

Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna *E-Commerce Bukalapak*

Muhamad Afif¹, R. Amalina Dewi Kumalasari²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, mhmdafif@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, radenamalina@telkomuniversity.ac.id

Abstract

Technology has transformed the consumption patterns of Indonesian society with the emergence of efficient e-commerce platforms like Bukalapak. Despite ranking 4th in visits in 2021, Bukalapak experienced a decline in 2023, unlike other platform trends. This study explores the impact of service quality, system, and information quality on Bukalapak user satisfaction. Respondents are individuals who have transacted on Bukalapak, aged at least 17, with a sample of 150 people. The methodology employs a quantitative explanatory approach, including validity and reliability tests, multiple linear regression, classical assumption tests, hypothesis testing such as t-tests, F-tests, and coefficient of determination (R²). Regression analysis shows the equation $Y = 2354 + 0.257X_1 + 0.072X_2 + 0.336X_3$, with R² indicating service, system, and information quality collectively influence 66.3% of user satisfaction, 33.7% influenced by other factors. Improvement in Bukalapak's service quality is needed by strengthening transaction security, presenting better information, offering promotions, and consistently enhancing system quality to maintain user satisfaction.

Keywords-service quality, system quality, information quality, user satisfaction, Bukalapak

Abstrak

Teknologi telah mengubah pola konsumsi masyarakat Indonesia dengan munculnya e-commerce seperti Bukalapak yang efisien. Meskipun Bukalapak menempati peringkat ke-4 dalam kunjungan pada 2021, namun pada 2023 mengalami penurunan, berbeda dengan tren platform lain. Penelitian ini mengeksplorasi dampak kualitas layanan, sistem, dan informasi terhadap kepuasan pengguna Bukalapak. Responden adalah individu yang pernah bertransaksi di Bukalapak dengan usia minimal 17 tahun, dengan sampel 150 orang. Metodologi menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori, dengan pengujian validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis seperti uji t, uji f, dan koefisien determinasi (R²). Hasil analisis regresi menunjukkan persamaan $Y = 2354 + 0.257X_1 + 0.072X_2 + 0.336X_3$, dengan R² menunjukkan kualitas layanan, sistem, dan informasi secara bersama-sama memengaruhi 66,3% kepuasan pengguna, 33,7% sisanya dipengaruhi faktor lain. Diperlukan peningkatan kualitas layanan Bukalapak dengan memperkuat keamanan transaksi, menyajikan informasi lebih baik, menawarkan promosi, dan konsistensi peningkatan kualitas sistem untuk mempertahankan kepuasan pengguna.

Kata Kunci-kualitas layanan, kualitas sistem, kualitas informasi, kepuasan pengguna, Bukalapak

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Berkembangnya teknologi di Indonesia makin pesat seiring berjalannya waktu, terutama dengan munculnya internet. Internet membawa banyak manfaat bagi penggunanya, sehingga masyarakat mulai mengadopsinya. Perubahan dalam kebutuhan dan keinginan masyarakat tercermin seiring dengan perkembangan zaman, terutama di daerah perkotaan yang semakin padat. Sebagai hasilnya, masyarakat mencari sarana yang efektif untuk memenuhi kebutuhan mereka. Situs belanja online menjadi pilihan untuk banyak individu guna membeli barang yang mereka

perluan. Selain dapat menghemat waktu, biaya dan usaha, belanja online juga memberikan kemudahan serta kenyamanan. Teknologi telah membuat perdagangan menjadi lebih mudah. Konsumen yang sebelumnya berbelanja secara konvensional, kini memiliki banyak pilihan untuk berbelanja secara online melalui *e-commerce*. Kehadiran *e-commerce* telah mengubah kebiasaan pembeli yang sebelumnya hanya berbelanja secara langsung di pusat perbelanjaan, pasar tradisional, atau toko-toko, kini dapat dilakukan dengan mudah dari rumah.

Satu dari platform jual beli online yang sedang mengalami perkembangan di Indonesia ialah Bukalapak.com yang menawarkan peluang bagi siapa pun untuk berjualan secara daring, baik dari konsumen ke konsumen, serta memungkinkan siapa saja untuk membuka toko berbasis internet untuk melayani calon pembeli dari seluruh Indonesia. Pada tahun 2021 dan 2022, Bukalapak menduduki peringkat ke-4 dalam jumlah kunjungan situs *e-commerce*. Namun, pada tahun 2023, kunjungan situs *E-commerce* Bukalapak mengalami penurunan, menyebabkan penurunan peringkatnya menjadi ke-5. Meskipun demikian, Bukalapak masih tertinggal dari pesaingnya dalam industri jual beli online. Bukalapak juga banyak menerima keluhan layanan dalam aplikasi, mulai dari kualitas layanan yang kurang responsif, hingga fungsi aplikasi yang tidak berjalan dengan baik. aplikasi Bukalapak mendapatkan *feedback* mengenai Keluhan terhadap layanan Bukalapak, tidak hanya terjadi di *review* dan *rating* pada aplikasi Bukalapak, tetapi juga ditemukan pada kolom komentar Instagram Bukalapak. Pengguna Bukalapak mengungkapkan masalah terkait aplikasi Bukalapak dan ketidakpuasan terhadap layanan pelanggan Bukalapak dalam kolom komentar Instagram Bukalapak. Data ini didukung oleh informasi dari (infokomputer.grid.id, 2020) yang menyebutkan bahwa Bukalapak adalah salah satu dari dua platform *e-commerce* yang paling banyak menerima keluhan sepanjang tahun 2019. Kedua perusahaan startup tersebut disebut sebagai perusahaan yang menerima jumlah tuntutan paling tinggi dibandingkan dengan platform perdagangan elektronik lainnya dengan keluhan yang berbeda-beda.

Menurut Mahmood, A. (2019), rating tinggi sebuah aplikasi dapat mencerminkan kepuasan pengguna. Untuk meningkatkan kepuasan pengguna Bukalapak, penting untuk memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebagai pengguna Bukalapak. Delone dan McLean (2016) menjelaskan kepuasan pengguna terhadap *e-commerce* bisa diberi dampak beberapa faktor, seperti kualitas layanan, kualitas sistem, serta kualitas informasi. Kualitas layanan, menurut Delone dan McLean (2016), melibatkan dukungan yang diberi kepada pengguna sistem oleh organisasi sistem informasi serta tenaga pendukung TI, seperti responsif, ketepatan, keandalan, keahlian teknis, dan empati staf tenaga pendukung TI. Konsep kualitas pelayanan, menurut Kotler & Keller (2016), mengacu pada penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang mereka terima dibandingkan dengan harapan mereka. Penelitian oleh Tobagus (2018) menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki dampak positif signifikan atas kepuasan pelanggan. Tetapi, menurut Barusman (2019), kualitas layanan tak memiliki pengaruh atas kepuasan pelanggan.

Delone dan McLean (2016) menjelaskan “kualitas sistem mencakup fitur yang diinginkan dari suatu sistem informasi, seperti kemudahan penggunaan, fleksibilitas, keandalan, kemudahan pembelajaran, serta fitur-fitur intuitif, kecanggihan, fleksibilitas, dan waktu tanggapan”. Penelitian yang dilakukan oleh Asyifa (2021) memperlihatkan “ada pengaruh positif langsung dari kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna.” Temuan yang serupa juga diungkapkan oleh penelitian Muharsyah (2021), “yang menunjukkan bahwa kualitas sistem memiliki dampak positif terhadap kepuasan pengguna”. Namun, hasil penelitian oleh Solichin (2019) menunjukkan “bahwa kualitas sistem tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna.” Delone dan McLean (2016) juga memperlihatkan kualitas informasi meliputi fitur sistem yang diinginkan dalam output, seperti laporan manajemen dan halaman web. Menurut Sutabri dalam Rahayu dan Djawoto (2012) menyatakan bahwa kualitas informasi dapat diukur oleh tiga faktor, yakni keakuratan (*accuracy*), ketepatan waktu (*timeliness*), dan relevansi (*relevance*). Faktor-faktor ini penting untuk memastikan bahwa konsumen tidak bingung saat melakukan transaksi. Kualitas informasi juga memainkan peran penting dalam kepuasan pengguna suatu platform *e-commerce*. Hal ini disebabkan oleh kemampuan kualitas informasi dalam meyakinkan pelanggan tentang produk yang dijual.

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna dalam *e-commerce* termasuk kualitas informasi. Delone dan Mclean (2016) menekankan peningkatan kualitas informasi dan sistem dapat meningkatkan kepuasan pengguna serta produktivitas, baik pada tingkat individu maupun organisasi. Ketersediaan informasi juga berpengaruh terhadap pembelian online. Internet memfasilitasi akses informasi melalui fitur peringkat dan ulasan yang memberikan gambaran tentang kualitas dan informasi produk. Akurasi informasi sangat penting bagi konsumen untuk mendapatkan pemahaman yang tepat tentang produk yang mereka minati. Selain itu, informasi yang mutakhir memungkinkan konsumen untuk tetap up-to-date dengan tren produk di pasar. Kualitas informasi mencerminkan persepsi pelanggan atas produk yang ditawarkan suatu situs web. Informasi produk dalam belanja online mencakup atribut produk,

rekomendasi dari konsumen lain, dan evaluasi produk. “Informasi tersebut seharusnya berguna dan relevan dalam menilai kualitas dan kegunaan produk atau layanan” (Mulyadi et al., 2018).

Delone dan McLean (2016) menyebutkan “kepuasan pengguna merupakan hasil dari kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan”. Tingkat kepuasan pengguna cenderung meningkat seiring dengan peningkatan kualitas layanan yang disediakan oleh suatu aplikasi. Kepuasan pengguna tercermin dalam penilaian apakah aplikasi tersebut berhasil memenuhi kebutuhan pengguna. Dengan kata lain, ketika aplikasi mampu memenuhi kebutuhan pengguna, mereka cenderung merasa puas. Oleh karena itu, kepuasan pengguna dianggap sebagai indikator kunci untuk mengevaluasi keberhasilan suatu aplikasi. Pentingnya kepuasan pengguna pada aplikasi Bukalapak sangatlah signifikan. Layanan yang berkualitas penting untuk memenuhi asumsi klien, dan semakin tinggi kualitas yang diberikan kepada klien, semakin banyak manfaat yang diperoleh Bukalapak.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana kualitas layanan, kualitas sistem, kualitas informasi serta kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*?
3. Apakah kualitas sistem berpengaruh secara parsial atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*?
4. Apakah kualitas informasi berpengaruh secara parsial atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*?
5. Apakah kualitas layanan, kualitas sistem dan kualitas informasi berpengaruh secara simultan atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*?

C. Tujuan Penelitian

1. Guna memahami dan menjelaskan kualitas layanan, kualitas sistem, kualitas informasi dan kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*.
2. Guna memahami dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan secara parsial atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*.
3. Guna memahami dan menjelaskan pengaruh kualitas sistem secara parsial atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*.
4. Guna memahami dan menjelaskan pengaruh kualitas informasi secara parsial atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*.
5. Guna memahami dan menjelaskan pengaruh kualitas layanan, kualitas sistem dan kualitas informasi secara simultan atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Pemasaran

Kotler & Armstrong (2018) menggambarkan pemasaran sebagai rangkaian langkah di mana sebuah perusahaan berupaya untuk membangun hubungan yang langgeng dengan pelanggan dengan tujuan menerima nilai dari mereka. Menurut Sumarwan, seperti yang disampaikan oleh Indrasari Meithiana (2019), “pemasaran merupakan suatu proses di mana kebutuhan konsumen diidentifikasi dan barang atau jasa diproduksi sesuai dengan kebutuhan tersebut, sehingga terjadi transaksi atau pertukaran antara produsen dan konsumen.”

B. E-commerce

Menurut Malau dalam Anam (2020), “e-commerce adalah kegiatan penyebaran, pembelian, penjualan, dan pemasaran barang dan jasa yang dilakukan melalui sistem elektronik seperti internet, televisi, WWW, atau jaringan komputer lainnya. E-commerce dapat dipahami dari empat perspektif berikut:

1. Dari perspektif komunikasi, e-commerce melibatkan pengiriman barang, layanan, informasi, atau pembayaran melalui jaringan komputer atau perangkat elektronik lainnya.
2. Dari perspektif proses bisnis, e-commerce merupakan implementasi teknologi dengan tujuan untuk mengotomatisasi transaksi bisnis dan aliran kerja.
3. Dari perspektif layanan, e-commerce dianggap sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan konsumen, perusahaan, dan manajemen dengan mengurangi biaya dan meningkatkan kualitas barang serta kecepatan layanan.

4. Dari perspektif online, e-commerce memiliki kemampuan untuk melakukan pembelian atau penjualan barang secara online atau melalui internet”.

C. Teori Model Kesuksesan Delone dan McLean

DeLone dan McLean (2016) telah mengembangkan model keberhasilan sistem informasi yang menjadi standar dalam mengukur keberhasilan sistem informasi. Mereka merancang model yang disebut “The DeLone and McLean Model Of Information System Success: A Ten-Year Update” setelah melakukan analisis terhadap lebih dari 100 artikel dari jurnal-jurnal sistem informasi terkemuka seperti Information System Research dan Journal of Management Information Systems. Fokus akhir dari pembahasan model D&M ini adalah untuk menjelaskan variabel keberhasilan individu, yaitu “Kualitas Sistem”, “Kualitas Informasi”, “Kualitas Layanan”, dan “Kepuasan Pengguna”. Mereka mendefinisikan variabel ini sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan: ialah tingkat kualitas dukungan yang diberikan kepada pengguna sistem oleh organisasi sistem informasi dan tenaga pendukung TI.
2. Kualitas Sistem: ialah fitur yang diinginkan dari sebuah sistem informasi.
3. Kualitas Informasi: ialah fitur output yang diinginkan dari sistem, termasuk laporan manajemen dan halaman web.
4. Kepuasan Pengguna: ialah tingkat kepuasan pengguna terhadap laporan, situs web, dan layanan pendukung yang mereka terima.

D. Kualitas Layanan

Menurut Urbach dan Mueller dalam Asyifa (2021), kualitas layanan merujuk pada tingkat dukungan yang diberikan kepada pengguna oleh penyedia sistem informasi. DeLone dan McLean dalam Asyifa (2021), menyimpulkan “kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna”. Livari, juga dalam Asyifa (2021), menegaskan “adanya korelasi antara kualitas layanan dan kepuasan pengguna”. Maka dari itu bisa diambil simpulan kualitas layanan ialah tentang kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dan tingkat dukungan yang diterima oleh pengguna dari penyedia sistem informasi. Delone dan McLean, yang disebut pada penelitian oleh Gumelar (2023), kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh aspek ini.

1. Assurance (Jaminan)

Assurance adalah suatu jaminan yang didapatkan user dari penyedia layanan, seperti jaminan akan keamanan data atau informasi user yang terjamin keamanannya.

2. Empathy (Empati)

Empathy adalah suatu kepedulian dari penyedia layanan terhadap user melalui layanan yang disediakan. contohnya seperti user diberi bantuan saat terjadi masalah saat menggunakan layanan yang sediakan sampai masalah itu selesai.

3. Responsiveness (Daya Tanggap)

Responsiveness adalah suatu respon atau daya tanggap penyedia layanan terhadap suatu masalah yang ada pada user, dalam membantu user menyelesaikan suatu masalah dan memberikan pelayanan yang cepat saat dibutuhkan.

E. Kualitas Sistem

DeLone & McLean (2016) Menjelaskan kualitas sistem merujuk pada indikator atau faktor-faktor yang terkait dengan kualitas yang diinginkan dari sistem tersebut dan kemampuan sistem untuk memberikan informasi yang akurat mengenai karakteristik produk. Jogiyanto (2007), kualitas sistem digunakan sebagai ukuran guna mengevaluasi kualitas teknologi dari sistem tersebut. Pendapat yang serupa disampaikan oleh Chen (2010), yang menyatakan kualitas sistem ialah parameter dari pengolahan sistem informasi. Menurut Delone dan McLean dalam Gumelar (2023) variabel kualitas sistem dipengaruhi oleh 5 indikator yaitu:

1. Response Time (Waktu Merespon)

DeLone dan McLean dalam Gumelar (2023), kualitas dari sebuah sistem sangat dipengaruhi oleh aspek ini, yaitu Response Time (Waktu Merespon). Response time adalah waktu yang dibutuhkan suatu sistem dalam menanggapi

permintaan *user* yang mana respon tersebut dimaksudkan adalah pada waktu awal permintaan sampai permintaan selesai dilaksanakan *user*. Respon yang diberi sistem dengan cepat dan baik maka akan mempengaruhi terhadap rasa kepuasan yang dirasakan user atau pengguna.

2. *Reliability* (Keandalan)

Reliability adalah keandalan suatu sistem yang dapat berfungsi dengan baik pada waktu tertentu, sehingga dapat dikatakan bahwa sistem yang baik dan layak itu adalah sistem yang mampu tahan dari suatu sistem ketika sistem tersebut dioperasikan. Selain itu juga dalam artian lain *reliability* diartikan sebagai ukuran seberapa besar sistem tidak mengalami kegagalan, seberapa lama sistem bisa beroperasi di saat tertentu dan seberapa cepat pulihnya sistem apabila kondisi kegagalan pada sistem terjadi.

3. *Ease of use*

Kemudahan pengguna atau *ease of use* memiliki beberapa indikator yang menyatakan memang kemudahan itu bisa dirasakan pengguna atau *user*, yaitu indikator sistem yang mudah dipelajari, sistem mudah digunakan, sistem jelas dan mudah dimengerti serta bisa mempermudah pengguna dalam menambah keterampilan pengguna.

4. *Flexibility*

Fleksibilitas diartikan dalam sistem yang bisa menyesuaikan dengan berbagai kebutuhan pengguna dan menyesuaikan situasi kondisi. Seperti halnya bisa digunakan pada berbagai perangkat seperti smartphone, laptop ataupun di komputer.

5. *Security*

Keamanan sistem atau *security* yang dinyatakan andal apabila data pengguna bisa disimpan oleh suatu sistem informasi sehingga bisa dinyatakan aman.

F. Kualitas Informasi

DeLone & McLean (2016), kualitas informasi mencakup kejelasan dan detail yang disampaikan, yang kemudian memberikan nilai. Ong et al. (2009) menerangkan kualitas informasi bisa diartikan sebagai evaluasi terhadap isi dari suatu sistem informasi. Seddon (1997) menerangkan manfaat yang diperoleh akan memengaruhi persepsi pengguna terhadap layanan informasi. Sementara itu, Negash et al. (2003), kualitas informasi merujuk pada nilai yang diperoleh dari keluaran informasi yang diperoleh suatu sistem.

Menurut DeLone dan McLean dalam Gumelar (2023), kualitas dari sebuah informasi sangat dipengaruhi oleh aspek ini, yaitu:

1. *Completeness* (Kelengkapan)

Completeness adalah kelengkapan informasi pada sebuah sistem, sehingga suatu informasi bisa disebut berkualitas apabila informasi yang diperoleh itu lengkap. Adapun informarmasi yang dinyatakan lengkap apabila bisa mencakup semua kebutuhan dari user atau pengguna.

2. *Ease of understanding* (Kemudahan Pemahaman)

Ease of understanding adalah kemudahan pemahaman suatu informasi yang disajikan oleh sebuah sistem. Kemudahan pemahaman dari isi pada suatu informasi, maka akan meningkatkan kesempurnaan dari segi pemanfaatan informasi yang didapatkan tersebut.

3. *Personalization* (Personalisasi)

Kualitas informasi dalam sebuah konten yang terpersonalisasi atau tampilan yang bisa dipahami dengan baik, lengkap, aman dan saling keterkaitan untuk kebutuhan pengguna. *Personalization* adalah sebuah cara dari sistem untuk memenuhi permintaan dari user dengan cara yang mudah dan efisien. *Relevance* (Relevan)

4. *Relevance* (Relevan)

Kualitas informasi bisa dinyatakan baik apabila relevan atas kebutuhan dari user. Informasi yang dibutuhkan pengguna relevan, tentunya informasi bisa berguna dan menghasilkan tingkat kepuasan pengguna.

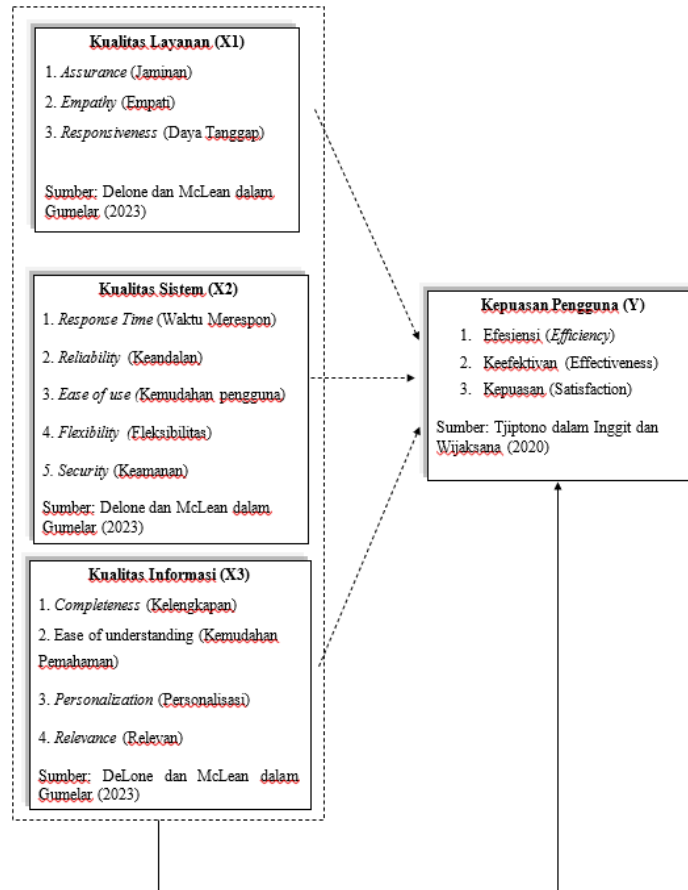
G. Kepuasan Pengguna

Alat yang digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna ialah dengan menilai output atau laporan yang dihasilkan, layanan dukungan penyedia sistem, dan website (Petter, Delone, dan Mclean 2008). Kepuasan pengguna kerap dipakai selaku pengganti guna mengukur seberapa efektif sistem informasi, seperti yang dinyatakan oleh DeLone dan McLean (2016). Menurut Delone dan McLean dalam Karya (2020) “kepuasan pengguna dapat diukur dengan indikator yang terdiri atas:

1. Efisiensi (Efficiency) Kepuasan pengguna bisa dicapai jika sistem informasi membantu pengguna dalam menjalankan tugasnya dengan efisien.
2. Keefektivan (Effectiveness) Keefektivan sistem informasi dalam memenuhi kebutuhan pengguna bisa meningkatkan kepuasan pengguna terhadap sistem tersebut. Keefektivan sistem informasi ini tercermin dari sejauh mana sistem tersebut mampu mencapai tujuan atau kebutuhan pengguna dengan sesuai harapan atau target yang ditentukan.
3. Kepuasan (Satisfaction) Kepuasan pengguna dapat diukur dari tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pengguna dalam menggunakan sistem informasi perpustakaan. Tingkat kepuasan ini tercermin dari fitur-fitur yang disediakan oleh sistem informasi perpustakaan, seperti kualitas sistem dan informasi yang dihasilkan. Kepuasan pengguna mengindikasikan bahwa sistem informasi telah berhasil memenuhi kebutuhan atau aspirasi pengguna dengan baik”.

H. Kerangka Pemikiran

Menurut penelitian yang dilaksanakan Widayat dan Amirullah dalam Syahputri et al. (2023), “kerangka berpikir atau disebut juga sebagai kerangka konseptual adalah suatu model konseptual yang menggambarkan bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang signifikan”. Berdasarkan telaah teori, terbentuklah kerangka pemikiran yang menjelaskan tentang variabel-variabel independen, yaitu (X1) kualitas layanan, (X2) kualitas sistem, dan (X3) kualitas informasi, terhadap variabel dependen (Y) yaitu kepuasan pengguna.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Data Penulis (2023)

I. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan Sugiyono (2017:63), hipotesis ialah jawaban awal atas rumusan masalah penelitian, yang biasanya disajikan dalam bentuk pernyataan atau prediksi yang dapat diuji secara empiris. Dengan mengacu pada kerangka pemikiran sebelumnya, hipotesis yang diajukan pada penelitian ini antaranya:

H₁: Kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*

H₂: Kualitas sistem secara parsial berpengaruh signifikan atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*

H₃: Kualitas informasi secara parsial berpengaruh signifikan atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*

H₄: kualitas layanan, kualitas sistem dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh signifikan atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*

III. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang diterapkan ialah explanatory, yang mempunyai tujuan guna menjelaskan korelasi variabel-variabel dalam fenomena. Metodologi penelitian yang diterapkan ialah kuantitatif, yang mengumpulkan data dalam bentuk angka atau statistik untuk dianalisis secara objektif. Populasi yang diterapkan ialah individu yang pernah menginstal dan melaksanakan transaksi pembelian produk di Bukalapak setidaknya satu kali. Penentuan sampel dilaksanakan memakai non probability sampling dengan metodologi purposive sampling, yang memilih sampel atas dasar karakteristik relevan dengan tujuan penelitian. Dalam hal ini, peneliti memilih sampel berdasarkan kriteria yang sesuai dengan objek penelitian. Penelitian ini menerapkan teknik analisis data regresi linear berganda, yang dipakai guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen (kualitas layanan, kualitas sistem, dan kualitas

informasi) terhadap variabel dependen (kepuasan pengguna) dan arah hubungan antar variabel tersebut dalam konteks penelitian yang dilakukan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Asumsi Klasik

Tabel 1 Uji Asumsi Klasik

Variabel Independen	Uji Normalitas	Uji Multikolinearitas Tolerance	VIF	Uji Heteroskedastisitas
Kualitas Layanan	0,85	0,268	3.728	Titik-titik menyebar secara acak
Kualitas Sistem		0,214	4.662	
Kualitas Informasi		0,313	3.190	

Sumber: Olahan Data Penulis (2023)

Atas dasar perolehan uji asumsi klasik pada tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa data penelitian memenuhi beberapa asumsi:

1. Distribusi normal: Hasil uji menunjukkan signifikansi sebesar $0,174 > 0,05$, menunjukkan bahwa data penelitian terdistribusi secara normal.
2. Multikolinearitas: Tidak ditemukan gejala multikolinearitas karena nilai tolerance yang diperoleh $> 0,1$ dan nilai VIF kurang dari 10.
3. Heteroskedastisitas: Gejala heteroskedastisitas tidak ditemukan karena hasil uji menunjukkan titik-titik menyebar secara acak.

Maka dari itu bisa diambil simpulan data penelitian memenuhi asumsi-asumsi dasar yang diperlukan untuk analisis regresi linear berganda yang dilakukan.

B. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, data dari kuisioner diberi pada 150 responden pengguna E-commerce Bukalapak Indonesia yang pernah menginstal dan melakukan transaksi pembelian. Berikut adalah perolehan dari variabel yang diamati:

1. Kualitas Layanan: Didapatkan hasil sebesar 80,4%. Persentase ini berada pada kategori “baik” pada garis kontinum penilaian.
2. Kualitas Sistem: Diperoleh hasil sebesar 83,22%. Persentase ini juga berada pada kategori “baik” pada garis kontinum penilaian.
3. Kualitas Informasi: Hasilnya adalah 83,5%. Persentase ini juga masuk dalam kategori “baik” pada garis kontinum penilaian.
4. Kepuasan Pengguna: Diperoleh hasil sebesar 83,9%. Jika persentase ini diukur dalam garis kontinum, juga termasuk dalam kategori “baik”.

Dengan demikian, hasil menunjukkan bahwa berdasarkan penilaian responden, kualitas layanan, kualitas sistem, kualitas informasi, dan kepuasan pengguna pada Bukalapak Indonesia berada pada tingkat yang baik secara umum.

C. Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
Model		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	2.354	.624		3.773	.000
	Kualitas Layanan	.257	.084		3.072	.003
	Kualitas Sistem	.072	.061	.285	1.167	.245
	Kualitas Informasi	.336	.062	.121	5.411	.000
				.464		

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Olahan Data Penulis (2023)

Berdasarkan analisis dari tabel 2, diperoleh hasil koefisien regresi dengan persamaan berikut:

$$Y=2354+0.257X1+0.072X2+0.336X3+e$$

Analisis koefisien regresi:

1. Nilai koefisien regresi X1 sebesar 0.257 bersifat positif, yang berarti variabel X1 mempunyai korelasi searah dengan Y. Artinya, setiap pertambahan satu satuan kualitas layanan (X1) akan meningkatkan kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.257.
2. Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0.072 juga bersifat positif, menunjukkan bahwa variabel X2 mempunyai korelasi searah dengan Y. Dengan demikian, setiap pertambahan satu satuan kualitas sistem (X2) akan meningkatkan kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.072.
3. Koefisien regresi X3 sebesar 0.336 juga bersifat positif, mengindikasikan bahwa variabel X3 mempunyai korelasi searah dengan Y. Oleh karena itu, setiap pertambahan satu satuan kualitas informasi (X3) akan meningkatkan kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.336.

Dengan demikian, interpretasi koefisien regresi memperlihatkan kualitas layanan, kualitas sistem, serta kualitas informasi mempunyai pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna pada platform Bukalapak.

D. Analisis Uji Hipotesis

1. Uji T

Tabel 3 Hasil Uji T

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	2.354	.624		3.773
	Kualitas Layanan	.257	.084	.285	3.072
	Kualitas Sistem	.072	.061	.121	1.167
	Kualitas Informasi	.336	.062	.464	5.411

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Olahan Data Penulis (2023)

Atas dasar tabel 3 yang disajikan:

- a. Variabel kualitas layanan (X1) memiliki t_{hitung} sebesar 3.072 yang lebih besar dari t_{tabel} (1.976), dengan tingkat signifikansi 0.003 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pengguna (Y).
- b. Variabel kualitas sistem (X2) memiliki t_{hitung} sebesar 1.167 yang lebih kecil dari t_{tabel} (1.976), dengan tingkat signifikansi 0.245 yang lebih besar dari 0.05. Oleh karena itu, H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem (X2) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna (Y).
- c. Variabel kualitas informasi (X3) memiliki t_{hitung} sebesar 5.411 yang lebih besar dari t_{tabel} (1.976), dengan tingkat signifikansi 0.000 yang lebih kecil dari 0.05. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari kualitas informasi (X3) terhadap kepuasan pengguna (Y).

Dengan demikian, hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas informasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, sementara kualitas sistem tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

2. Uji F

Tabel 4 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	483.147	3	161.049	95.884	.000 ^b
	Residual	245.226	146	1.680		
	Total	728.373	149			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Kualitas Sistem

Sumber: Olahan Data Penulis (2023)

Pada Tabel 4, nilai F-hitung adalah 95.884 dengan tingkat signifikansi 0.000. Dengan mengacu pada dua kriteria pengambilan keputusan, yaitu F-hitung > F-tabel ($95.884 > 2.67$) dan tingkat signifikansi $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti bahwa secara simultan, kualitas layanan, kualitas sistem, dan kualitas informasi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

3. Koefisien Determinasi

Tabel 5 Hasil Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. Change	F Durbin-Watson
					R Square Change	the R Square Change	df1	df2	
1	.814 ^a	.663	.656	1.296	.663	95.884	3	146	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Kualitas Sistem

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Olahan Data Penulis (2023)

Dari Tabel 5, didapatkan bahwa pengaruh kualitas layanan, kualitas sistem, dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi atau R Square sebesar 0.663. Ini mengindikasikan bahwa variabel independen, yaitu kualitas layanan, kualitas sistem, dan kualitas informasi, secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pengguna sebesar 66.3%. Sementara itu, 33.7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada analisis deskriptif dari kuesioner yang mencakup variabel kualitas layanan, dapat disimpulkan bahwa pengalaman pengguna E-commerce Bukalapak Indonesia dinilai baik, dengan persentase sebesar 80,4%. Analisis hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini diperkuat oleh nilai Thitung yang lebih besar dari Ttabel ($3,072 > 1,976$) dengan tingkat signifikansi 0,003.

Demikian pula, dari analisis deskriptif mengenai variabel kualitas sistem, diperoleh kesimpulan bahwa pengalaman pengguna juga dinilai baik, dengan persentase sebesar 83,22%. Namun, analisis hipotesis parsial menunjukkan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai Thitung yang lebih kecil dari Ttabel ($1,167 < 1,976$) dan tingkat signifikansi 0,245.

Sementara itu, dari analisis deskriptif variabel kualitas informasi, ditemukan bahwa pengalaman pengguna juga dinilai baik, dengan persentase sebesar 83,5%. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai Thitung yang lebih besar dari Ttabel ($5,411 > 1,976$) dan tingkat signifikansi 0,000.

Terakhir, analisis deskriptif mengenai variabel kepuasan pengguna menunjukkan bahwa kepuasan pengguna E-commerce Bukalapak Indonesia dinilai baik, dengan persentase sebesar 83,9%. Uji F simultan menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas sistem, dan kualitas informasi secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan nilai Fhitung yang lebih besar dari Ftabel ($95,884 > 2,67$) dan tingkat signifikansi 0,000.

Dengan demikian, keseluruhan analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kualitas informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna E-commerce Bukalapak Indonesia, sementara kualitas sistem, meskipun dinilai baik, tidak memiliki pengaruh yang signifikan dalam konteks kepuasan pengguna.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Atas dasar perolehan penelitian yang dilaksanakan peneliti pada pengguna Bukalapak di Indonesia tentang Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Sistem dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna *E-commerce Bukalapak*, bisa diambil simpulan antaranya:

1. Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*. Ini menunjukkan makin baik Kualitas Layanan Bukalapak, makin meningkat kepuasan penggunanya.
2. Kualitas sistem tak berpengaruh atas kepuasan pengguna Bukalapak. Ini mengartikan kualitas sistem yang disajikan Bukalapak tidak memengaruhi tingkat kepuasan pengguna Bukalapak
3. Kualitas informasi berpengaruh positif signifikan atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak*. Ini menunjukkan makin baik kualitas informasi yang disajikan Bukalapak, semakin meningkat kepuasan penggunanya. ualitas layanan, kualitas sistem dan kualitas informasi berpengaruh positif signifikan atas kepuasan pengguna *E-commerce Bukalapak* sebesar 66,3% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
4. Kualitas layanan, kualitas sistem dan kualitas informasi secara simultan berpengaruh signifikan atas kepuasan pengguna *e-commerce Bukalapak*
5. Kualitas layanan, kualitas sistem dan kualitas informasi berpengaruh positif signifikan atas kepuasan pengguna *e-commerce Bukalapak* sebesar 66,3% dan sisanya dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Dari rangkuman perolehan penelitian, peneliti merekomendasikan beberapa saran untuk perusahaan dan studi masa depan yang dapat menjadi bahan pertimbangan lebih lanjut. Berikut ini adalah beberapa rekomendasi yang diajukan:

1. Saran Bagi Perusahaan

Atas dasar perolehan penelitian, pembahasan, serta kesimpulan, penulis ingin menyampaikan beberapa saran sebagai masukan serta pertimbangan guna perbaikan perusahaan dari kekurangan yang telah diidentifikasi:

- a. Dengan diterimanya tiga hipotesis yaitu pengaruh kualitas layanan secara parsial, kualitas informasi secara parsial dan pengaruh keseluruhan variabel independent secara simultan atas variabel dependen yakni variabel kepuasan pengguna dari empat hipotesis yang diajukan serta ditolakny satu hipotesis yakni pengaruh kualitas sistem atas kepuasan pengguna mengartikan kualitas sistem bukanlah faktor penting yang memengaruhi kepuasan responden dalam menggunakan *e-commerce*. Sebaliknya, kepuasan lebih dipengaruhi oleh kualitas informasi yang mudah diperoleh, informasi yang sudah sesuai dengan kebutuhan dan kualitas layanan yang disediakan oleh platform tersebut. Karena hipotesis ke empat merupakan pengaruh semua variabel bebas secara simultan terbukti memberi pengaruh atas kepuasan pengguna.
- b. Berdasarkan temuan dari penelitian ini, ditemukan bahwa mayoritas pengguna Bukalapak adalah wanita. Oleh karena itu, strategi untuk menarik perhatian pelanggan dapat difokuskan pada promosi kategori produk yang umumnya diminati oleh wanita. Meskipun demikian, upaya untuk menarik minat pengguna pria juga tetap penting dan perlu diperhatikan. Meskipun wanita menjadi mayoritas pengguna, strategi pemasaran yang inklusif dan menarik bagi semua jenis pelanggan akan membantu mencapai kesuksesan yang lebih besar.
- c. Berdasarkan tanggapan terendah dari pengguna Bukalapak dalam pernyataan “saya merasa aman ketika bertransaksi di Bukalapak” maka Bukalapak dimaknai dengan kualitas layanan Bukalapak belum lebih aman dari pesaing, maka saran peneliti adalah sebaiknya Bukalapak semakin meningkatkan kemananan transaksi pelanggan. Sebab Bukalapak adalah salah satu platform yang memiliki layanan pelanggan dengan cukup baik.

2. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Atas dasar perolehan penelitian, penulis ingin mengusulkan saran untuk penelitian selanjutnya:

- a. Menyelidiki perusahaan sejenis sebagai obyek penelitian, hingga perolehannya bisa dijadikan sebagai pembandingan yang lebih komprehensif.
- b. Mengeksplorasi faktor-faktor di luar variabel yang diteliti oleh peneliti, seperti *brand experience*, *web quality* dan lain-lain, yang dapat memiliki dampak signifikan pada kepuasan pengguna.

REFERENSI

Mahmood, A. (2019). Identifying the influence of various factor of apps on google play apps ratings. *Journal of Data, Information and Management*, 2(1), 15–23. doi:10.1007/s42488-019-00015-w

DeLone, W., & McLean, E. (2016). The DeLone and McLean Model of Information System Success: A Ten Year Update. *Managemen Information System*. New York: M.E. Sharpe Inc.

Kotler, P. & Keller, K.L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. New Jersey: Prentice Hall.

Tobagus, A. (2018). Pengaruh e-service quality terhadap e-satisfaction pada pengguna di situs Tokopedia. *AGORA*, 6(1), 1-10. Retrieved from <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6459>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (17th ed.)*. Pearson education.

Indrasari Meithiana. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. Unitomo Pass

Anam, F. H., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh E-service Quality Pada Kepuasan Pelanggan Tokopedia Studi Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *eProceedings of Management*, 7(3).

Asyifa, N. N. (2021). PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS INFORMASI, KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA SISTEM INFORMASI AKADEMIK MAHASISWA (SIAM) UNIVERSITAS BRAWIJAYA. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 9(2).

GUMELAR, W. A. T. (2023). Pengukuran Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Fintech XYZ di Jawa Barat Serta Perancangan Pembuatan Prototipe Perbaikan