

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. STUDI SEBELUMNYA

Penelitian yang dilakukan oleh Patmalasari dan Indriyanti[8] berfokus pada evaluasi layanan pada sebuah aplikasi, khususnya aplikasi MyTelkomsel. Tujuan dari studi ini adalah untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi tersebut. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah UTAUT (*Unified Teory of Acceptance and Use of Technology*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa aplikasi MyTelkomsel hanya berhasil memenuhi variable *Social Influence*, sementara untuk variable *Perfomance Expectacy*, *Effort Expectacy*, dan *Facilitating Conditions* tingkat kepuasan pengguna tidak terpenuhi.

Penelitian yang dilakukan oleh Nilwanda dkk[9] bertujuan untuk menganalisis kesuksesan aplikasi Google Meet sebagai media pembelajaran. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah ISSM (*Information System Success Model*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, aplikasi Google Meet sudah baik digunakan untuk media pembelajaran daring, dan variabel yang digunakan untuk pengukuran saling mempengaruhi satu sama lain, agar dapat tepat sasaran dan tersampaikan kepada para segmen pasarnya.

Penelitian yang dilakukan oleh Azzahrah dan Amelia[10] mengevaluasi kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi *Maxim Mobile*. Tujuan utama studi ini adalah untuk menguji pengaruh *service quality* terhadap kepuasan pelanggan menggunakan metode *SERVQUAL*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Realibilty* (X1), variabel *Responsiveness* (X2), variable *Assurances* (X3), variabel *Emphaty* (X4), dan variabel *Tangibles* (X5) memiliki pengaruh positif meskipun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun, analisis simultan menunjukkan bahwa kelima variabel tersebut berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim dengan hasil 51%.

Penelitian yang dilakukan oleh Anastasya dkk[11] bertujuan untuk mengevaluasi kualitas layanan dan mengetahui pengaruh kualitas layanan aplikasi *Mobile JKN* dengan menggunakan metode *E-Servqual*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari tujuh variabel *E-Servqual*, terdapat empat variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel *Efficiency*, *Fulfillment*, *Privacy*, dan *Contact*. Sementara itu, variabel *Reliability*, *Responsiveness*, dan *Compensation* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Penelitian yang dilakukan oleh Rizki dkk[12], bertujuan untuk melihat kepuasan mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi terhadap pelayanan *online* akademik dan atribut layanan apa yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan. Penelitian ini menggunakan analisis model Kano. Dari hasil analisis kano menunjukkan 20 atribut layanan dengan 5 dimensi kualitas layanan belum dapat memuaskan para mahasiswa FST. Maka diperlukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak Akademik FST dalam upaya rekomendasi perbaikan yang cocok terhadap pelayanan.

Tabel 2. 1 Studi Sebelumnya

No	Nama Peneliti	Tahun Penelitian	Metode	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Patmalasari dan Indriyanti	2021	UTAUT (<i>Unified Theory Of Acceptance and Use Of Technology</i>)	Untuk mengukur tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi tersebut.	Aplikasi MyTelkomsel hanya berhasil memenuhi variabel <i>Social Influence</i> , sementara untuk variable <i>Perfomance Expectacy</i> , <i>Effort Expectacy</i> , dan <i>Facilitating Conditions</i> tingkat kepuasan pengguna tidak terpenuhi.
2.	Nilwanda dkk	2022	ISSM (<i>Information System Success Model</i>)	Untuk menganalisis kesuksesan aplikasi Google Meet sebagai media pembelajaran.	Aplikasi Google Meet sudah baik digunakan untuk media pembelajaran daring, dan variabel yan digunakan untuk pengukuran saling memperngaruhi satu sama lain, agar dapat tepat sasaran dan tersampaikan kepada para segmen pasarnya.

3.	Azzahrah dan Amelia	2021	SERVQUAL	Untuk menguji pengaruh <i>service quality</i> terhadap kepuasan pelanggan	Variabel <i>Realibilty</i> (X1), variabel <i>Respinsiveness</i> (X2), variabel <i>Assurances</i> (X3), variabel <i>Emphaty</i> (X4), dan variabel <i>Tangibles</i> (X5) memiliki pengaruh positif meskipun tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Namun, analisis simultan menunjukkan bahwa kelima variabel tersebut berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna aplikasi Maxim dengan hasil 51%.
4.	Anastasya dkk	2024	SERVQUAL	Untuk mengevaluasi kualitas layanan dan mengetahui pengaruh kualitas layanan aplikasi <i>Mobile JKN</i> .	Tujuh variabel <i>E-Servqual</i> , terdapat empat variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu variabel <i>Efficiency</i> , <i>Fulfillment</i> , <i>Privacy</i> , dan <i>Contact</i> . Sementara itu, variabel <i>Reliability</i> , <i>Responsiveness</i> , dan <i>Compensation</i> tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna.

5.	Rizki dkk	2021	Model Kano	Untuk melihat kepuasan mahasiswa Fakultas Sains dan Teknologi terhadap pelayanan online akademik dan atribut layanan apa yang perlu mendapatkan prioritas perbaikan	20 atribut layanan dengan 5 dimensi kualitas layanan belum dapat memuaskan para mahasiswa FST. Maka diperlukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak Akademik FST dalam upaya rekomendasi perbaikan yang cocok terhadap pelayanan.
----	-----------	------	------------	--	---

2.2. DASAR TEORI

2.2.1. SISTEM INFORMASI

Pada era digital saat ini, penggunaan sebuah sistem informasi merupakan hal penting untuk berbagai aspek kehidupan, baik dalam dunia bisnis, pemerintahan, bahkan setiap individu. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Rizqya[13], sistem informasi merupakan sekumpulan sistem yang terintegrasi dan saling terkait antar satu sama lain, dan memiliki fungsi untuk memproses data menjadi sebuah informasi yang memiliki makna. Sistem informasi merupakan sistem yang berfungsi untuk mengumpulkan, mengelola, menyimpan, serta mendistribusikan informasi di dalam suatu organisasi. Sistem informasi bertujuan untuk mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi yang relevan guna meningkatkan efisiensi dan efektivitas. Komponen dalam sistem informasi yaitu perangkat keras, perangkat lunak, jaringan data, orang, dan prosedur penggunaan[14].

Perangkat keras mencakup seluruh perangkat fisik yang dapat digunakan dalam sistem. Sedangkan perangkat lunak adalah sebuah program yang menjalankan fungsi tertentu. Data merupakan bahan mentah yang dapat diolah menjadi sebuah informasi. Selain itu, orang-orang yang terlibat dalam sistem informasi, baik sebagai pengelola dan pengguna, memainkan peran penting dalam keberhasilan sistem. Dengan demikian, sebuah sistem informasi tidak hanya berfokus pada teknologi, tetapi juga ada interaksi manusia dan proses yang mendukung pengambilan keputusan yang efektif dalam organisasi.

2.2.2. KEPUASAN PENGGUNA

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ari dan Hanum[15], kepuasan pengguna merupakan sebuah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan para pengguna setelah membandingkan antara harapan awal terhadap layanan dengan kenyataan atau pengalaman yang sebenarnya diterima. Artinya, jika sistem mampu memberikan pengalaman yang sejalan atau bahkan melebihi ekspektasi dari pengguna, maka akan menimbulkan

perasaan puas. Namun, apabila hasilnya lebih rendah dari yang diharapkan, pengguna akan mengalami kekecewaan, Kepuasan pengguna merupakan aspek yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan suatu sistem informasi atau layanan digital. Kepuasan tidak hanya dilihat dari hasil akhir dalam penggunaan sebuah sistem, tetapi juga mencerminkan persepsi pengguna terhadap proses, manfaat, serta pengalaman yang diperoleh selama menggunakan sistem.

Kepuasan pengguna dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti, kemudahan dalam penggunaan, keandalan sistem, kecepatan akses, keamanan data, serta kualitas layanan pendukung. Oleh karena itu, pengukuran kepuasan pengguna menjadi hal penting untuk dilakukan agar mengetahui apakah sistem yang telah dibangun benar-benar mampu menjawab kebutuhan dan ekspektasi pengguna. Selain itu, tingkat kepuasan pengguna memiliki peran dalam membentuk loyalitas serta keinginan untuk terus menggunakan sistem yang sama di masa mendatang[16].

2.2.3. MOBILE BANKING

Mobile banking merupakan layanan perbankan yang memungkinkan nasabah untuk melakukan transaksi keuangan melalui perangkat *mobile*. Dalam beberapa tahun terakhir, teknologi ini mengalami pertumbuhan pesat karena kemudahan, kenyamanan, dan aksesibilitas yang ditawarkan[17]. Selain itu, faktor seperti kecepatan proses, biaya yang lebih efisien dibandingkan metode konvensional, serta fleksibilitas dalam penggunaannya turut mendorong adopsi layanan ini. Keunggulan *mobile banking* terletak pada kemampuannya untuk memungkinkan nasabah bertransaksi kapan saja dan di mana saja tanpa adanya batasan waktu[18]. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur yang mempermudah aktivitas finansial, termasuk transfer dana, pembayaran tagihan, serta pengecekan saldo.

2.2.4. Information System Success Model

Information Success System Model (ISSM) merupakan kerangka kerja menilai keberhasilan sistem informasi. Model ini pertama kali diperkenalkan oleh DeLone dan McLean pada tahun 1992[19]. Pada tahun 2003 DeLone and Mclean melakukan pengembangan dan perbaikan model kesuksesan ini. Model ini memiliki enam dimensi utama, yaitu Kualitas Informasi (Information Quality), Kualitas Sistem (System Quality), Kualitas Layanan (Service Quality), Penggunaan Sistem (Intention to Use), Kepuasan Pengguna (User Satisfaction) dan Manfaat Bersih (Net Benefit)[20]. Kualitas sistem mengacu pada seberapa efektif sistem informasi beroperasi dan memenuhi kebutuhan pengguna, sedangkan kualitas informasi berhubungan dengan akurasi, relevansi, dan ketepatan waktu data yang disajikan. Kualitas layanan mencakup dukungan yang diberikan kepada pengguna, seperti pelatihan dan bantuan teknis. Penggunaan sistem mengukur sejauh mana sistem informasi digunakan oleh pengguna, sementara kepuasan pengguna mencerminkan tingkat kepuasan mereka terhadap sebuah sistem. Kemudian, manfaat bersih mencakup hasil yang diperoleh dari penggunaan sistem informasi, baik dalam untuk individu maupun penyedia layanan.

2.2.5. MODEL KANO

Model Kano dikembangkan oleh Noriaki Kano pada tahun 1984. Model Kano adalah model yang bertujuan untuk mengkategorikan atribut-atribut dari produk maupun jasa berdasarkan seberapa baik produk tersebut mampu memuaskan kebutuhan pelanggan[21]. Model Kano membagi atribut produk atau layanan menjadi beberapa kategori utama.



[22]

Gambar 2. 1 Diagram Model Kano

Berikut interpretasi dari kategori Kano:

1. Kategori *Basics Needs (Must Be / M)*, kategori ini kebutuhan yang dianggap wajib oleh pelanggan. Jika kebutuhan ini tidak terpenuhi pelanggan akan merasa sangat tidak puas. Namun jika kebutuhan ini terpenuhi, pelanggan tidak akan merasa puas karena secara khusus, mereka menganggapnya sebagai hal yang wajib untuk ada.
2. Kategori *One Dimensional (Performance Needs / O)*, kebutuhan ini berkaitan dengan fitur yang secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin baik kebutuhan ini dipenuhi, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan.
3. Kategori *Attractive (Excitement Needs / A)*, kebutuhan yang tidak diharapkan oleh pelanggan, tetapi jika terpenuhi dapat memberikan kepuasan yang tinggi. Kebutuhan ini sering kali menjadi faktor pembeda yang membuat produk atau layanan lebih menarik.
4. Kategori *Indifferent (I)*, kebutuhan ini tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan, baik jika terpenuhi maupun tidak. Pelanggan tidak peduli terhadap atribut ini.
5. Kategori *Reverse Needs (R)*, atribut yang dapat menyebabkan ketidakpuasan jika ada, tetapi dapat meningkatkan kepuasan jika tidak ada.
6. Kategori *Questionable Needs (Q)*, atribut yang tidak jelas pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan.

Pada Gambar 2.1 diagram model Kano adalah alat visual yang menggambarkan hubungan antara produk atau layanan dan tingkat kepuasan. Sumbu horizontal (X) mewakili berbagai atribut, sementara sumbu vertikal (Y) menunjukkan tingkat kepuasan, dari sangat tidak puas hingga sangat puas. Diagram Kano membantu perusahaan atau penyedia layanan dalam melakukan pengembangan produk, peningkatan layanan, dan riset pasar dengan memberikan panduan visual untuk memahami dan memenuhi harapan pelanggan.

Metode Kano memiliki beberapa tahapan utama untuk memahami dan menganalisis kebutuhan pelanggan[23]. Tahapan tersebut adalah:

a) Identifikasi Kebutuhan Pelanggan

Tahapan ini dilakukan pengumpulan informasi terkait kebutuhan dan harapan pelanggan. Ini dapat dilakukan melalui survey, wawancara, kelompok fokus, ataupun analisis umpan balik pelanggan. Tujuannya untuk mengidentifikasi atribut atau fitur yang dianggap penting oleh pelanggan dan memahami bagaimana pelanggan memandang produk atau layanan yang ada.

b) Pengembangan kuesioner

Tahapan ini merupakan langkah penting dalam mengumpulkan data yang relevan mengenai kebutuhan dan harapan pelanggan. Kuesioner yang dirancang dengan baik akan membantu dalam mengidentifikasi dan mengkategorikan atribut produk atau layanan.

c) Penyebaran kuesioner Kano

Kuesioner yang telah disusun dan dirancang dengan baik akan didistribusikan kepada sejumlah responden untuk mengumpulkan data nilai.

d) Interpretasi dan evaluasi hasil

Sebelum melakukan interpretasi dan evaluasi hasil ada sejumlah langkah yang masih perlu dilakukan yaitu mengklasifikasikan tiap atribut-atribut berdasarkan metode Kano.

Setiap atribut dalam kuesioner akan dilakukan analisis menggunakan metode Kano melalui penerapan tabel evaluasi Kano. Masing-masing atribut

dilengkapi dengan pertanyaan fungsionalitas (positif) dan disfungsionalitas (negatif) sesuai format kuesioner Kano. Pertanyaan fungsionalitas ini menanyakan reaksi pengguna jika fitur atau layanan tersedia atau berfungsi dengan baik. Sedangkan, pertanyaan disfungsionalitas menanyakan reaksi pengguna jika fitur tersebut tidak ada atau tidak berfungsi dengan baik.

Untuk menentukan kategori atribut berdasarkan metode ini, dilakukan klasifikasi dengan menghitung frekuensi responden pada masing-masing dimensi untuk setiap atribut. Dimensi yang memiliki frekuensi tertinggi akan menjadi penentu kategori atribut tersebut[24]. Langkah-langkah untuk mengklasifikasikan atribut berdasarkan model Kano adalah sebagai berikut:

a) Menentukan atribut tiap responden berdasarkan tabel evaluasi

Tabel 2. 2 Tabel Evaluasi Kano

		Disfungsionalitas				
Kebutuhan Konsumen		1.	2.	3.	4.	5.
		Suka	Harap	Netral	Toleransi	Tidak suka
Fungsionalitas	1. Suka	Q	A	A	A	O
	2. Harap	R	I	I	I	M
	3. Netral	R	I	I	I	M
	4. Toleransi	R	I	I	I	M
	5. Tidak suka	R	R	R	R	Q

Dengan keterangan sebagai berikut[19]:

- A (*Attractive* / Menarik)
- M (*Must-be* / Harus ada)
- O (*One-Dimensional* / Satu Dimensi)
- R (*Reverse* / Kebalikan)
- Q (*Questionable* / Diragukan)
- I (*Indifferent* / Biasa saja)

- b) Menghitung jumlah masing-masing kategori Kano dalam tiap atribut
- c) Menentukan kategori Kano untuk tiap atribut dengan menggunakan *Blauth Formula*.
- d) Menentukan tingkat kepuasan dan ketidakpuasan dari hasil perhitungan jumlah kategori setiap atribut diperoleh.

