

# KEPUASAN PELANGGAN APLIKASI DEALJAVA

Themy Lilayana

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: themylilapaul@gmail.com

**Abstrak :** Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan aplikasi Dealjava. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 150 responden yang keseluruhan sampelnya memenuhi syarat yaitu pernah menggunakan aplikasi Dealjava lebih dari satu kali. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan beberapa teknik statistik: statistik uji validitas, statistik uji reliabilitas, dan statistik nilai rata-rata. Proses perhitungan dibantu program aplikasi software IBM SPSS Statistics 19. Secara umum pengguna aplikasi Dealjava merasakan kepuasan yang tinggi pada aspek *information quality*, dan *system quality*, sedangkan pada *service quality* dirasakan kepuasan sedang. Pengguna aplikasi Dealjava berjenis kelamin perempuan memiliki kepuasan yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan laki-laki. Semakin tinggi tingkatan usia pengguna aplikasi, maka kepuasan cenderung semakin menurun. Selain itu pengguna dengan profesi pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa memiliki kepuasan yang tertinggi jika dibandingkan dengan profesi yang lain.

**Kata Kunci—** Kepuasan pelanggan, *information quality*, *system quality*, *service quality*.

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi terjadi sangat cepat dan bertumbuh pesat, khususnya teknologi internet. Data lembaga riset pasar E-Marketer, populasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2014 mencapai 83,7 juta dan jumlah tersebut akan terus meningkat dalam tahun-tahun berikutnya (E-marketer, 2016). pertumbuhan pengguna internet di Indonesia mulai tahun 2013–2018 mengalami jumlah yang terus meningkat dan diprediksikan pada tahun 2018 mencapai 123 juta pengguna. Menurut Monica Peart (analisis senior E-marketer) bahwa pertumbuhan pengguna internet yang pesat tersebut didukung oleh teknologi ponsel dan koneksi *broadband mobile* terjangkau (E-marketer, 2016), artinya ketika teknologi ponsel saja mampu mengakses internet maka pengguna internet akan bertumbuh dengan cepat.

Pengguna internet yang besar tidak hanya mempengaruhi masyarakat sebagai konsumen tetapi juga mempengaruhi para pelaku bisnis untuk memanfaatkan pertumbuhan pengguna internet dengan cara menggunakan dan menerapkan bentuk perdagangan mereka dalam format toko elektronik (*Electronic Store*). Secara garis besar *E-commerce* adalah suatu kegiatan pemasaran, yaitu mempromosikan barang ataupun jasa dengan menggunakan atau dengan dukungan media elektronik misalnya radio, televisi dan internet (Rebecca, 2016). Pelaku bisnis ini diantaranya pelaku bisnis jasa yang berbasis aplikasi program untuk berbagai kepentingan. Salah satu pelaku bisnis jasa berbasis aplikasi ini adalah Dealjava.com.

Kepuasan pelanggan dinilai sangat penting dan menentukan terhadap keberhasilan organisasi. Hal ini bisa dimengerti karena pelanggan yang mendukung operasional perusahaan dan pelanggan akan terus melakukan interaksi dengan perusahaan ketika pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan dan menurut Tarigan (2011), “*It is measured by the perception of the pleasurable fulfillment of needs and wants*”. Maksudnya bahwa kepuasan diukur dari persepsi konsumen atas rasa senang yang diperolehnya karena terpenuhinya kebutuhan dan keinginannya.

Penelitian ini akan dikaji mengenai tingkat kepuasan pelanggan aplikasi Dealjava. Menurut Turban, King, Lee, dan Liang (2010, p. 198) kepuasan pelanggan dalam berbelanja di *onlinestore*

meliputi: *information quality*, *system quality*, *service quality*. Oleh karena itu, penelitian ini ingin mendeskripsikan kepuasan pelanggan aplikasi Dealjava dilihat dari *information quality*, *system quality*, *service quality*.

## Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana kepuasan pelanggan aplikasi Dealjava?

## Landasan Teori

### *E-commerce*

Menurut (Turban et al., 2010, p. 46) *E-commerce* adalah proses membeli, menjual, memindahkan, atau menukar produk, jasa, dan informasi melalui jaringan komputer, yang biasanya berupa *intranet* ataupun internet. *Intranet* adalah jaringan perusahaan atau pemerintahan yang menggunakan *tools* dalam internet, seperti *web*, *browser*, *internet protocol* (Turban et al., 2010, p. 49). *E-commerce* dapat didefinisikan dari beberapa perspektif. Perspektif tersebut antara lain (Turban et al., 2010, p. 46):

1. Proses bisnis
2. Jasa
3. Pembelajaran
4. Kolaborasi
5. Komunitas

*E-commerce* memiliki beberapa manfaat, baik itu organisasi, perusahaan dan masyarakat itu sendiri, berikut beberapa manfaat dari *E-commerce* (Suyanto, 2003, p. 50–51):

#### a. Bagi organisasi pemilik *E-commerce*

1. Memperluas *market place* hingga ke pasar nasional dan internasional.
2. Dengan *capital outlay* yang minim, sebuah perusahaan dapat dengan mudah menemukan lebih banyak pelanggan, *supplier* yang lebih baik dan *partner* bisnis yang paling cocok dari seluruh dunia.
3. *E-commerce* menurunkan biaya pembuatan, pemrosesan, pendistribusian, penyimpanan, dan pencarian informasi yang menggunakan kertas.
4. *E-commerce* mengurangi waktu antara *outlay* modal dan penerimaan produk dan jasa.

#### b. Bagi konsumen

1. *E-commerce* memungkinkan pelanggan untuk berbelanja atau melakukan transaksi selama 24 jam sehari sepanjang tahun dari hampir setiap lokasi.
2. *E-commerce* memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan, mereka bisa memilih berbagai produk dari banyak *vendor*.
3. *E-commerce* menyediakan produk dan jasa yang tidak mahal kepada pelanggan dengan cara mengunjungi banyak tempat dan melakukan perbandingan secara cepat.
4. Pelanggan bisa menerima informasi yang relevan secara detail dalam hitungan detik, bukan lagi hari atau minggu.

#### c. Bagi masyarakat

1. *E-commerce* memungkinkan orang untuk bekerja didalam rumah dan tidak harus keluar rumah untuk berbelanja. Ini berakibat menurunkan arus kepadatan lalu lintas di jalan serta mengurangi polusi udara.
2. *E-commerce* memungkinkan orang di negara-negara dunia ketiga dan wilayah pedesaan untuk menikmati aneka produk dan jasa yang akan susah mereka dapatkan tanpa *E-commerce*.

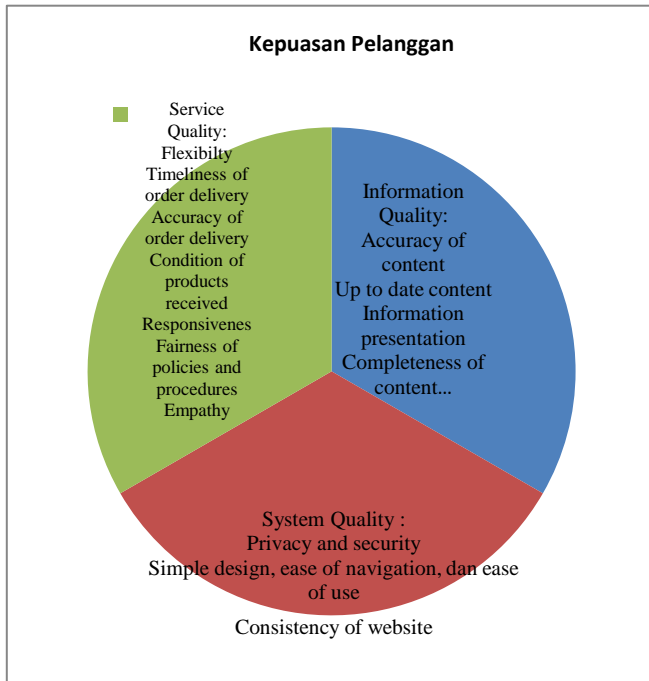
Agar sebuah perdagangan antar pembeli dan penjual dapat dilakukan, maka harus ada satu proses tertentu. Proses transaksi *E-com-*

merce bisa mencakup tahap-tahap sebagai berikut (Suyanto, 2003, p. 46):

1. Show
2. Register
3. Order
4. Payment
5. Verification
6. Deliver

### Kepuasan pelanggan

Menurut (Turban et al., 2010, p. 198) kepuasan pelanggan dalam berbelanja *dionline store* dapat diklasifikasikan sebagai berikut:



## II. METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Rumusan masalah penelitian yang diajukan yaitu mendeskripsikan kepuasan pengguna aplikasi Dealjava, maka jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Menurut Gravetter dan Forzano (2012, p. 597) bahwa jenis penelitian deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan jawaban-jawaban responden penelitian untuk memberikan gambaran mengenai sebuah objek tertentu.

### Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah keseluruhan masyarakat yang pernah menggunakan aplikasi Dealjava. Menurut Gravetter dan Forzano (2012, p. 596) bahwa populasi adalah keseluruhan individu yang menarik untuk diteliti, dan sesuai dengan tema penelitian ini maka populasinya adalah keseluruhan masyarakat yang pernah menggunakan aplikasi Dealjava. Jumlah populasi yang bisa digunakan sebagai acuan adalah jumlah *follower* dari Dealjava di sosial media yaitu Facebook, dan hasil penelusuran pada tanggal 25 September 2017, dan ditemukan jumlah *follower* Dealjava di Facebook adalah sebanyak 1.484 (Facebook Dealjava, 2017).

Penelitian ini tidak bisa melibatkan keseluruhan populasi sebagai responden penelitian, sehingga diperlukan sampel. Menurut Gravetter dan Forzano (2012, p. 598) dijelaskan bahwa sampel dalam penelitian adalah sekelompok individu yang terpilih untuk mewakili populasi. Jumlah sampel ditetapkan dengan menggunakan rumus *slovin*, sebagaimana dinyatakan oleh Budiono (2014) dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Na^2}$$

Keterangan rumus:

- n = Sampel penelitian
- N = Total konsumen (populasi)

a = Margin of error (dipilih 8%)

Rumus di atas digunakan untuk menghitung jumlah sampel penelitian, sehingga ketika populasi penelitian sebanyak 1.484 pengikut Dealjava, maka jumlah sampel dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Na^2} = \frac{1.484}{1 + 1.484 (0,08)^2}$$

$$= 141 \text{ orang}$$

$$= \text{dibulatkan menjadi } 150 \text{ orang}$$

Keseluruhan sampel yang ditetapkan tersebut harus memenuhi persyaratan yaitu pernah menggunakan aplikasi Dealjava lebih dari satu kali.

### Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini instrumen untuk pengumpulan data menggunakan kuesioner penelitian. Angket penelitian berisikan pernyataan-pernyataan yang menjelaskan mengenai: identitas demografis responden (jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan) dan pernyataan-pernyataan mengenai kepuasan pengguna yang dijelaskan dari dimensi *information quality*, *system quality*, dan *service quality*. Angket direncanakan dibagikan secara online.

### Skala Pengukuran Data

Pengukuran variabel penelitian menggunakan skala likert. Skala likert yang digunakan meliputi lima skala, yaitu: sangat tidak setuju (skor 1), tidak setuju (skor 2), netral (skor 3), setuju (skor 4), dan sangat setuju (skor 5). Pemilihan lima skala likert ini untuk memberikan kemudahan bagi responden penelitian untuk menjawab pernyataan-pernyataan dalam angket penelitian.

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} = \frac{5 - 1}{3} = 1,33$$

### Teknik Analisis Data

Dalam analisis data ini digunakan beberapa teknik statistik, meliputi: statistik uji validitas, statistik uji reliabilitas, dan statistik nilai rata-rata. Deskripsi dari setiap teknik analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut:

### Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan statistik korelasi (*pearson correlation*) dengan menjelaskan hubungan tiap indikator dengan total skor setiap pernyataan. Ketentuan pengujian berdasarkan pernyataan Santosa dan Ashari (2005, p. 250) yaitu tingkat signifikansi korelasi setiap pernyataan dengan jumlah totalnya kurang dari 0,05.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan statistik *cronbach alpha* dengan menjelaskan nilai *cronbach alpha* hasil *output reliability scale*. Menurut Santosa dan Ashari (2005, p. 250) bahwa jika nilai *cronbach alpha* di atas 0,60 maka pernyataan dalam angket dinyatakan reliabel.

### Statistik nilai rata-rata

Statistik nilai rata-rata digunakan untuk menjelaskan tinggi rendahnya tingkat kepuasan pengguna aplikasi Dealjava. Semakin tinggi nilai rata-rata berarti semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna aplikasi Dealjava. Rumus nilai rata-rata dinyatakan oleh Moore, McCabe, dan Craig (2009, p. 31) sebagai berikut:

$$\bar{x} = \frac{1}{n} \sum x_i$$

Keterangan rumus:

- $\bar{x}$  = Nilai rata-rata
- n = jumlah pengamatan
- x = skor hasil observasi

Berdasarkan nilai rata-rata tersebut akan dibandingkan untuk memberikan gambaran tinggi rendahnya tingkat kepuasan pengguna aplikasi Dealjava.

### Analisis Tabulasi Silang (Crosstab)

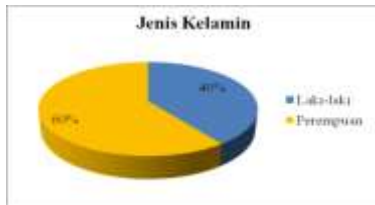
Menurut Sugiyono (2016) analisa *crosstabulation* merupakan analisa dasar untuk hubungan antar variabel kategori nominal atau ordinal. Analisa tabulasi silang merupakan salah satu analisa korelasional yang digunakan untuk melihat hubungan antar variabel yang terdiri dari minimal dua variabel. Analisis ini digunakan untuk mengetahui persentase kecenderungan hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini, analisis tabulasi silang dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS 20.0.

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa setiap pernyataan pada variabel kepuasan yang meliputi kepuasan pada aspek *Information Quality*, *System Quality*, dan *Service Quality* masing-masing menghasilkan nilai signifikansi *r Pearson* di bawah 0,05. Disimpulkan bahwa pernyataan pada variabel kepuasan pengguna aplikasi Dealjava telah memenuhi syarat kemampuan pengukuran atau dengan kata lain dapat dikatakan valid. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* variabel kepuasan pada aspek *Information Quality*, *System Quality*, dan *Service Quality* masing-masing lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dikatakan bahwa angket yang mengukur kepuasan pengguna aplikasi Dealjava dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

### Analisis Deskripsi

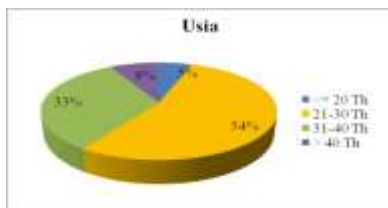
#### Karakteristik Responden



Gambar 4.13 Profil jenis kelamin

Sumber: Lampiran 3

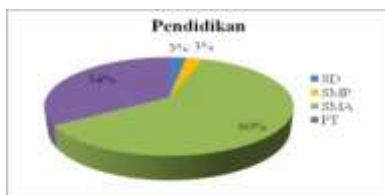
Gambar 4.13 dapat diketahui bahwa responden laki-laki yaitu sebanyak 40%, sedangkan perempuan sebanyak 60%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava yang menjadi sampel penelitian adalah perempuan. Ada beberapa kemungkinan, yang pertama perempuan cenderung suka promo dibandingkan laki-laki. Kedua, produk yang ditawarkan Dealjava lebih banyak untuk kebutuhan perempuan.



Gambar 4.14 Profil usia

Sumber: Lampiran 3

Gambar 4.14 menunjukkan bahwa responden berusia maksimal 20 tahun sebanyak 5%, antara 21–30 tahun sebanyak 54%, antara 31–40 tahun sebanyak 33%, dan di atas 40 tahun yaitu sebanyak 8%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava yang menjadi sampel penelitian berusia antara 21–30 tahun. Umur 21–30 tahun adalah generasi muda yang aktif dan mengikuti perkembangan jaman yang menggunakan aplikasi-aplikasi terbaru di *handphone*.



Gambar 4.15 Profil pendidikan terakhir

Sumber: Lampiran 3

Gambar 4.15 menunjukkan bahwa responden dengan pendidikan terakhir SD dan SMP masing-masing sebanyak 3%, SMA sebanyak 60% dan perguruan tinggi sebanyak 34%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava yang menjadi sampel penelitian memiliki pendidikan SMA.



Gambar 4.16 Profil pekerjaan

Sumber: Lampiran 3

Gambar 4.16 menunjukkan bahwa responden yang berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 58%, PNS sebanyak 13%, swasta sebanyak 26% dan sisanya sebagai ibu rumah tangga sebanyak 3%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava yang menjadi sampel penelitian adalah pelajar/mahasiswa. Pelajar/mahasiswa lebih sering berkumpul dengan teman-teman dan memakai *voucher* Dealjava agar hemat pengeluaran.



Gambar 4.17 Frekuensi pembelian E-voucher Dealjava

Sumber: Lampiran 3

Gambar 4.17 menunjukkan bahwa 53% responden melakukan pembelian *E-voucher* Dealjava sebanyak dua kali per bulan, 27% melakukan pembelian tiga kali per bulan, sedangkan 20% sisanya melakukan pembelian *E-voucher* minimal empat kali dalam sebulan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava yang menjadi sampel penelitian melakukan pembelian *E-voucher* sebanyak dua kali dalam sebulan.



Gambar 4.18 Pengeluaran di setiap transaksi pembelian E-voucher Dealjava

Sumber: Lampiran 3

Gambar 4.18 menunjukkan bahwa sebanyak 20% responden dari total keseluruhan mengeluarkan Rp. 50.000, 42% responden mengeluarkan Rp. 50.001–250.000, 23% responden mengeluarkan Rp. 250.001–500.000, sedangkan 15% sisanya mengeluarkan uang di atas Rp. 500.000. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava yang menjadi sampel penelitian menghabiskan Rp. 50.001–250.000 di setiap transaksi pembelian *E-voucher*.

### Deskripsi Kepuasan Pengguna Aplikasi Dealjava

Deskripsi jawaban responden dilakukan dengan menghitung nilai rata-rata (*mean*) pada masing-masing pernyataan dan secara keseluruhan. *Mean* dari jawaban responden akan dikategorikan sesuai dengan pernyataannya.

Interval	Kategori
3,67–5,00	Tinggi
2,34–3,66	Sedang
1,00–2,33	Rendah

### Deskripsi Jawaban Mengenai Information Quality

Rata-rata jawaban responden mengenai kepuasan aspek *In-*

*formation Quality* pada aplikasi Dealjava yaitu sebesar 3,84 dengan kategori “tinggi”. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi pada aplikasi Dealjava dapat dikatakan baik sehingga memberikan kepuasan kepada penggunanya. Persepsi tertinggi dari responden mengenai *Information Quality* yaitu terletak pada “Informasi dalam aplikasi Dealjava dijelaskan menggunakan bahasa yang mudah dipahami” yaitu dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,05, sedangkan persepsi terendah berkaitan dengan “Informasi dalam aplikasi Dealjava adalah informasi yang terinci” yaitu dengan rata-rata sebesar 3,01. Standar deviasi menunjukkan keragaman data di setiap indikator. Dapat diketahui bahwa standar deviasi terendah yaitu sebesar 0,933 pada indikator INF2, hal ini menunjukkan bahwa indikator mengenai “Informasi dalam aplikasi Dealjava sesuai dengan fakta di lapangan, khususnya mengenai promo” dipersepsikan paling homogen oleh keseluruhan responden.

#### Deskripsi Jawaban Mengenai *System Quality*

Rata-rata jawaban keseluruhan dari responden mengenai kepuasan aspek *System Quality* pada aplikasi Dealjava yaitu sebesar 3,82 dengan kategori “tinggi”. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pada sistem aplikasi Dealjava dapat dikatakan baik sehingga memberikan kepuasan kepada penggunanya. Persepsi tertinggi dari responden mengenai *System Quality* yaitu terletak pada “Aplikasi Dealjava menggunakan navigasi yang mudah dipahami” yaitu dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,11, sedangkan persepsi terendah berkaitan dengan “Semua data pengguna aplikasi Dealjava tidak disalahgunakan oleh manajemen Dealjava” yaitu dengan rata-rata sebesar 2,81, hal ini karena pengguna ragu apakah data pada aplikasi Dealjava disalahgunakan atau tidak oleh manajemen. Diketahui bahwa standar deviasi terendah yaitu sebesar 0,937 pada indikator SYS1, hal ini menunjukkan bahwa indikator mengenai “Semua data pengguna aplikasi Dealjava terjamin kerahasiaannya” dipersepsikan paling homogen oleh keseluruhan responden.

#### Deskripsi Jawaban Mengenai *Service Quality*

Rata-rata jawaban responden mengenai kepuasan aspek *Service Quality* pada aplikasi Dealjava yaitu sebesar 3,65 dengan kategori “sedang”. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan Dealjava dapat dikatakan cukup baik sehingga memberikan kepuasan kepada penggunanya. Persepsi tertinggi dari responden mengenai *Service Quality* yaitu terletak pada “Manajemen Dealjava menyelesaikan semua masalah konsumen sampai tuntas” yaitu dengan rata-rata tertinggi sebesar 4,04, sedangkan persepsi terendah berkaitan dengan “Manajemen Dealjava bertanggung jawab ketika terdapat kesalahan karena kesalahan manajemen” yaitu dengan rata-rata sebesar 2,82. Hal ini menunjukkan adanya sebagian kecil pelanggan terabaikan penyelesaian kesalahan manajemen menjadikan Dealjava kurang bertanggung jawab. Diketahui bahwa standar deviasi terendah yaitu sebesar 0,854 pada indikator SERVC4, hal ini menunjukkan bahwa indikator mengenai “Semua barang/*E-voucher* yang dibeli melalui aplikasi Dealjava tidak pernah terjadi kesalahan” dipersepsikan paling homogen oleh keseluruhan responden.

#### Tabulasi Silang

**Tabel 4.7 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan *Information Quality* Aplikasi Dealjava**

Jenis Kelamin	<i>Information Quality</i>							
	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Laki-laki	4	6,7	21	35,0	35	58,3	60	100
Perempuan	3	3,3	17	18,9	70	77,8	90	100
Total	7	4,7	38	25,3	105	70,0	150	100

Tabel 4.7 menunjukan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 58,3% memiliki persepsi yang tinggi atas kualitas informasi aplikasi Dealjava. Demikian pula pada sebagian besar pengguna aplikasi dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 77,8%

juga memiliki persepsi yang tinggi mengenai kualitas informasi Dealjava. Persentase jumlah responden perempuan yang lebih tinggi tersebut, menunjukkan bahwa pengguna aplikasi dengan jenis kelamin perempuan memiliki persepsi yang lebih baik mengenai kualitas informasi Dealjava, jika dibandingkan dengan responden laki-laki.

**Tabel 4.8 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan *System Quality* Aplikasi Dealjava**

Jenis Kelamin	<i>System Quality</i>							
	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Laki-laki	4	6,7	25	41,7	31	51,7	60	100
Perempuan	2	2,2	23	25,6	65	72,2	90	100
Total	6	4	48	32	96	64	150	100

Sumber Lampiran 4

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 51,7% memiliki persepsi yang tinggi atas kualitas sistem aplikasi Dealjava. Demikian pula pada sebagian besar pengguna aplikasi dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 72,2% juga memiliki persepsi yang tinggi mengenai kualitas sistem aplikasi Dealjava. Presentase jumlah responden perempuan yang lebih tinggi tersebut, menunjukkan bahwa pengguna aplikasi dengan jenis kelamin perempuan memiliki persepsi yang lebih baik mengenai kualitas sistem Dealjava, jika dibandingkan dengan responden laki-laki.

**Tabel 4.9 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan *Service Quality* Aplikasi Dealjava**

Jenis Kelamin	<i>Service Quality</i>							
	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Laki-laki	7	11,7	33	55,0	20	33,3	60	100
Perempuan	2	2,2	23	25,6	65	72,2	90	100
Total	9	6,0	56	37,3	85	56,7	150	100

Sumber: Lampiran 4

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berpendapat bahwa aplikasi Dealjava memiliki *Service Quality* yang tinggi, hal ini ditunjukkan dengan total responden sebanyak 85 orang (56,7%) dari total 150 responden yang menjadi sampel penelitian. Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava dengan jenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 55% memiliki persepsi yang cukup baik (sedang) pada *Service Quality* aplikasi Dealjava. Sedangkan sebagian besar pengguna aplikasi dengan jenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 72,2% memiliki persepsi yang tinggi mengenai *Service Quality* aplikasi Dealjava. Dari hasil ini maka dapat disimpulkan bahwa pengguna aplikasi dengan jenis kelamin perempuan memiliki persepsi yang lebih baik mengenai *Service Quality* pada aplikasi Dealjava, jika dibandingkan dengan responden laki-laki.

**Tabel 4.10 Tabulasi Silang Usia dan *Information Quality* Aplikasi Dealjava**

Usia	<i>Information Quality</i>							
	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
<= 20 Th	0	0,0	6	75,0	2	25,0	8	100
21–30 Th	0	0,0	10	12,3	71	87,7	81	100
31–40 Th	2	4,1	21	42,9	26	53,1	49	100
> 40 Th	5	41,7	1	8,3	6	50,0	12	100
Total	7	4,7	38	25,3	105	70,0	150	100

Sumber: Lampiran 4

Tabel 4.10 dapat diketahui bahwa responden dengan usia 21–30 tahun merupakan kelompok responden yang memiliki persepsi paling baik pada *Information Quality*, yaitu dengan persentase 87,7%, disusul kemudian responden dengan usia 31–40 tahun (53,1%), dan usia di atas 40 tahun (50%). Hal ini menunjukkan bahwa semakin

tinggi tingkatan usia pengguna aplikasi, maka persepsi atas *Information Quality* Dealjava cenderung semakin menurun.

**Tabel 4.11** Tabulasi Silang Usia dan *System Quality* Aplikasi Dealjava

Usia	<i>System Quality</i>							
	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
<= 20 Th	0	0,0	4	50,0	4	50,0	8	100
21–30 Th	0	0,0	17	21,0	64	79,0	81	100
31–40 Th	3	6,1	21	42,9	25	51,0	49	100
> 40 Th	3	25,0	6	50,0	3	25,0	12	100
Total	6	4,0	48	32,0	96	64,0	150	100

Sumber: Lampiran 4

Tabel 4.11 dapat diketahui bahwa responden dengan usia 21–30 tahun merupakan kelompok responden yang memiliki persepsi paling baik pada *System Quality*, yaitu dengan persentase 79%, disusul kemudian responden dengan usia 31–40 tahun (51%), dan usia di atas 40 tahun (25%). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkatan usia pengguna aplikasi, maka persepsi atas *System Quality* Dealjava cenderung semakin menurun.

**Tabel 4.12** Tabulasi Silang Usia dan *Service Quality* Aplikasi Dealjava

Usia	<i>Service Quality</i>							
	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
<= 20 Th	1	12,5	5	62,5	2	25,0	8	100
21–30 Th	0	0,0	22	27,2	59	72,8	81	100
31–40 Th	3	6,1	26	53,1	20	40,8	49	100
> 40 Th	5	41,7	3	25,0	4	33,3	12	100
Total	9	6,0	56	37,3	85	56,7	150	100

Sumber: Lampiran 4

Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa responden dengan usia 21–30 tahun merupakan kelompok responden yang memiliki persepsi paling baik pada *Service Quality*, yaitu dengan persentase 72,8%, disusul kemudian responden dengan usia 31–40 tahun (40,8%), dan usia di atas 40 tahun (33,3%). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkatan usia pengguna aplikasi, maka persepsi atas *Service Quality* Dealjava cenderung semakin menurun.

**Tabel 4.13** Tabulasi Silang Pekerjaan dan *Information Quality* Aplikasi Dealjava

Pekerjaan	<i>Information Quality</i>							
	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Pelajar/Mhs	0	0,0	16	18,4	71	81,6	87	100
PNS	6	31,6	3	15,8	10	52,6	19	100
Swasta	1	2,6	17	43,6	21	53,8	39	100
Ibu Rmh Tangga	0	0,0	2	40,0	3	60,0	5	100
Total	7	4,7	38	25,3	105	70,0	150	100

Sumber: Lampiran 4

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava berpendapat bahwa aplikasi Dealjava memiliki kualitas yang tinggi pada aspek *Information Quality*, hal ini ditunjukkan dengan total responden sebanyak 105 orang (70%). Pengguna aplikasi Dealjava dari kalangan pelajar/mahasiswa, merupakan kelompok responden yang memiliki persepsi paling baik (tinggi) pada aspek *information quality*, yaitu dengan persentase 81,6%. Disusul kemudian dengan responden ibu rumah tangga (60%), swasta (53,8%), dan PNS (52,6%).

**Tabel 4.14** Tabulasi Silang Pekerjaan dan *System Quality* Aplikasi Dealjava

Pekerjaan	<i>System Quality</i>							
	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Pelajar/Mhs	0	0,0	21	24,1	66	75,9	87	100
PNS	5	26,3	4	21,1	10	52,6	19	100
Swasta	1	2,6	20	51,3	18	46,2	39	100
Ibu Rmh Tangga	0	0,0	3	60,0	2	40,0	5	100
Total	6	4,0	48	32,0	96	64,0	150	100

Sumber: Lampiran 4

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava berpendapat bahwa aplikasi Dealjava memiliki kualitas yang tinggi pada aspek *System Quality*, hal ini ditunjukkan dengan total responden sebanyak 96 orang (64%). Sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava dari kalangan pelajar/mahasiswa (75,9%) dan PNS (52,6%) merupakan kelompok responden yang memiliki persepsi yang tinggi pada aspek *System Quality*, sedangkan sebagian besar responden dengan pekerjaan sebagai swasta (51,3%) dan ibu rumah tangga (60%) memiliki persepsi cukup baik pada *System Quality* aplikasi Dealjava.

**Tabel 4.15** Tabulasi Silang Pekerjaan dan *Service Quality* Aplikasi Dealjava

Pekerjaan	<i>Service Quality</i>							
	Rendah		Sedang		Tinggi		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%
Pelajar/Mhs	1	1,1	27	31,0	59	67,8	87	100
PNS	7	36,8	3	15,8	9	47,4	19	100
Swasta	1	2,6	25	64,1	13	33,3	39	100
Ibu Rmh Tangga	0	0,0	1	20,0	4	80,0	5	100
Total	9	6,0	56	37,3	85	56,7	150	100

Sumber: Lampiran 4

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava berpendapat bahwa aplikasi Dealjava memiliki kualitas yang tinggi pada aspek *Service Quality*, hal ini ditunjukkan dengan total responden sebanyak 85 orang (56,7%). Sebagian besar pengguna aplikasi Dealjava dari kalangan pelajar/mahasiswa (67,8%), PNS (47,4%) dan ibu rumah tangga (80%) memiliki persepsi yang tinggi (baik) pada aspek *System Quality*, sedangkan sebagian besar responden dengan pekerjaan sebagai swasta (64,1%) memiliki persepsi cukup baik pada *System Quality* aplikasi Dealjava. Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa responden ibu rumah tangga memiliki persepsi yang paling tinggi pada aspek *Service Quality* aplikasi Dealjava

## Pembahasan

Pengguna aplikasi Dealjava merasakan kepuasan yang tinggi pada aspek *Information Quality*, *System Quality*, sedangkan *Service Quality* dirasakan kepuasan yang sedang. Pada aspek *Information Quality* kepuasan tertinggi cenderung berkaitan dengan penggunaan bahasa di dalam aplikasi yang mudah untuk dipahami. Menurut Tjiptono (2010) dalam Sulaeman (2015, p. 177) menjelaskan bahwa aspek kualitas layanan untuk mendukung kepuasan mutlak diperlukan untuk mendukung daya saing. Layanan yang berkualitas dinilai mampu menyebabkan pelanggan puas karena layanan yang berkualitas menunjukkan kemampuan memenuhi harapan dan keinginan pelanggan.

Pawirosumarto (2016) menyatakan bahwa kualitas informasi merupakan kualitas output yang berupa informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi yang digunakan. Aplikasi yang mampu menghasilkan informasi yang tepat waktu, akurat, sesuai kebutuhan, dan relevan serta memenuhi kriteria dan ukuran lain tentang kualitas informasi, akan memuaskan pemakainya. Informasi tidak lepas kaitannya dengan data, informasi merupakan data yang telah diolah menjadi bentuk yang berarti bagi penerima dan bermanfaat dalam mengambil keputusan saat ini atau saat mendatang. Dasar dari informasi adalah data, kesalahan dari mengambil atau memasukkan data, dan kesalahan dalam mengolah data akan menyebabkan kesalahan dalam memberikan informasi yang berkualitas.

Pada aspek *system quality* kepuasan tertinggi cenderung berkaitan dengan aplikasi Dealjava yang menggunakan navigasi yang mudah dipahami. Wibowo (2013) bahwa *system quality* berpengaruh terhadap *user satisfaction*. Kualitas sistem tersebut melibatkan sistem navigasi. Struktur navigasi sangat berguna pada sebuah *website* karena dengan adanya struktur alur navigasi kita dapat mempermudah mengakses halaman-halaman yang tersedia pada sebuah *website*. Struktur navigasi adalah struktur bagaimana halaman web dihubungkan dengan halaman lain. Sistem navigasi dalam situs *web* melibatkan sistem navigasi situs *web* secara keseluruhan dan desain *interface* situs *web* tersebut, navigasi memudahkan jalan yang mudah ketika menjelajahi situs *web*. Struktur navigasi juga dapat diartikan sebagai struktur alur dari suatu program yang merupakan rancangan hubungan dan rantai kerja dari beberapa area yang berbeda dan dapat membantu mengorganisasikan seluruh elemen pembuatan *website*. Untuk itu, sistem navigasi yang mudah dipahami akan meningkatkan kepuasan pengguna sistem.

Pada aspek *service quality* kepuasan tertinggi cenderung berkaitan dengan manajemen Dealjava yang mampu menyelesaikan semua masalah konsumen sampai tuntas. Menurut Siagian dan Cahyono (2014) bahwa *website quality* menggambarkan kapabilitas atau kemampuan perusahaan untuk bisa memberikan layanan yang maksimal atas kebutuhan konsumen. Setelah konsumen mengunjungi suatu *website* akan memunculkan berbagai penilaian di benak konsumen dan penilaian ini akan menentukan sejauh mana konsumen percaya kepada perusahaan tersebut bahwa *website* mampu menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh pengguna, artinya penggunaan bisa mendapatkan berbagai kebutuhan atau informasi melalui *website* yang bisa dioperasikan dengan mudah. Kondisi ini menyebabkan *website* memiliki peran yang besar untuk bisa memenuhi kebutuhan pengguna atau menyelesaikan masalah pengguna dengan tuntas.

#### IV. KESIMPULAN DAN SARAN

##### Kesimpulan

Berdasarkan pengolahan dan analisis data yang dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengguna aplikasi Dealjava merasakan kepuasan yang tinggi pada aspek *information quality*, dan *system quality*, sedangkan pada *service quality* dirasakan kepuasan yang sedang.
2. Kepuasan tertinggi mengenai *Information Quality* aplikasi Dealjava yaitu terletak pada penggunaan bahasa yang mudah untuk dipahami, sedangkan kepuasan terendah berkaitan dengan informasi terperinci dalam aplikasi Dealjava.
3. Kepuasan tertinggi mengenai *System Quality* yaitu terletak pada navigasi Dealjava yang mudah untuk dipahami, sedangkan kepuasan terendah berkaitan dengan tidak adanya penyalahgunaan data pengguna aplikasi Dealjava.
4. Kepuasan tertinggi mengenai *Service Quality* yaitu terletak pada manajemen Dealjava yang mampu menyelesaikan semua masalah konsumen sampai tuntas, sedangkan kepuasan terendah berkaitan dengan tanggung jawab manajemen Dealjava ketika terdapat kesalahan manajemen.
5. Pengguna aplikasi dengan jenis kelamin perempuan memiliki persepsi atas *information quality*, *system quality*, dan *service quality* yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan laki-laki.
6. Semakin tinggi tingkatan usia pengguna aplikasi, maka persepsi atas *information quality*, *system quality*, dan *service quality* cenderung semakin menurun.
7. Pengguna dengan profesi pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa memiliki persepsi paling tinggi pada *information quality* dan *system quality* jika dibandingkan dengan profesi yang lain. Sementara itu pengguna aplikasi dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga memiliki persepsi yang paling tinggi pada *service quality* jika dibandingkan dengan profesi yang lain.

##### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka berikut ini dapat disampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Adanya kepuasan pelanggan yang perlu ditingkatkan dengan memberikan kemudahan untuk pelanggan dalam hal pembayaran. Memudahkan dengan cara melakukan pembayaran ditempat dengan syarat tertentu. Syarat tertentu dapat berupa point yang ditukarkan untuk membeli *E-voucher* langsung ditempat dan pembayaran ditempat, dengan tetap adanya kerjasama promo Dealjava.
2. Penelitian selanjutnya disarankan untuk lebih mengeksplorasi variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti, seperti meneliti keluhan beberapa pelanggan dan bagaimana menyelesaikannya agar pelanggan mendapat kepuasan yang maksimal.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dealjava. (2017). *Dealjava*. Retrieved from www.facebook.com.
- E-marketer. (2014, November 24). Pengguna internet Indonesia nomor enam dunia. from [https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enamdunia/0/sorotan\\_media](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-enamdunia/0/sorotan_media).
- Gravetter, F. J., & Forzano, L. A. B. (2012). *Research methods for the behavioral sciences* (4th ed.). United States: Cengage Learning.
- Moore, D. S., McCabe, g. P., & Craig, B. A. (2009). *Introduction to the practice of statistics* (6th ed.). New York: W. H. Freeman and Company.
- Pawirosumarto, S. (2016). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna sistem e-learning. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(3), 416–463.
- Rebecca. (2016, Agustus 02). Pengertian e-commerce (perdagangan elektronik). from <http://www.progresstech.co.id>.
- Santosa, P. B., & Ashari. (2005). *Analisis statistik dengan microsoft excel & spss*. Yogyakarta: Andi.
- Siagian, H., & Cahyono, E. (2014). Analisis website quality, trust dan loyalty pelanggan online shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 55–61.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Suyanto, M. (2003). *Strategi Periklanan pada e-commerce perusahaan top dunia*, Yogyakarta: Andi.
- Tarigan, J. (2011). Factors influencing users satisfaction on e-learning systems. *Jurnal Manajemen kewirausahaan*, 13(2), 177–188.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Turban, D., King D., Lee J., & Liang T. P. (2010). *Electronic commerce: A managerial perspective* (6th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- 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.