuk pemilihan sampel pada penelitian ini yaitu menggunakan *Accidental*

Sampling yaitu penentuan sampel berdasarkan kebetulan atau insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

C. Metode Pengambilan Data

1. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder:

a. Data Primer

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa data primer adalah “sumber asli atau sumber yang memberikan data secara langsung kepada peneliti”. Cara memperoleh data primer dalam penelitian ini menggunakan metode kuesioner

b. Data Sekunder

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa data sekunder adalah “sumber yang memberikan data secara tidak langsung kepada peneliti, bisa melalui informasi, buku, literatur dll”.

2. Teknik Pengambilan Data

a. Interview

Wawancara dilakukan dengan tanya jawab kepada nasabah Bank BRI pengguna BRImo di Ponorogo untuk memperoleh data yang akurat yang berhubungan dengan penelitian.

b. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung untuk memperoleh dan mencatat informasi yang berkaitan dengan masalah

yang akan diteliti. Observasi dalam penelitian ini dengan mendatangi dan mengamati keadaan yang ada di BRI Cabang Ponorogo.

c. Kuesioner

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa kuesioner adalah “teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan-pertanyaan seputar penelitian kepada responden untuk memperoleh data yang berhubungan dengan kegiatan penelitian”.

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa dalam menentukan bobot pada kuesioner yang diajukan dibutuhkan skala pengukuran, Skala pengukuran digunakan untuk mengklasifikasikan variable yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya. Skala pengukuran atau arah pengukuran memiliki empat tipe yaitu :

- 1) Skala Nominal merupakan skala yang paling lemah/rendah di antara skala pengukuran yang ada. Skala nominal hanya bisa membedakan benda atau peristiwa yang satu dengan yang lainnya berdasarkan nama (predikat).
- 2) Skala Ordinal lebih tinggi daripada skala nominal, dan sering juga disebut dengan skala peringkat. Hal ini karena dalam skala ordinal, lambang-lambang bilangan hasil pengukuran selain menunjukkan perbedaan juga menunjukkan urutan atau tingkatan obyek yang diukur menurut karakteristik tertentu.
- 3) Skala interval mempunyai karakteristik seperti yang dimiliki oleh skala nominal dan ordinal dengan ditambah karakteristik lain, yaitu

berupa adanya interval yang tetap. Skala interval sudah memiliki nilai intrinsik, sudah memiliki jarak, tetapi jarak tersebut belum merupakan kelipatan yaitu skala interval tidak memiliki nilai nol mutlak.

- 4) Skala rasio adalah skala data dengan kualitas paling tinggi. Pada skala rasio, terdapat semua karakteristik skala nominal, ordinal dan skala interval ditambah dengan sifat adanya nilai nol yang bersifat mutlak. Nilai nol mutlak ini artinya adalah nilai dasar yang tidak bisa diubah meskipun menggunakan skala yang lain. Pada skala ratio, pengukuran sudah mempunyai nilai perbandingan/rasio.

Penelitian ini menggunakan pengukuran dengan metode *Skala Likert* dimana *Skala Likert* masuk dalam jenis skala Ordinal, Skala likert adalah skala psikometrik yang sering digunakan dalam angket. Diambil dari nama penerbit suatu laporan yang menjelaskan pengaplikasian skala ini, Rensis Likert, skala ini menjadi skala yang paling banyak digunakan dalam riset dalam bentuk survey pada pengukuran data kuantitatif.

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi terhadap individu atau kelompok terkait dengan fenomena sosial yang sedang menjadi objek penelitian. skala likert dapat diterapkan untuk mengukur skala sangat positif sampai sangat negatif, seperti sangat setuju dan sangat tidak setuju yang dimana di dalamnya ada 5 (lima) penilaian diantaranya:

Tabel 2. Skala Likert

Skor	Keterangan
1	Sangat tidak setuju (STS)
2	Tidak setuju (TS)
3	Netral (N)
4	Setuju (S)
5	Sangat Setuju (SS)

Sumber: Sugiyono (2017)

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terbagi menjadi 2 (dua) jenis diantaranya sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X)

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa “variabel bebas” yaitu “variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat)”. Dalam Penelitian Ini adalah *System Quality* (X1), *Information Quality* (X2), dan *Service Quality* (X3).

a. *System Quality* (X1)

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa *system quality* adalah karakteristik dari kualitas yang diinginkan dari sistem informasi dan informasi berkualitas yang diinginkan informasi karakteristik produk.

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa menyatakan bahwa indikator *system quality*, diantaranya sebagai berikut:

1) *Ease of use* (Kemudahan penggunaan)

Kemudahan penggunaan (*ease of use*) didefinisikan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa teknologi dapat dengan mudah dipahami dan mudah digunakan

2) *Response time* (Kecepatan akses)

Kecepatan akses merupakan salah satu indikator kualitas sistem informasi yang diukur melalui kecepatan pemrosesan dan waktu respon

3) *Reliability* (Keandalan sistem)

Reliability (Keandalan Sistem) didefinisikan sebagai keandalan sistem informasi dalam konteks ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan

4) *Flexibility* (Fleksibilitas)

Fleksibilitas sistem informasi dapat diartikan sebagai kemampuan dari sebuah sistem informasi dalam menyikapi atau merespon kebutuhan pengguna akan *requivement* yang baru, berbeda, atau berubah

5) *Security* (Keamanan)

Keamanan sistem informasi adalah segala tindakan yang dilakukan untuk memastikan bahwa data dalam suatu sistem terlindungi dari ancaman

b. *Information Quality* (X2)

Park dan kim dalam Anggraeni (2016) menyatakan bahwa *information quality* didefinisikan sebagai persepsi pelanggan terhadap

kualitas informasi tentang produk atau layanan yang disediakan oleh sebuah *website*.

Burch dan Grudnitski dalam Anggraeni (2016) menyatakan bahwa ada 3 indikator *information quality*, diantaranya sebagai berikut:

1) Akurat (*accuracy*)

Akurat merupakan informasi harus mencerminkan keadaan yang sebenarnya, informasi harus bebas dari kesalahan

2) Tepat waktu (*timeliness*)

Tepat waktu merupakan informasi yang datang kepada penerima tidak boleh terlambat. Karena informasi merupakan landasan dalam pengambilan keputusan

3) Relevan (*relevancy*)

Relevansi informasi adalah kesesuaian isi bahasan (informasi) dengan apa yang sedang dibutuhkan oleh pengguna.

c. *Service Quality* (X3)

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa *service quality* adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut dapat berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapapun.

Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa indikator *service quality* diantaranya sebagai berikut :

1) *Reliability*

Reliability adalah kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, cara kerja yang dapat diandalkan secara konsisten

2) *Responsiveness*

Responsiveness adalah kesediaan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan yang diinginkan

3) *Assurance*

Assurance adalah pengetahuan, kompetensi dan kebaikan karyawan untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan pelanggan.

4) *Empathy*

Empathy adalah perhatian individu dari perusahaan kepada pelanggannya seperti kepekaan dan mudah dihubungi sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan

5) *Tangibles*

Tangibles adalah fasilitas fisik, peralatan atau barang-barang yang biasanya digunakan di restoran dan penampilan dari personil

2. Variabel Dependen (Y)

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa “variabel terikat atau variabel *dependent*” yaitu “variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”.

a. Kepuasan Pelanggan (Y)

Tjiptotno (2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Irawan (2021) menyatakan bahwa bahwa terdapat empat indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1) Perasaan puas

Perasaan puas merupakan perasaan cukup atau tidak cukup yang dirasakan konsumen disaat menerima produk dan pelayanan dari perusahaan

2) Selalu membeli produk

Selalu membeli produk dapat diartikan sebagai keinginan konsumen untuk selalu memakai dan melakukan pembelian suatu produk yang menurutnya telah sesuai dengan harapannya.

3) Akan merekomendasikan kepada orang lain

Pelanggan yang merasa puas atas produk atau jasa yang dikonsumsi cenderung akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain sehingga mampu memberikan kontribusi pelanggan baru.

4) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Tingkat perasaan konsumen dapat digambarkan setelah mengkonsumsi suatu barang atau jasa itu sendiri

E. Metode Analisis Data

1. Uji Instrumen

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa “instrument” adalah “suatu alat yang di gunakan untuk mengerjakan penelitian yang sedang di lakukan, dan instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, jadi uji instrumen digunakan untuk mengetahui kualitas kuesioner yang sedang digunakan”.

Berdasarkan tujuan dari penelitian ini, maka beberapa teknik uji instrumen yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa “uji validitas” merupakan “alat ukur yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Kuesioner bisa dikatakan valid atau sah apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu menjelaskan apa yang sedang di ukur dan dikatakan tidak valid atau tidak sah apabila pertanyaan dalam kuesioner tidak mampu menjelaskan apa yang sedang diukur”.

Uji validitas ini menggunakan bantuan program SPSS (*Statistic Product And Service Solution*). Dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Sugiyono, 2017). Dengan rumus sebagai berikut :

Dimana:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum xy - \sum x \sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2 (n \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Skor Pertanyaan

y = Skor Jawaban

Pengambilan keputusan menggunakan taraf signifikannya 5%. Pengujian validitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Pearson Correllation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor variabel. Yaitu dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dimana (n) adalah jumlah sampel penelitian. Dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau nilai r positif dan tingkat signifikansinya dibawah 0,05 maka alat ukur tersebut tersebut dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, nilai r positif dan tingkat signifikansinya diatas 0,05 maka alat ukur tersebut tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa “uji reliabilitas” merupakan “alat ukur konsistensi dalam penggunaan kuesioner, maksudnya apabila pengukuran di ulang kembali atau di ujikan kembali hasilnya reliabel atau tidak, bisa dikatakan reliabel apabila hasilnya tetap sama”.

Tingkat reliabel suatu data dalam penelitian ini dapat dihitung menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (alat ukur untuk menentukan tingkat kehandalan) untuk menentukan apakah instrumen yang kita gunakan reliabel atau tidak, penelitian ini menggunakan batasan 0,6. Kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,6$. Dengan menggunakan rumus dari Sugiyono (2017) sebagai berikut:

$$a = \frac{k.r}{1 + (r-1)k}$$

Dimana :

- α = Koefisien reliabilitas
- k = Jumlah item per variabel x
- r = *Mean* korelasi antar item

2. Teknik Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa “analisis regresi linier berganda” adalah “analisis yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai dari beberapa variabel independen (variabel bebas) terhadap Variabel dependen (variabel terikat)”.

Rumus yang digunakan dalam analisis regresi linier berganda menurut Sugiyono (2017) sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b_1 = Koefisien Regresi dari *System Quality*

b_2 = Koefisien Regresi dari *Information Quality*

b_3 = Koefisien Regresi dari *Service Quality*

X_1 = Variabel *System Quality*

X_2 = Variabel *Information Quality*

X_3 = Variabel *Service Quality*

$e = \text{Standart Error}$

b. Koefisiensi Determinasi (R^2)

Slamet Santoso (2015) menyatakan bahwa “koefisiensi determinasi (R^2)” merupakan “alat yang digunakan untuk menentukan besar variabel independen (X)”. Dalam menjelaskan variabel dependen (Y) dalam penentuan nilai (R^2) dapat melalui rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y + b_4 \sum x_4 y}{\sum y^2}, \text{ dimana } 0 \leq R^2 \leq 1$$

3. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa “uji t (uji parsial)” merupakan “uji yang di gunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel depeden dengan tingkat signifikan sebesar 5%”. Dengan ketentuan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikasi < 0.05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan sebaliknya.

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa rumus Uji t (Uji Parsial) dengan perhitungan sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

Dimana:

b_i = Koefisien Regresi

S_{b_i} = *Standart Error*

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa untuk menarik kesimpulan apakah hipotesis diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan besarnya nilai t_{hitung} dan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $t \neq 0,05$ atau $t_{hitung} \neq t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) ditolak dan hipotesis alternative (H_a) diterima. Hal ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Jika signifikansi $t = 0,05$ atau $t_{hitung} = t_{tabel}$ maka hipotesis nol (H_0) diterima dan hipotesis alternatif ditolak (H_a). Hal ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

b. Uji F (Uji Simultan)

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa “uji F (uji simultan)” digunakan untuk menguji tingkat pengaruh variabel independen yang di masukan dengan model regresi terhadap variabel dependen secara simultan. Ketentuan yang digunakan adalah apabila nilai probabilitas signifikansi < 0.05 dapat diartikan variabel independen (X) secara simultan mempengaruhi variabel dependen (Y). Untuk menarik kesimpulan ada tidaknya pengaruh variabel bebas (X) secara serempak/bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (Y) adalah dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika signifikansi $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti, secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Jika signifikansi $F > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan hipotesis alternatif ditolak. Hal ini berarti, secara simultan tidak ada

pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Objek Penelitian

a. Gambaran Umum Brimo

BRImo adalah kombinasi dari mobile banking, internet banking, dan uang elektronik dalam satu aplikasi yang dapat diunduh di smartphone nasabah. BRI terus mengembangkan inovasi layanan mobile banking yang cukup lengkap dan inovatif dengan berbagai fitur yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pengguna. Aplikasi BRImo merupakan hasil pengembangan dari BRI Mobile versi lama, dan memiliki berbagai pembaharuan fitur yang lebih canggih. Tampilan BRImo telah dirancang ulang agar lebih modern, dengan mengedepankan kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi, sehingga masyarakat pasti akan menyukainya. BRImo juga telah terbukti dapat diandalkan dalam menyediakan layanan perbankan yang cepat dan mudah bagi nasabahnya. Dengan aplikasi ini, nasabah dapat mengakses rekening mereka dengan cepat dan mudah seperti melakukan transaksi keuangan seperti transfer, pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan transaksi lainnya.

2. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner secara langsung kepada Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo. Responden dalam

penelitian ini terbagi dalam beberapa kategori seperti halnya : jenis kelamin, usiadan pendidikan Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karateristik yang pertama dari responden dalam penelitian ini dikategorikan berdasarkan jenis kelamin. Sampel dikategorikan menurut jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Berikut adalah tabel karateristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Tabel 3. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1.	Laki-Laki	36	37,5%
2.	Perempuan	60	62,5%
	Jumlah	96	100%

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa responden dari penelitian ini mayoritas berjenis kelamin Perempuan yaitu sebanyak 62,5% atau 60 responden. Dan sebanyak 37,5% atau 36 responden berjenis kelamin laki-laki. Berdasarkan data pada tabel tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo mayoritas adalah perempuan.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Responden dalam penelitian ini kemudian dikategorikan berdasarkan usia. Berikut tabel karakteristik responden berdasarkan usianya:

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Presentase
1.	< 20 Tahun	16	16,7%
2.	21 - 30 Tahun	38	39,6%
3.	31 - 40 Tahun	20	20,8%
4.	41 - 50 Tahun	15	15,6%
5.	> 50 Tahun	7	7,3%
Jumlah		96	100%

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Berdasarkan tabel 4 terdapat rentang usia < 20 Tahun sebanyak 16 responden atau 16,7%, rentang usia 21 - 30 tahun menempati usia terbanyak yaitu sebanyak 38 responden atau 39,6%, rentang usia 31 - 40 tahun sebanyak 20 responden atau 20,8%, rentang usia 41 - 50 tahun sebanyak 15 responden atau 15,6% dan rentang usia > 50 Tahun sebanyak 7 atau 7,3%. Berdasarkan data pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh rentang usia 21 - 30 Tahun karena pada rentang usia tersebut merupakan rentang usia yang memiliki gaya hidup yang praktis dan ingin serba mudah dengan efisien waktu.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Responden dikategorikan berdasarkan pendidikan. Pengkategorian ini mengacu pada pendidikan pada setiap responden yang ada dalam penelitian ini. Berikut merupakan tabel karakteristiknya:

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan

No.	Pekerjaan	Jumlah	Presentase
1	SMP	8	8,3%
2	SMA	34	35,4%
3	Diploma	14	14,6%
4	S1	37	38,5%
5	S2	3	3,1%
Jumlah		96	100%

Sumber : Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa terdapat 8 atau 8,3% responden yang memiliki pendidikan SMP, terdapat 34 atau 35,4% responden yang memiliki pendidikan SMA, terdapat 14 atau 14,6% responden yang memiliki pendidikan Diploma, terdapat 37 atau 38,5% responden yang memiliki pendidikan S1, terdapat 3 atau 3,1% responden yang memiliki pendidikan S2. Berdasarkan data pada tabel tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo mayoritas memiliki pendidikan S1.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan 3 variabel independen (bebas) yaitu *System Quality*, *Information Quality* dan *Service Quality* terhadap 1 variabel dependen (terikat) yaitu Kepuasan Pelanggan. Bagian sub bab ini akan mendeskripsikan hasil jawaban responden yang didapatkan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan tabulasi data ada di lampiran 2 analisis deskriptif tabulasi data jawaban responden (Riduan & Kuncoro, 2012) menyatakan bahwa untuk menyebutkan nilai rata-rata yang digunakan guna

menjelaskan hasil yang diperoleh dapat disimpulkan dengan kriteria sebagai berikut :

1.00 – 1.80 = Sangat Rendah

1.81 – 2.61 = Rendah

2.62 – 3.42 = Sedang

3.43 – 4.23 = Tinggi

4.24 – 5.00 = Sangat Tinggi

Berikut merupakan hasil dari deskripsi variabel yang diperoleh :

a. Deskripsi Variabel *System Quality* (X1)

Langkah perhitungan pada tabel berikut bersumber dari data kuisioner yang telah dianalisis yaitu dengan analisis SPSS 25.00 diperoleh, yaitu :

Tabel 6. Tanggapan Responden Terhadap *System Quality* (X1)

No.	Butir Pernyataan	Jawaban Responden										Mean
		STS		TS		N		S		SS		
		%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	
1.	Pernyataan 1	1%	1	8,3%	8	20,8%	20	42,7%	41	27,1%	26	3,86
2.	Pernyataan 2	0%	0	0%	0	15,6%	15	57,3%	55	27,1%	26	4,11
3.	Pernyataan 3	1%	1	1%	1	19,8%	19	55,2%	53	22,9%	22	3,97
4.	Pernyataan 4	0%	0	0%	0	13,5%	13	58,3%	56	28,1%	27	4,14
5.	Pernyataan 5	0%	0	1%	1	9,4%	9	50,0%	48	39,6%	38	4,28

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Pada tabel 6 menjelaskan jawaban berdasarkan item-item pernyataan variabel *System Quality* (X1), Item Pernyataan 5 yaitu “Saya tidak khawatir terhadap keamanan data informasi BRIImo” mendapatkan tanggapan responden tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu sebesar 4,28. kesimpulannya Nasabah pengguna BRIImo merasa

aman terhadap sistim keamanan dan informasi yang diberikan kepada BRImo, Karena Brimo dilengkapi dengan system keamanan berlapis dalam melindungi data dan traksaksi penggunanya. Dengan tingkat keamanan yang baik dan terus ditingkatkan ini akan menjadikan penggunanya merasa aman dan puas terhadap keadaan keamanan yang dimiliki aplikasi BRImo tersebut. Sedangkan item pernyataan 1 dengan pernyataan “Fitur layanan BRImo mudah dimengerti” memiliki nilai rata-rata 3,86 dan menjadi nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. kesimpulannya pentingnya perbaikan model penyajian fitur-fitur agar terkesan baik dan mudah dimengerti penggunanya

b. Deskripsi Variabel *Information Quality* (X2)

Langkah perhitungan pada tabel berikut bersumber dari data kuisioner yang telah dianalisis yaitu dengan analisis SPSS 25.00 diperoleh, yaitu :

Tabel 7. Tanggapan Responden Terhadap *Information Quality* (X2)

No.	Butir Pernyataan	Jawaban Responden										Mean
		STS		TS		N		S		SS		
		%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	
1.	Pernyataan 1	0%	0	1%	1	14,6%	14	50,0%	48	34,4%	33	4,17
2.	Pernyataan 2	0%	0	0%	1	15,6%	15	47,9%	46	36,5%	35	4,20
3.	Pernyataan 3	0%	0	0%	0	14,6%	14	49,0%	47	36,5%	35	4,21
4.	Pernyataan 4	0%	0	0%	0	3,1%	3	65,6%	63	31,3%	30	4,28
5.	Pernyataan 5	0%	0	0%	0	16,7%	16	52,1%	50	31,3%	30	4,14

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Tabel 7 menjelaskan jawaban berdasarkan item-item pernyataan variabel *Information Quality* (X2), Item Pernyataan 4 yaitu “BRImo memberikan informasi yang bermanfaat” memiliki nilai rata – rata

tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu sebesar 4,28. Nasabah BRIImo merasa bahwa aplikasi BRIImo memberikan informasi yang relevan. Relevansi informasi disini merupakan kesesuaian isi bahasan (informasi) dengan apa yang sedang dibutuhkan oleh pengguna. Informasi dikatakan relevan apabila informasi tersebut bermanfaat atau tepat sasaran bagi sang penerima informasi. Sehingga dengan adanya informasi yang relevan ini nasabah BRIImo merasa puas terhadap sistim informasi yang diberikan kepadanya. Sedangkan pernyataan 5 yaitu “BRIImo menyediakan informasi yang memenuhi kebutuhan konsumen” memiliki nilai rata-rata 4,14 dan menjadi nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Pentingnya penyediaan informasi yang memiliki bobot atau manfaat tinggi agar pengguna merasa harapannya terpenuhi.

c. Deskripsi Variabel *Service Quality* (X3)

Langkah perhitungan pada tabel berikut bersumber dari data kuisioner yang telah dianalisis yaitu dengan analisis SPSS 25.00 diperoleh, yaitu :

Tabel 8. Tanggapan Responden Terhadap *Service Quality* (X3)

No.	Butir Pernyataan	Jawaban Responden										Mean
		STS		TS		N		S		SS		
		%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	
1.	Pernyataan 1	2,1%	2	6,3%	6	26,0%	25	55,2%	53	10,4%	10	3,65
2.	Pernyataan 2	0%	0	5,2%	5	7,3%	7	50,0%	48	37,5%	36	4,19
3.	Pernyataan 3	0%	0	1%	1	3,1%	3	46,9%	45	49,0%	47	4,43
4.	Pernyataan 4	0%	1	0%	4	3,1%	24	65,6%	54	31,3%	13	3,77
5.	Pernyataan 5	1%	1	3,1%	3	4,2%	4	45,8%	44	45,8%	44	4,32

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Tabel 8 menjelaskan jawaban berdasarkan item-item pernyataan variabel *Service Quality* (X3), Item Pernyataan 3 yang merupakan representasi dari “BRI memberikan kompensasi atau pengajuan keluhan jika pelayanan BRImo kurang memuaskan” memiliki nilai rata – rata tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu sebesar 4,43. Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo merasa puas dengan *Service Quality* yang diberikan BRImo disini, disisi lain apabila pengguna BRImo mendapatkan ketidaksesuaian atau kendala dalam menjalankan aplikasi BRImo, pengguna dapat mengajukan pengaduan langsung yang dapat dikirim melalui aplikasi tersebut. Dengan memberikan layanan dalam mengajukan pengaduan ini nasabah merasa lebih mudah dalam menyampaikan kesulitan atau kendala yang sedang dialaminya. Sedangkan item pernyataan 1 dengan pernyataan “BRImo memberikan fitur layanan yang dapat diandalkan” memiliki nilai rata-rata 3,65 dan menjadi nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Perlu ada perbaikan lagi dalam kualitas pelayanan, karena kepuasan pelanggan juga dipengaruhi dari segi bagaimana sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaiknya terhadap pelanggannya

d. Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Langkah perhitungan pada tabel berikut bersumber dari data kuisioner yang telah dianalisis yaitu dengan analisis SPSS 25.00 diperoleh, yaitu :

Tabel 9. Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Butir Pernyataan	Jawaban Responden										Mean
		STS		TS		N		S		SS		
		%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	
1.	Pernyataan 1	0%	0	1%	1	2,1%	2	51,0%	49	45,8%	44	4,41
2.	Pernyataan 2	0%	0	0%	0	4,2%	4	69,8%	67	26,0%	25	4,21
3.	Pernyataan 3	0%	0	0%	0	1%	1	42,7%	41	56,3%	54	4,55
4.	Pernyataan 4	0%	0	5,2%	5	6,3%	6	53,1%	51	35,4%	34	4,18
5.	Pernyataan 5	0%	0	0%	0	5,2%	5	66,7%	64	28,1%	27	4,22

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Tabel 9 menjelaskan jawaban berdasarkan item-item pernyataan variabel Kepuasan Pelanggan (Y), Item Pernyataan 3 yang merupakan representasi dari “Saya akan merekomendasikan aplikasi BRImo kepada orang lain” memiliki nilai rata-rata tertinggi. kesimpulannya Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo merasa puas dengan layanan dan informasi yang diberikan kepada nasabah. Dengan rasa kepuasan ini nasabah akan cenderung merekomendasikan BRImo kepada orang lain. Pihak BRI harus mempertahankan variabel-variabel yang dianggap sangat memuaskan oleh responden seperti tingkat kualitas system, informasi yang diberikan dan tingkat layanan yang telah tersedia pada BRImo. Sedangkan item pernyataan 4 dengan pernyataan “Fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi BRImo telah sesuai dengan harapan saya” memiliki nilai rata-rata 4,18 dan menjadi nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Perlu ada perbaikan lagi dalam penawaran fitur-fitur yang ada pada BRImo, karena kepuasan pelanggan juga dipengaruhi dari segi bagaimana perusahaan mampu memberikan sebuah pelayanan sesuai dengan harapan konsumennya.

4. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa Uji Validitas merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Kuesioner bisa dikatakan valid atau sah apabila pertanyaan dalam kuesioner mampu menjelaskan apa yang sedang diukur dan dikatakan tidak valid atau tidak sah apabila pertanyaan dalam kuesioner tidak mampu menjelaskan apa yang sedang diukur

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji validitas adalah membandingkan r hitung dan r tabel dengan *degree of freedom* (df) = $n - 2$, dimana n adalah total responden. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 96 dan besarnya nilai *degree of freedom* (df) adalah 94 dengan signifikansi 0,05 atau 5%, jadi diperoleh nilai r tabel sebesar 0,2006

Perhitungan pada tabel berikut diperoleh dari data kuisisioner dengan ditentukannya besaran nilai *correlation* yang dianalisis dengan SPSS 25.00 diperoleh sebagai berikut:

Tabel 10. Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Butir	r hitung	r tabel	Keterangan
<i>System Quality</i> (X1)	1	0,649	0,2006	Valid
	2	0,645	0,2006	Valid
	3	0,526	0,2006	Valid
	4	0,675	0,2006	Valid
	5	0,272	0,2006	Valid
<i>Information Quality</i> (X2)	1	0,530	0,2006	Valid
	2	0,878	0,2006	Valid
	3	0,796	0,2006	Valid
	4	0,282	0,2006	Valid
	5	0,843	0,2006	Valid
<i>Service Quality</i> (X3)	1	0,787	0,2006	Valid
	2	0,486	0,2006	Valid
	3	0,493	0,2006	Valid
	4	0,607	0,2006	Valid
	5	0,617	0,2006	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,521	0,2006	Valid
	2	0,697	0,2006	Valid
	3	0,560	0,2006	Valid
	4	0,579	0,2006	Valid
	5	0,690	0,2006	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Tabel 10 merupakan hasil perolehan r hitung dari semua item dinyatakan valid karena semua item pernyataan variabel *System Quality* (X1), *Information Quality* (X2), *Service Quality* (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y) mempunyai nilai lebih besar atau r hitung > r tabel, maka dari itu seluruh indikator layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

b. Uji Reliabilitas

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa Uji Reliabilitas merupakan alat ukur konsistensi dalam penggunaan kuesioner, maksudnya apabila pengukuran diulang kembali atau diujikan kembali hasilnya reliabel atau

tidak, bisa dikatakan reliabel apabila hasilnya tetap sama. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji reliabilitas yaitu sejauh mana hasil pengukuran menggunakan objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama.

- 1) Apabila *Cronbach Alpha* (α) > 0,60 (taraf signifikansi) maka dinyatakan *reliable*.
- 2) Apabila *Cronbach Alpha* (α) < 0,60 (taraf signifikansi) maka dinyatakan tidak *reliable*.

Langkah perhitungan pada tabel 11 berikut diperoleh dari data kuisioner dengan ditentukannya nilai *reliability* adalah dengan analisis SPSS 25.00 diperoleh sebagai berikut :

Tabel 11. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
<i>System Quality</i> (X1)	0,702	0,600	Reliabel
<i>Information Quality</i> (X2)	0,770	0,600	Reliabel
<i>Service Quality</i> (X3)	0,734	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,731	0,600	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Hasil tabel 11 menyatakan bahwa semua variabel independen dan dependen bernilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Hal tersebut memberikan arti bahwa semua pernyataan pada variabel *System Quality* (X1), *Information Quality* (X2), *Service Quality* (X3) dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini.

5. Analisis Data

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa Analisis Regresi Linier Berganda pada penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel independen (*System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality*) terhadap variabel independen Kepuasan Pelanggan.

Sacara umum berikut model regresi dalam penelitian ini :

$$\text{Persamaan} = Y : a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

X1 : *System Quality*

X2 : *Information Quality*

X3 : *Service Quality*

e : *Standart Error*

Model regresi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh nilai dari beberapa variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil analisisnya

Tabel 12. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.547	1.793		3.094	.003
System Quality	.147	.065	.169	2.267	.026
Information Quality	.186	.059	.237	3.170	.002
Service Quality	.449	.057	.583	7.890	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Hasil regresi yang terangkum dalam tabel 12 tersebut dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

$$Y = 5,547 + 0,147 X_1 + 0,186 X_2 + 0,449 X_3 + e$$

Persamaan tersebut dapat dijabarkan kedalam analisis sebagai berikut:

- 1) Nilai konstata (a) = 5,547

Nilai tersebut menunjukkan bahwa pada saat variabel *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* sama dengan 0 maka besarnya Kepuasan Pelanggan sebesar 5,547 satuan dan nilai tersebut adalah pengaruh dari variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model regresi.

- 2) Nilai koefisien regresi *System Quality* (X_1) = 0,147

Analisis data tersebut menunjukkan bahawa nilai koefisien regresi untuk variabel *System Quality* sebesar 0,147 Nilai tersebut dapat diartikan bahwa setiap peningkatan 1 satuan dalam item *System Quality*, akan berpengaruh terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan

sebesar 0,147 hal ini dengan asumsi variabel lain dalam penelitian bernilai nol.

3) Nilai koefisien regresi variabel *Information Quality* = 0,186

Hasil analisis tersebut menunjukkan jika variabel *Information Quality* mengalami peningkatan satu satuan maka akan berdampak pada peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,186. Dengan catatan bahwa variabel lain dalam penelitian diasumsikan bernilai nol.

4) Nilai koefisien regresi variabel *Service Quality* (X3) = 0,449

Hasil analisis tersebut menunjukkan jika variabel *Service Quality* mengalami peningkatan 1 satuan maka akan berdampak pada peningkatan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,449 dengan catatan bahwa variabel lain dalam penelitian diasumsikan bernilai nol.

b. Koefisien Determinasi (R^2)

Slamet Santoso (2015) menyatakan bahwa koefisiensi determinasi (R^2) merupakan alat yang digunakan untuk menentukan besar variabel independen (X). Dalam menjelaskan variabel dependen (Y) dalam penentuan nilai (R^2) dapat melalui rumus sebagai berikut:

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y + b_4 \sum x_4 y}{\sum y^2}, \text{ dimana } 0 \leq R^2 \leq 1$$

Ghozali (2018) menyatakan bahwa tujuan dari koefisien determinasi (R^2) adalah untuk mengatur sumbangan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Jika nilai dari koefisien determinasi (R^2) adalah nol dan satu, maka nilai yang mendekati satu artinya variabel independen hampir memprediksi variabel dependen tersebut.

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25.00 ditunjukkan dalam tabel 13 berikut ini:

Tabel 13. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.519	.504	1.24541

a. Predictors: (Constant), Service Quality, System Quality, Information Quality

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Berdasarkan tabel 13 menunjukkan nilai *R Square* sebesar 0,519. Nilai tersebut merupakan presentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai dari *R Square* tersebut apabila dirubah dalam bentuk persen yaitu sebesar 51,9%. Presentase tersebut menjelaskan bahwa variabel *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* mampu memberi sumbangan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 51,9% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian yaitu sebesar 48,1%, dengan begitu masih ada peluang variabel diluar penelitian yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

6. Uji Hipotesis

a. Uji t (Uji Parsial)

Sugiyono (2017) menyatakan bahwa uji t (uji parsial) merupakan uji yang di gunakan untuk mengetahui besar pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel depeden dengan tingkat signifikan sebesar 5%. Dengan ketentuan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai

signifikansi < 0.05 maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, dan sebaliknya.

Berdasarkan data dari jumlah keseluruhan setiap tanggapan responden terhadap kuesioner yang kemudian diolah dengan SPSS 25.00 maka ditemukan hasil uji t sebagai berikut :

Tabel 14. Hasil uji t

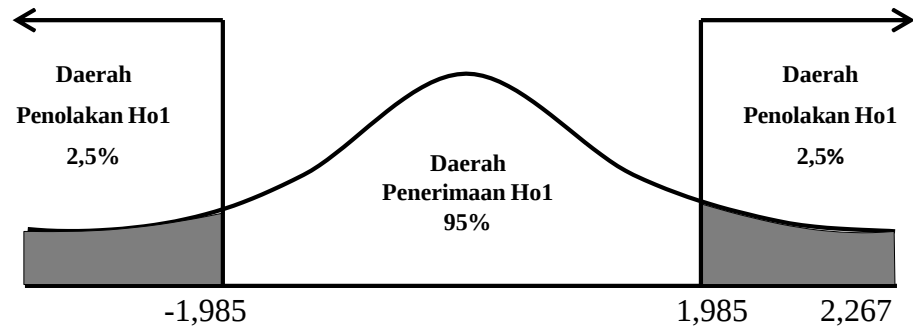
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.547	1.793		3.094	.003
System Quality	.147	.065	.169	2.267	.026
Information Quality	.186	.059	.237	3.170	.002
Service Quality	.449	.057	.583	7.890	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel 14 nilai t hitung untuk variabel independen yaitu:

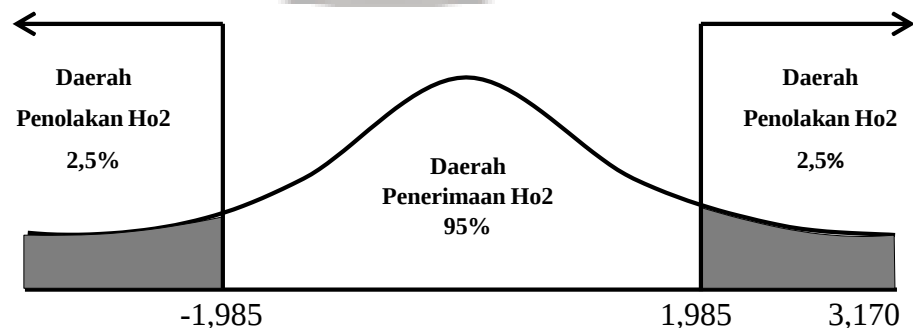
- 1) Berdasarkan tabel 14 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel *System Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar $0,026 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,267 > t$ tabel 1,985, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *System Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan. Berikut ini gambar keputusan uji hipotesis dua arah dari pengaruh *System Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:



Gambar 2. Daerah Penolakan H01 dan Penerimaan Ha1

Berdasarkan dengan gambar 3 nilai t hitung 2,267 ($2,267 > 1,985$) dan nilai signifikan ($0,026 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kesimpulannya *System Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

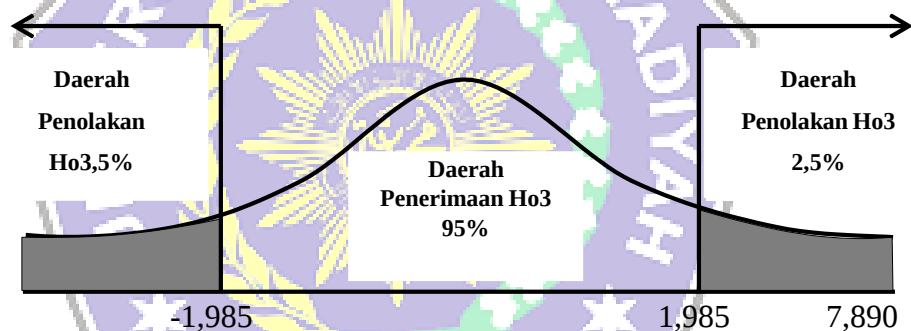
- 2) Berdasarkan tabel 14 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel *Information Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,170 > t$ tabel 1,985, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Information Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan. Berikut ini gambar keputusan uji hipotesis dua arah dari pengaruh *Information Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:



Gambar 3. Daerah Penolakan H02 dan Penerimaan Ha2

Berdasarkan dengan gambar 2 nilai t hitung 3,170 ($3,170 > 1,985$) dan nilai signifikan ($0,002 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka kesimpulannya bahwa *Information Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

- 3) Berdasarkan tabel 14 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,890 > t$ tabel 1,985, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan. Berikut ini gambar keputusan uji hipotesis dua arah dari pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:



Gambar 4. Daerah Penolakan H_0 dan Penerimaan H_a

Berdasarkan dengan gambar 5 nilai t hitung 7,890 ($7,890 > 1,985$) dan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat disimpulkan *Service Quality* berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

b. Uji F

Sugiyono (2017), menyatakan bahwa “uji F (uji simultan)” digunakan “untuk menguji tingkat pengaruh variabel independen yang di

masukam dengam model regresi terhadap variabel dependen secara simultan”. Dengan ketentuan jika nilai probabilitas signififikasi < 0.05 , maka variabel independen (X) secara simultan mempengaruhi variabel dependen (Y). Untuk menarik kesimpulan ada tidaknya pengaruh variabel bebas (X) secara serempak/bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat (Y) adalah dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

- 1) Jika signififikasi $F < 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Hal ini berarti, secara simultan ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).
- 2) Jika signififikasi $F > 0,05$ atau $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan hipotesisi alternatif ditolak. Hal ini berarti, secara simultan tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Langkah perhitungan pada tabel berikut bersumber dari data kuisioner dengan ditentukannya besaran nilai uji F dapat dilihat pada tabel Anova dengan analisis SPSS 25.00 diperoleh sebagai berikut :

Tabel 15. Hasil Uji F

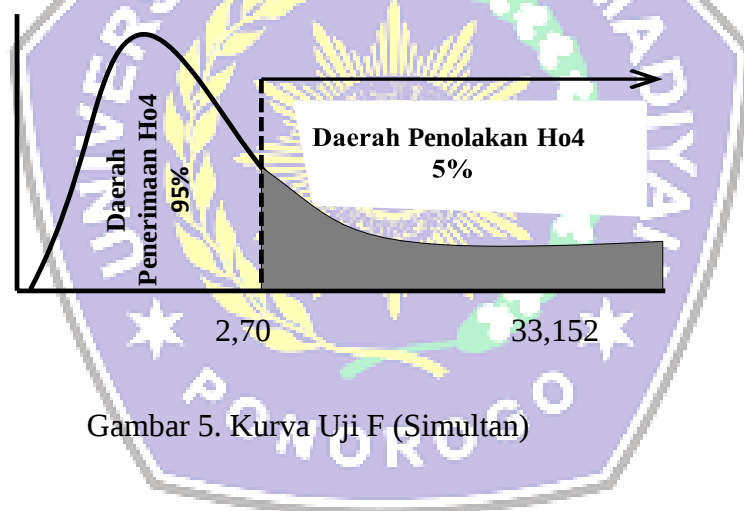
ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	154.261	3	51.420	33.152	.000 ^b
Residual	142.697	92	1.551		
Total	296.958	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Service Quality, System Quality, Information Quality

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 25.00, 2024

Berdasarkan tabel 15 diketahui bahwa koefisien uji F diperoleh sebesar 33,887 Nilai f tabel dengan tingkat signifikan atau $\alpha = 0,05$ dan $df = (4-1);(96-4) = 3:92$ sebesar 2,70. Perhitungan tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $33,152 > f$ tabel 2,70 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Gambar 6 dibawah ini merupakan Kurva Uji F yang menjelaskan penolakan H_0 dan penerimaan H_0 diantaranya sebagai berikut :



Gambar 5. Kurva Uji F (Simultan)

Berdasarkan gambar 6 diatas terlihat F hitung berada di daerah arsir positif dengan nilai 33,152 sedangkan F tabel sebesar 2,70 yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya variabel *CusSystem Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan.

B. Pembahasan

1. Pembahasan Hasil Analisis

Pembahasan hasil analisis merupakan uraian secara deskriptif tentang hasil penelitian dari data yang sudah diperoleh. Adapun hal-hal yang dibahas mengenai *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil yang dianalisis menggunakan program SPSS 25.00 dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

a. Pengaruh *System Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo

Berdasarkan hasil pengolahan untuk uji hipotesis 1 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel *System Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar $0,026 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,267 > t$ tabel 1,985, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *System Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan.

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa *system quality* adalah persepsi kemudahan yang menyangkut tingkat kemudahan teknologi komputer untuk dipahami dan digunakan. *System quality* mencerminkan kemampuan *website* untuk digunakan berdasarkan tujuan pengguna, ketersediaan menu-menu navigasi yang memudahkan pengguna untuk melakukan aktivitas *browsing*, keandalan, dan kecepatan waktu *loading* dan waktu *download*. *System quality* biasanya berfokus pada karakteristik kinerja sistem. Dapat disimpulkan bahwa apabila kualitas sistem pada *website* mampu memenuhi harapan pengguna, maka

bisa dijelaskan bahwa kualitas sistem tersebut mampu memenuhi kepuasan pengguna. Artinya semakin baik *system quality* semakin tinggi tingkat kepuasan pada pengguna.

System Quality pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo telah terbentuk dengan baik khususnya pada indikator yang menyatakan “Saya tidak khawatir terhadap keamanan data informasi BRImo” dibuktikan pada indikator tersebut memiliki nilai rata – rata tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu sebesar 4,28. Nasabah pengguna BRImo merasa aman terhadap sistem keamanan dan informasi yang diberikan kepada BRImo, Karena Brimo dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis dalam melindungi data dan transaksi penggunanya. Dengan tingkat keamanan yang baik dan terus ditingkatkan ini akan menjadikan penggunanya merasa aman dan puas terhadap keadaan keamanan yang dimiliki aplikasi BRImo tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Shanaz Amarin & Tri Indra Wijaksana (2021) yang berjudul Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung. menyatakan bahwa *System Quality* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen.

b. Pengaruh *Information Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo

Berdasarkan hasil pengolahan untuk uji hipotesis 2 diketahui nilai nilai signifikansi untuk pengaruh variabel *Information Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,170 > t$ tabel $1,985$, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Information Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan.

Jogiyanto dalam Rachmawati (2019) menyatakan bahwa *information quality* merupakan data yang telah diproses kedalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi sipenerima dan mempunyai nilai nyata serta terasa bagi keputusan saat itu atau keputusan yang akan datang. apabila informasi yang disampaikan semakin lengkap dan mudah dipahami, maka pengguna akan merasakan manfaat yang diberikan dan merasa puas. Kepuasan pengguna dapat terbentuk jika suatu informasi yang disampaikan dapat diperbaharui, terjadi secara konsisten, akurasi yang tinggi, serta tepat. Disimpulkan apabila kualitas sistem informasi terus mengalami peningkatan, maka kepuasan pengguna akan mengalami peningkatan pula.

Information Quality pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo telah terbentuk dengan baik khususnya pada indikator yang menyatakan “BRImo memberikan informasi yang bermanfaat” dibuktikan pada indikator tersebut memiliki nilai rata – rata tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu sebesar $4,28$. Nasabah BRImo merasa bahwa

aplikasi BRImo memberikam informasi yang relevan. Relevansi informasi disini merupakan kesesuaian isi bahasan (informasi) dengan apa yang sedang dibutuhkan oleh pengguna. Informasi dikatakan relevan apabila informasi tersebut bermanfaat atau tepat sasaran bagi sang penerima informasi. Sehingga dengan adanya informasi yang relevan ini nasabah BRImo merasa puas terhadap sistim informasi yang diberikan kepadanya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Clara Airina Inggit & Tri Indra Wijaksana (2013) yang berjudul Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna LinkAja menyatakan bahwa *Information Quality* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

c. Pengaruh *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo

Berdasarkan hasil pengolahan untuk uji hipotesis 3 diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh variabel *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,890 > t$ tabel 1,985, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel *Service Quality* terhadap Kepuasan Pelanggan.

DeLone dan McLean dalam Agustina (2019) menyatakan bahwa *service quality* merupakan kemampuan *website* untuk menyampaikan layanan yang berkualitas kepada pengguna. Kualitas layanan sendiri merupakan keseluruhan dukungan yang disampaikan oleh pemilik atau pengembang *website* kepada pengguna, meliputi pemberian jaminan

keamanan dan kenyamanan, empati, dan ketanggapan *website* dalam memenuhi harapan pengguna. Kualitas layanan yang baik akan membuat konsumen senang dan merasa terbantu dengan pelayanan yang diberikan. Kualitas layanan adalah solusi untuk memenuhi keperluan dan kemauan pelanggan dan keakuratan dalam penyampaian agar menyeimbangkan ekspektasi dari pelanggan.

Service Quality pada Nasabah Pengguna BRI^{Mo} di Ponorogo telah terbentuk dengan baik khususnya pada indikator yang menyatakan “BRI memberikan kompensasi atau pengajuan keluhan jika pelayanan BRI^{Mo} kurang memuaskan” dibuktikan pada indikator tersebut memiliki nilai rata – rata tertinggi dibandingkan dengan indikator lainnya yaitu sebesar 4,43. Nasabah Pengguna BRI^{Mo} di Ponorogo merasa puas dengan *Service Quality* yang diberikan BRI^{Mo} disini, disini lain apabila pengguna BRI^{Mo} mendapatkan ketidaksesuaian atau kendala dalam menjalankan aplikasi BRI^{Mo}, pengguna dapat mengajukan pengaduan langsung yang dapat dikirim melalui aplikasi tersebut. Dengan memberikan layanan dalam mengajukan pengaduan ini nasabah merasa lebih mudah dalam menyampaikan kesulitan atau kendala yang sedang dialaminya.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Kusu Annisa Asri Imana (2021) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi ISD menyatakan bahwa *Service Quality* berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

d. Pengaruh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRImo di Ponorogo

Hasil uji F menunjukkan bahwa nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $33,152 > f$ tabel $2,70$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan.

Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini diketahui memiliki nilai *R Square* sebesar $0,519$. Nilai tersebut merupakan presentase sumbangan variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai dari *R Square* tersebut apabila dirubah dalam bentuk persen yaitu sebesar $51,9\%$. Presentase tersebut menjelaskan bahwa variabel *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* mampu memberi sumbangan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan sebesar $51,9\%$ dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian yaitu sebesar $48,1\%$, dengan begitu masih ada peluang variabel diluar penelitian yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Kesimpulan dari hasil penelitian ini adalah apabila semakin baik peran *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* yang diberikan BRImo terhadap penggunanya maka mampu memberikan dampak atau pengaruh yang baik pada tingkat kepuasan pelanggannya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang berkaitan dengan pengaruh *System Quality* (X1), *Information Quality* (X2), dan *Service Quality* (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *System Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo. Dengan *System Quality* yang baik akan memberikan peningkatan yang baik pula terhadap kepuasan pelanggan.
2. Variabel *Information Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo. Dengan *Information Quality* yang baik akan memberikan peningkatan yang baik pula terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Variabel *Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo. Dengan *Service Quality* yang baik akan memberikan peningkatan yang baik pula terhadap Kepuasan Pelanggan.
4. Variabel independen yaitu *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Nasabah Pengguna BRIImo di Ponorogo. semakin baik peran *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* yang

diterapkan pada sebuah perusahaan maka mampu memberikan pengaruh yang baik pada peningkatan Kepuasan Pelanggan.

B. Saran

1. Kepada Aplikasi BRImo untuk lebih meninjau lagi dari segi *System Quality* khususnya pada indikator yang menyatakan “Fitur layanan BRImo mudah dimengerti” karena pada tabel 6 menjelaskan bahwa indikator tersebut memiliki nilai rata-rata 3,86 dan menjadi nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Pentingnya perbaikan model penyajian fitur-fitur agar terkesan baik dan mudah dimengerti penggunaannya.
2. Kepada Aplikasi BRImo untuk lebih meninjau lagi dari segi *Information Quality* khususnya pada indikator yang menyatakan “BRImo menyediakan informasi yang memenuhi kebutuhan konsumen” karena pada tabel 7 menjelaskan bahwa indikator tersebut memiliki nilai rata-rata 4,14 dan menjadi nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Pentingnya penyediaan informasi yang memiliki bobot atau manfaat tinggi agar pengguna merasa harapannya terpenuhi.
3. Kepada Aplikasi BRImo untuk lebih meninjau lagi dari segi *Service Quality* khususnya pada indikator yang menyatakan “BRImo memberikan fitur layanan yang dapat diandalkan” karena pada tabel 8 menjelaskan bahwa indikator tersebut memiliki nilai rata-rata 3,65 dan menjadi nilai rata-rata terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Perlu ada perbaikan lagi dalam kualitas pelayanan, karena kepuasan pelanggan juga dipengaruhi dari

segi bgaimana sebuah perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaiknya terhadap pelanggannya.

4. Kepada peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti khususnya pada variabel *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality* dan Kepuasan Pelanggan diharapkan untuk lebih mengembangkan lagi penelitian ini dengan menggunakan uji variabel yang lebih banyak agar hasil penelitian yang dilakukan lebih teruji permasalahannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, N. & Sutinah, E. 2019. Model Delone dan McLean Untuk Menguji Kesuksesan Aplikasi Mobile Penerimaan Mahasiswa Baru. *InfoTekJar: Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringan*, 2.
- Amarin, S. & Wijaksana, T. I. 2021. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung. *Business Management Anakysis Journal (BMAJ)*, 4 (1).
- Anggraeni P. & Madiwati P. N. 2016. Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online pada Situs www.traveloka.com. *e-Proceeding of Management*, 3(2).
- Arianto, N. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pengunjung dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2).
- Assauri, S. 2018. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, & Strategi)*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Baskara I. P. & Hariyadi G. T. 2015. Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kualitas Pelayanan dan Persepsi Akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian melalui Situs Jejaring Sosial (*Social Networking Websites*) (Studi Pada Mahasiswa di Kota Semarang). *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro*.
- Fatihudin, D., Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2023). DIGITAL MARKETING, PERGESERAN MULTIFAKTOR PERILAKU KONSUMEN PADA ERA-NEXT NORMAL.
- Fendini, Septiayu, D., Kertahadi, & Riyadi. 2013. Pengaruh Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna (Survei pada karyawan Pengguna Aplikasi Pelayanan Pelanggan Terpusat (AP2T) di PT. PLN (Persero) Area Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2 (1).
- Granita, I. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Informasi, dan Kualitas Sistem Aplikasi Gojek Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Teknologi Informasi (JALTI) Politeknik Praktisi Bandung*, 1(1).

- Hasibuan & Melayu, S. P. 2019. *Manajemen: Dasar, Pengertian, dan Masalah*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haykal, A. P., Febrilia, I., & Monoarfa, T. A. (2023). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Online. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 4(1), 17-35.
- Imana. A. A. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi ISD. *Jurnal Ilmiah KOMPUTASI*, 20 (1).
- Inggit, C. A. & Wijaksan, T. I. 2020. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna LinkAja. *e-Prociding Of Management*, 7 (2).
- Irawan, H. 2021. *Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent: Teori dan Praktik*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2017. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler, P. & Keller, K. L. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke 15. Jakarta: Erlangga
- Manulang & Hutabarat. 2016. *Manajemen Pemasaran daalm Kompetisi Global*. Yogyakarta: Indomedia Pustaka.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen. *Jakarta: Erlangga*, 90, 16-38.
- Nizarudin, A. 2018. Pengaruh System Quality dan Information Quality Mendukung Keberhasilan Implemntasi SIMDA Desa (Studi Kasus pada Desa-Desa di Kabupaten Bangka. *Jurnal Riset Terapan Akuntansi*, 2(1).
- Prawiranata, H., & Rahmawati, D. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Gojek Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 6(4).
- Priyantara, M. P., Indrawati, I., & Djatmiko, T. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (studi Pada Konsumen Lazada Di Indonesia). *eProceedings of Management*, 3(3).

- Rachmawati I. K., Handoko Y., Nuryati F., Wulan M. & Hidayatullah S. 2019. Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan Pelanggan dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian *Online*. *Seminar Nasional Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi – UNMER Malang*.
- Rahmawati, Y. D., & Yuliana, R. (2020). Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan, dan persepsi keamanan terhadap keputusan penggunaan e-wallet pada mahasiswa STIE Bank BPD Jateng. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking*, 2(2), 157-168.
- Romandhon, R., Setiyadi, D., & Efendi, B. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keberhasilan Implementasi Aplikasi Sistem Informasi Manajemen Daerah (SIMDA). *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, 5(1), 107-119.
- Sangadji, E. M. & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Santoso, S. 2015. *Statistika Ekonomi Plus Aplikasi SPSS*. Ponorogo: Umpo Press.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sunyoto, D. 2019. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan ke 3*. Bandung: Alfabeta.
- Suputra, D. H. A. K. (2022). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Layanan Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi PRO Denpasar (Pelayanan Rakyat Online) Di Kota Denpasar (Doctoral dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).
- Terry, G. R. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*, penerjemah J-Smith D.F.M. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Tjiptono, F. 2017. *Strategi Pemasaran Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.
- Utamie, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Online (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Wibowo, W. A. 2013. Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Service Quality terhadap User Satisfaction Website Lion Airlines dan Sriwijaya Airlines. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1-22.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Kuesioner

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Universitas Muhammadiyah Ponorogo :

Nama : Yuyun Mu'alifah

NIM : 18414878

Berkenaan dengan adanya penelitian dalam rangka mencari data untuk menyusun skripsi dengan judul **Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo)**.

Saya memohon kesediaan saudara/i meluangkan waktu sejenak untuk mengisi data kuesioner yang diberikan. Saya berharap Saudara/i dapat memberikan jawaban sesuai kondisi atau keadaan yang sebenarnya. Informasi dan jawaban yang saudara berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam melengkapi penelitian saya. Saya sangat menghargai atas segala waktu dan partisipasi saudara sekalian dalam mengisi kuesioner ini dan saya ucapkan terima kasih atas kerjasamanya.

Hormat saya,

Yuyun Mu'alifah

1. Identitas Responden

- Nama :
- Jenis Kelamin : 1. Laki-laki
2. Perempuan
- Umur : 1. < 20 tahun
2. 21 - 30 tahun
3. 31 - 40 tahun
4. 41 – 50 tahun
5. > 50 tahun
- Pendidikan : 1. SMP
2. SMA
3. Diploma
4. S1
5. S2

2. Memberikan jawaban dari pertanyaan yang tersedia.

Pertanyaan – pertanyaan berikut ini saudara/I di persilahkan untuk memberikan jawaban dengan mengisi tanda centang (✓) pada sekala 1-5 dalam kolom jawaban yang sudah tersedia dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

Kriteria Penilaian:

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Netral	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

KUESIONER

No.	Pertanyaan	Pilihan Pertanyaan				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
*	System Quality (X1) :					
1.	Fitur layanan BRImo mudah dimengerti					
2.	BRImo cepat dalam memproses transaksi					
3.	BRImo dapat memberikan layanan tanpa kesalahan					
4.	BRImo tidak terbatas dalam merespon kebutuhan baru pengguna					
5.	Saya tidak khawatir terhadap keamanan data informasi BRImo					
*	Information Quality (X2)					
1.	BRImo menyediakan informasi yang akurat					
2.	BRImo menyediakan informasi yang mencerminkan keadaan sebenarnya					
3.	BRImo mampu menyajikan informasi yang tepat waktu					
4.	BRImo memberikan informasi yang bermanfaat					
5.	BRImo menyediakan informasi yang memenuhi kebutuhan konsumen					
*	Service Quality (X3)					
1.	BRImo memberikan fitur layanan yang dapat diandalkan					
2.	BRImo memiliki respon <i>loading</i> yang cepat					

3.	BRI memberikan kompensasi atau pengajuan keluhan jika pelayanan BRImo kurang memuaskan					
4.	Respon layanan kontak BRI sangat cepat atas setiap permasalahan layanan BRImo					
5.	BRImo memiliki fitur layanan yang lengkap					
*	Kepuasan Pelanggan (Y)					
1.	Saya merasa puas dengan fitur-fitur yang ada pada aplikasi BRImo					
2.	Saya akan selalu menggunakan aplikasi BRImo					
3.	Saya akan merekomendasikan aplikasi BRImo kepada orang lain					
4.	Fitur-fitur yang ditawarkan aplikasi BRImo telah sesuai dengan harapan saya					
5.	Harapan saya terpenuhi setelah menggunakan BRImo					

Lampiran 2. Tabulasi Data

No ·	System Quality					Information Quality					Service Quality					Kepuasan Pelanggan				
	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X2. 1	X2. 3	X2. 3	X2. 4	X2. 5	X3. 1	X3. 2	X3. 3	X3. 4	X3. 5	Y. 1	Y. 2	Y. 3	Y. 4	Y. 5
1	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4
2	3	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	5	5	3	5	3	4
3	5	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4
5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
6	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
7	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5
8	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	5	4	5	4	4
9	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	3	5	5	4	4	4	4
10	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
12	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4
13	3	4	4	4	4	3	5	5	5	5	3	4	5	5	3	4	5	4	4	5
14	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
15	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
16	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4
18	5	4	4	4	5	3	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
19	4	3	5	4	3	3	3	4	4	3	2	4	5	2	5	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	5	3	5	4	3	4	4	3

21	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	5	5	2	3	4	4	4	4
22	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	5	5	4	5	4	5	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
24	4	5	3	5	5	4	3	3	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
25	3	4	3	4	5	5	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
26	5	4	4	4	5	5	5	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
27	5	4	3	4	4	4	3	5	4	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4
29	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	1	2	4	4	1	4	3	3	2	3
30	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
31	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4
32	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4
33	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
34	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	3	5	5	4	4	4	4
35	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
36	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	1	3	5	1	5	4	4	4	4	3
37	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	3	5	5	4	4	4	5
38	4	5	3	5	3	3	3	3	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
39	3	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	3	5	4	4	4	5	4
40	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4
41	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	5	4	3	4	5	4	4	5	4
42	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
43	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	2	4	4	2	4	5	4	4	4	4
44	3	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4
45	4	4	3	4	3	4	5	5	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3
46	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4

47	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
48	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	3	5	4	4	5	4	3
49	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	2	3	4	2	4	4	4	5	3	4
50	3	4	4	4	3	3	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
51	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	5	3	5	5	4	5	4	4
52	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
53	2	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4
54	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
55	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
56	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4
57	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
58	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	3	4
60	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	5	4	4	2	4
61	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	4	4	4	4
62	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4
63	4	5	4	5	5	4	3	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
64	4	3	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4
65	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
66	5	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
67	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
68	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4
69	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
70	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	3	5	5	4	5	4	4
71	2	3	4	3	5	4	5	5	5	5	3	5	4	3	4	5	5	4	5	5
72	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5

73	5	3	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4
74	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
75	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
76	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4
77	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
78	2	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
79	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5
80	2	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
81	4	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5
82	2	4	1	4	5	5	3	5	5	3	4	3	5	4	5	2	5	5	3	5
83	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5
84	3	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
85	5	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5
86	4	4	5	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4
87	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
88	2	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
89	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5
90	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5	4	2	5	4	5	5	5	5	2	5
91	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4
92	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	2	5	4	5	4	5	5	2	5
93	4	4	5	4	2	2	3	3	4	3	4	5	2	4	2	3	4	5	5	4
94	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	3	4
95	2	3	4	3	5	5	5	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4
96	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5

Lampiran 3. Identitas Responden

No.	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan
1	Perempuan	< 20 Tahun	SMA
2	Perempuan	31 - 40 Tahun	SMA
3	Perempuan	31 - 40 Tahun	Diploma
4	Laki-laki	21 - 30 Tahun	S1
5	Laki-laki	< 20 Tahun	SMA
6	Laki-laki	< 20 Tahun	SMA
7	Laki-laki	> 50 Tahun	S1
8	Perempuan	21 - 30 Tahun	Diploma
9	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1
10	Perempuan	41 - 50 Tahun	SMP
11	Perempuan	21 - 30 Tahun	Diploma
12	Laki-laki	< 20 Tahun	SMA
13	Perempuan	31 - 40 Tahun	SMA
14	Perempuan	31 - 40 Tahun	SMA
15	Laki-laki	> 50 Tahun	S2
16	Laki-laki	> 50 Tahun	SMA
17	Perempuan	21 - 30 Tahun	Diploma
18	Perempuan	31 - 40 Tahun	Diploma
19	Laki-laki	41 - 50 Tahun	SMP
20	Perempuan	41 - 50 Tahun	SMP
21	Perempuan	21 - 30 Tahun	SMA
22	Laki-laki	21 - 30 Tahun	S1
23	Perempuan	< 20 Tahun	SMA
24	Laki-laki	21 - 30 Tahun	S1
25	Perempuan	31 - 40 Tahun	SMA
26	Laki-laki	21 - 30 Tahun	S1
27	Laki-laki	< 20 Tahun	SMA
28	Perempuan	41 - 50 Tahun	S1
29	Perempuan	< 20 Tahun	SMA
30	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1
31	Perempuan	31 - 40 Tahun	Diploma
32	Perempuan	31 - 40 Tahun	S1
33	Laki-laki	41 - 50 Tahun	Diploma
34	Laki-laki	41 - 50 Tahun	SMP
35	Laki-laki	41 - 50 Tahun	S2
36	Laki-laki	21 - 30 Tahun	SMA
37	Laki-laki	21 - 30 Tahun	S1

38	Perempuan	< 20 Tahun	SMA
39	Laki-laki	< 20 Tahun	SMA
40	Perempuan	21 - 30 Tahun	SMA
41	Perempuan	> 50 Tahun	SMP
42	Perempuan	21 - 30 Tahun	SMA
43	Perempuan	21 - 30 Tahun	SMA
44	Laki-laki	21 - 30 Tahun	S1
45	Perempuan	< 20 Tahun	SMA
46	Perempuan	41 - 50 Tahun	S1
47	Perempuan	21 - 30 Tahun	SMA
48	Laki-laki	> 50 Tahun	SMA
49	Perempuan	21 - 30 Tahun	SMA
50	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1
51	Perempuan	31 - 40 Tahun	S1
52	Perempuan	21 - 30 Tahun	Diploma
53	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1
54	Perempuan	41 - 50 Tahun	Diploma
55	Laki-laki	< 20 Tahun	SMA
56	Laki-laki	21 - 30 Tahun	S1
57	Laki-laki	21 - 30 Tahun	SMA
58	Laki-laki	21 - 30 Tahun	S1
59	Perempuan	< 20 Tahun	SMA
60	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1
61	Perempuan	21 - 30 Tahun	Diploma
62	Perempuan	41 - 50 Tahun	S1
63	Laki-laki	21 - 30 Tahun	S1
64	Perempuan	31 - 40 Tahun	S1
65	Laki-laki	< 20 Tahun	SMA
66	Perempuan	> 50 Tahun	SMP
67	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1
68	Laki-laki	31 - 40 Tahun	Diploma
69	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1
70	Perempuan	31 - 40 Tahun	S1
71	Laki-laki	< 20 Tahun	SMA
72	Laki-laki	31 - 40 Tahun	S1
73	Laki-laki	31 - 40 Tahun	S1
74	Perempuan	31 - 40 Tahun	S1
75	Laki-laki	21 - 30 Tahun	S1
76	Perempuan	31 - 40 Tahun	Diploma
77	Perempuan	< 20 Tahun	SMA
78	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1

79	Laki-laki	21 - 30 Tahun	SMA
80	Perempuan	21 - 30 Tahun	SMA
81	Perempuan	41 - 50 Tahun	SMP
82	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1
83	Laki-laki	41 - 50 Tahun	S1
84	Perempuan	21 - 30 Tahun	Diploma
85	Perempuan	> 50 Tahun	S2
86	Perempuan	31 - 40 Tahun	S1
87	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1
88	Laki-laki	31 - 40 Tahun	S1
89	Perempuan	< 20 Tahun	SMA
90	Perempuan	41 - 50 Tahun	S1
91	Perempuan	21 - 30 Tahun	SMA
92	Laki-laki	31 - 40 Tahun	SMA
93	Laki-laki	41 - 50 Tahun	SMP
94	Perempuan	21 - 30 Tahun	S1
95	Perempuan	41 - 50 Tahun	S1
96	Perempuan	31 - 40 Tahun	Diploma



Lampiran 4. Karakteristik Responden

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	36	37.5	37.5	37.5
	Perempuan	60	62.5	62.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 Tahun	16	16.7	16.7	16.7
	21 - 30 Tahun	38	39.6	39.6	56.3
	31 - 40 Tahun	20	20.8	20.8	77.1
	41 - 50 Tahun	15	15.6	15.6	92.7
	> 50 Tahun	7	7.3	7.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	8	8.3	8.3	8.3
	SMA	34	35.4	35.4	43.8
	Diploma	14	14.6	14.6	58.3
	S1	37	38.5	38.5	96.9
	S2	3	3.1	3.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Lampiran 5. Jawaban Responden

System Quality (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	8	8.3	8.3	9.4
	N	20	20.8	20.8	30.2
	S	41	42.7	42.7	72.9
	SS	26	27.1	27.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	15	15.6	15.6	15.6
	S	55	57.3	57.3	72.9
	SS	26	27.1	27.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	1	1.0	1.0	2.1
	N	19	19.8	19.8	21.9
	S	53	55.2	55.2	77.1
	SS	22	22.9	22.9	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	13	13.5	13.5	13.5
	S	56	58.3	58.3	71.9
	SS	27	28.1	28.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	9	9.4	9.4	10.4
	S	48	50.0	50.0	60.4
	SS	38	39.6	39.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Information Quality (X2)**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	14	14.6	14.6	15.6
	S	48	50.0	50.0	65.6
	SS	33	34.4	34.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	15	15.6	15.6	15.6
	S	46	47.9	47.9	63.5
	SS	35	36.5	36.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	14	14.6	14.6	14.6
	S	47	49.0	49.0	63.5
	SS	35	36.5	36.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	3	3.1	3.1	3.1
	S	63	65.6	65.6	68.8
	SS	30	31.3	31.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	16	16.7	16.7	16.7
	S	50	52.1	52.1	68.8
	SS	30	31.3	31.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Service Quality (X3)**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.1	2.1	2.1
	TS	6	6.3	6.3	8.3
	N	25	26.0	26.0	34.4
	S	53	55.2	55.2	89.6
	SS	10	10.4	10.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.2	5.2	5.2
	N	7	7.3	7.3	12.5
	S	48	50.0	50.0	62.5
	SS	36	37.5	37.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	3	3.1	3.1	4.2
	S	45	46.9	46.9	51.0
	SS	47	49.0	49.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.2	4.2	5.2
	N	24	25.0	25.0	30.2
	S	54	56.3	56.3	86.5
	SS	13	13.5	13.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	3	3.1	3.1	4.2
	N	4	4.2	4.2	8.3
	S	44	45.8	45.8	54.2
	SS	44	45.8	45.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Kepuasan Pelanggan (Y)**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	N	2	2.1	2.1	3.1
	S	49	51.0	51.0	54.2
	SS	44	45.8	45.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	4.2	4.2	4.2
	S	67	69.8	69.8	74.0
	SS	25	26.0	26.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Y.3

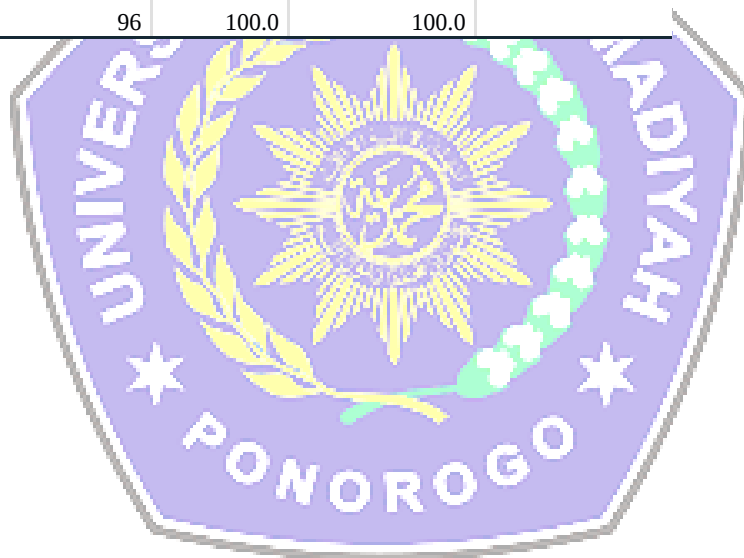
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	1.0	1.0	1.0
	S	41	42.7	42.7	43.8
	SS	54	56.3	56.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	5	5.2	5.2	5.2
	N	6	6.3	6.3	11.5
	S	51	53.1	53.1	64.6
	SS	34	35.4	35.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	5.2	5.2	5.2
	S	64	66.7	66.7	71.9
	SS	27	28.1	28.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	



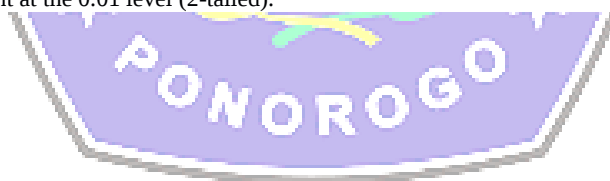
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas

System Quality (X1)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.112	.261*	.192	-.022	.649**
	Sig. (2-tailed)		.279	.010	.062	.831	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.112	1	.048	.834**	-.002	.645**
	Sig. (2-tailed)	.279		.641	.000	.983	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.261*	.048	1	.117	-.050	.526**
	Sig. (2-tailed)	.010	.641		.257	.626	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.4	Pearson Correlation	.192	.834**	.117	1	-.097	.675**
	Sig. (2-tailed)	.062	.000	.257		.347	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X1.5	Pearson Correlation	-.022	-.002	-.050	-.097	1	.272**
	Sig. (2-tailed)	.831	.983	.626	.347		.007
	N	96	96	96	96	96	96
Total_X1	Pearson Correlation	.649**	.645**	.526**	.675**	.272**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.007	
	N	96	96	96	96	96	96

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Information Quality (X2)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.244*	.244*	-.022	.229*	.530**
	Sig. (2-tailed)		.016	.016	.829	.025	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.244*	1	.635**	.070	.938**	.878**
	Sig. (2-tailed)	.016		.000	.500	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.244*	.635**	1	.152	.610**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000		.140	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X2.4	Pearson Correlation	-.022	.070	.152	1	-.028	.282**
	Sig. (2-tailed)	.829	.500	.140		.786	.005
	N	96	96	96	96	96	96
X2.5	Pearson Correlation	.229*	.938**	.610**	-.028	1	.843**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.000	.786		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Total_X2	Pearson Correlation	.530**	.878**	.796**	.282**	.843**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Service Quality (X3)

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.233*	-.032	.792**	.252*	.787**
	Sig. (2-tailed)		.022	.755	.000	.013	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.233*	1	-.050	.109	.099	.486**
	Sig. (2-tailed)	.022		.626	.289	.336	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.3	Pearson Correlation	-.032	-.050	1	-.008	.751**	.493**
	Sig. (2-tailed)	.755	.626		.936	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.4	Pearson Correlation	.792**	.109	-.008	1	-.153	.607**
	Sig. (2-tailed)	.000	.289	.936		.135	.000
	N	96	96	96	96	96	96
X3.5	Pearson Correlation	.252*	.099	.751**	-.153	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.013	.336	.000	.135		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Total_X3	Pearson Correlation	.787**	.486**	.493**	.607**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.114	.236*	.081	.161	.521**
	Sig. (2-tailed)		.269	.021	.435	.117	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.2	Pearson Correlation	.114	1	.176	.136	.865**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.269		.087	.186	.000	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.3	Pearson Correlation	.236*	.176	1	.185	.184	.560**
	Sig. (2-tailed)	.021	.087		.071	.072	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.4	Pearson Correlation	.081	.136	.185	1	.074	.579**
	Sig. (2-tailed)	.435	.186	.071		.476	.000
	N	96	96	96	96	96	96
Y.5	Pearson Correlation	.161	.865**	.184	.074	1	.690**
	Sig. (2-tailed)	.117	.000	.072	.476		.000
	N	96	96	96	96	96	96
Total_Y	Pearson Correlation	.521**	.697**	.560**	.579**	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	96	96	96	96	96	96

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas

System Quality (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.702	6

Information Quality (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.770	6

Service Quality (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.734	6

Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.731	6

Lampiran 8. Hasil Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

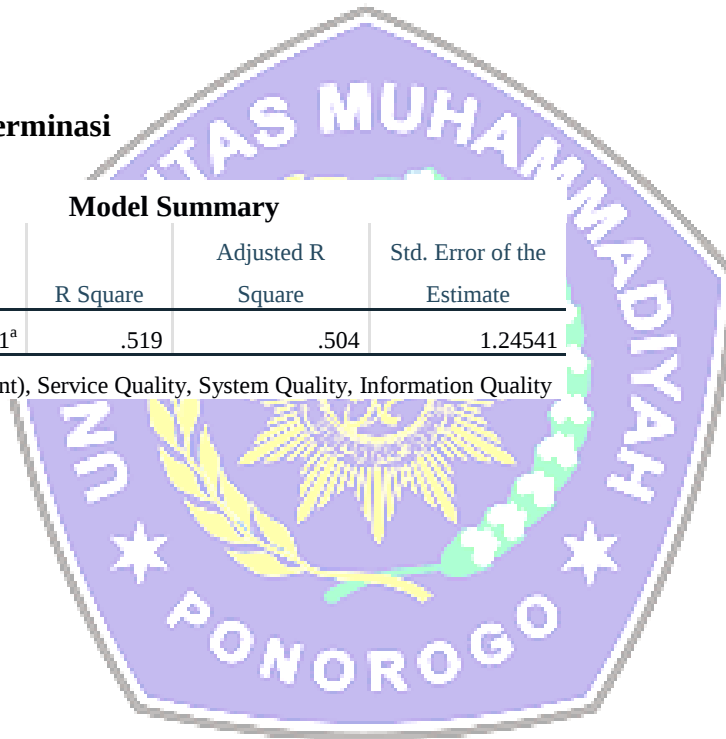
Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.547	1.793		3.094	.003
System Quality	.147	.065	.169	2.267	.026
Information Quality	.186	.059	.237	3.170	.002
Service Quality	.449	.057	.583	7.890	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Koerisiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.721 ^a	.519	.504	1.24541

a. Predictors: (Constant), Service Quality, System Quality, Information Quality



Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis

Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.547	1.793		3.094	.003
System Quality	.147	.065	.169	2.267	.026
Information Quality	.186	.059	.237	3.170	.002
Service Quality	.449	.057	.583	7.890	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	154.261	3	51.420	33.152	.000 ^b
	Residual	142.697	92	1.551		
	Total	296.958	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

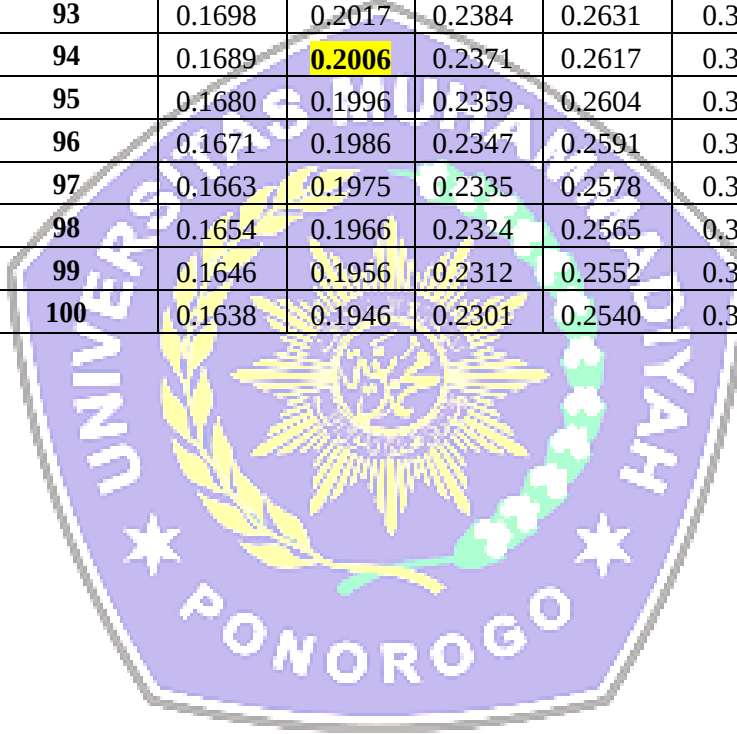
b. Predictors: (Constant), Service Quality, System Quality, Information Quality

Lampiran 10. Distribusi Nilai r Tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066

38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589

80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211



Lampiran 11. Distribusi Nilai t Tabel

Pr Df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710

47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Lampiran 12. Distribusi Nilai F Tabel

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.27	2.22
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.25	2.20
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.24	2.19
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.22	2.18
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.20	2.15
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.19	2.14
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.18	2.13
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.17	2.12
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.16	2.11
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.15	2.11
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.14	2.10
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.13	2.08
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.11	2.06
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06

44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.10	2.05
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05
46	4.05	3.20	2.81	2.57	2.42	2.30	2.22	2.15	2.09	2.04
47	4.05	3.20	2.80	2.57	2.41	2.30	2.21	2.14	2.09	2.04
48	4.04	3.19	2.80	2.57	2.41	2.29	2.21	2.14	2.08	2.03
49	4.04	3.19	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.08	2.03
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.07	2.03
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93

Lampiran 13. Berita Acara



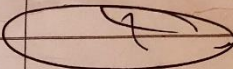
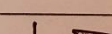
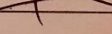
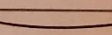
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telp (0352) 481124, Fax. (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website : www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Yuyun Mu'alifah
2. NIM : 18414878
3. Prodi : Ekonomi
4. Bidang : Manajemen
5. Alamat : Ngrukem Mlarak Ponorogo
6. Judul Skripsi : Pengaruh System Quality, Information Quality, dan Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Nasabah Pengguna Brimo di Ponorogo)
7. Masa Pembimbingan : September 2022 s/d Agustus 2023
8. Tanggal Mengajukan Skripsi : 02 Juni 2022
9. Konsultasi :

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
10/7 2023	Proposal Revisi	
	Ditambahkan pendefinisian konsep s. meting - meting part, simmetrika	
	fenomena, perhatikan kalimat tiap	
	paragraf.	
12/10 2023.	Proposal Revisi	
	Ditambahkan bagian pembatasan	
	7P, konsep dan elemen,	
	tambahkan 3 artikel.	
10 th /12/2023	Proposal ACC.	
8/12 2023	Bab 1 2 3 Revisi	

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
28/11 2023	Revisi proposal Kualitatif: Telusuri Sampling, Data,	
8/12 2023	Bab 123 Revisi	
21/12 2023	Bab 2 Revisi; Sumbangkan referensi.	
29/12 2023	Bab 123 ACC.	
14/1 2024	Penulisan Questionnaire.	
1/6	Acc Bab 1-3 + Questionnaire	
27/6 2024	Bab 45 ACC	
31/7 2024	Penyusunan kesimpulan dari tabel 6 → 9.	
	Saran.	
	Acc Bab 1-5	
5/8 2024	Lampiran untuk Skripsi	
	dan Bimbingan Skripsi	

10. Tanggal Cek Plagiasi :

11. Keterangan Bimbingan Telah Selesai :

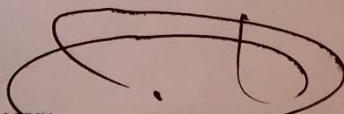
12. Telah Di Evaluasi/Di Uji Dengan Nilai :

5 Agustus 2024

(angka)

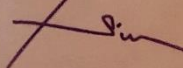
(huruf)

Pembimbing,



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401

Ponorogo, 12 Oktober 2023
Dekan,



Dr. HADI SUMARSONO, M.Si
NIP. 19760508 200501 1 002

Lampiran 14. Dokumentasi



Lampiran 15. Hasil Cek Plagiasi



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO LEMBAGA LAYANAN PERPUSTAKAAN (L2P)

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telp (0352) 481124, Fax. (0352) 461796,
e-mail : akademik@umpo.ac.id Website : www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)
NPP.3502102D2014337

SURAT KETERANGAN HASIL SIMILARITY CHECK KARYA ILMIAH MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

Dengan ini kami nyatakan bahwa karya ilmiah dengan rincian sebagai berikut:

Nama : Yyun Mu'alifah

NIM : 18414878

Prodi : Manajemen

Judul : pengaruh system quality, information quality, dan service quality terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada nasabah pengguna brimo di ponorogo

Dosen pembimbing :

1. Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom
2. Diana Pramudya Wardhani, SE, MM

Telah dilakukan check plagiasi berupa Skripsi di L2P Universitas Muhammadiyah Ponorogo dengan prosentase kesamaan sebesar 28 %

Demikian keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 02-08-2024
Kepala L2P



Ayu Wulansari, S.Kom, M.A
NIK. 197608 11 200111 21

Nb: Dosen pembimbing dimohon untuk mengecek kembali keaslian soft file karya ilmiah yang telah diperiksa melalui Turnitin perpustakaan