

**PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS INFORMASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN**

(STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI BERRYBENKA DI KOTA BANDUNG)

*THE INFLUENCE OF SYSTEM QUALITY, INFORMATION QUALITY, AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION*

*(CASE STUDY ON BERRYBENKA APPLICATION USERS IN BANDUNG)*

<sup>1</sup>Shanaz Amarin <sup>2</sup>Tri Indra Wijaksana, S.Sos., M.Si

Program Studi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Email: <sup>1</sup>shanazamarin@gmail.com, <sup>2</sup>triindrawijaksana@telkomuniversity.ac.id

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Berrybenka di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal, dan skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Berrybenka yang berdomisili di Kota Bandung dengan sampel sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas sistem tidak memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen. Kemudian secara simultan Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen

---

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to determine the effect of system quality, information quality, and service quality on customer satisfaction based on the Berrybenka application users experience in Bandung. The data analysis method that used in this research is quantitative method with the type of research used is descriptive and causal, and the measurement scale used is Likert scale. The population in this study is Berrybenka customers who live in Bandung with the sample of 150 respondents. The sampling technique using the non probability sampling with the technique of purposive sampling. The result of the research proves that there's no significant effect between the quality of system and customer satisfaction partially, while the quality of information, and the quality of service have a significant effect on the satisfaction of customers partially. Meanwhile, the quality of system, the quality of information, and the quality of service have a significant effect of customer satisfaction simultaneously.

Keywords: System Quality, Information Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

---

## PENDAHULUAN

Era globalisasi pertumbuhan ekonomi serta perkembangan teknologi di Indonesia berkembang dengan sangat pesat, hal itu dapat dilihat dengan pengguna internet yang semakin banyak. Internet dapat memberikan kemudahan bagi penggunanya sehingga membuat penggunanya dapat mengakses internet dimana saja dan kapan saja. Pesatnya pertumbuhan internet di Indonesia juga dimuat dalam artikel berita. Kompas (2019) menyatakan bahwa berdasarkan hasil studi *Polling* Indonesia yang bekerja sama dengan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyatakan bahwa survei penetrasi untuk pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mengalami kenaikan. Berdasarkan hasil survei tersebut, jumlah pengguna internet naik hingga mencapai 171.17 juta pengguna pada tahun 2018. Jumlah pengguna internet di Indonesia tumbuh 10,12 persen.

Meningkatnya pengguna internet di Indonesia juga turut meningkatkan kegiatan *e-commerce*. Internet sangat berperan dalam mendukung perkembangan *e-commerce*, terutama dalam meningkatkan transaksi jual beli. Saat ini, banyak sekali pelaku usaha yang beralih menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk memasarkan produknya. Hal itu didukung dengan banyaknya *e-commerce* di Indonesia. Seperti yang dikutip dari Warta Ekonomi (2019), Indonesia merupakan pasar dengan pertumbuhan *e-commerce* yang menarik dari tahun ke tahun. Sejak tahun 2014, Euromonitor mencatat, penjualan online di Indonesia sudah mencapai US\$1,1 miliar. Pada tahun 2018, *e-commerce* di Indonesia tercatat mengalami pertumbuhan sangat pesat, dan diperkirakan akan terus meningkat seiring berkembangnya jumlah pengusaha dan pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di tanah air.

Di samping data tersebut, potensi besar industri *e-commerce* di Indonesia juga dipengaruhi oleh gaya belanja *online*, terutama oleh generasi milenial. Menurut Indonesia *Millennial Report* (2019), milenial sangat suka mencari perbandingan harga, fitur, program promo dan kualitas produk di beberapa *e-commerce* sebelum memutuskan membeli sebuah barang. Para milenial juga tidak segan untuk merekomendasikan *e-commerce* atau toko *online* favorit mereka kepada teman-teman mereka. Dalam situs (Bisnis, 2015) menyebutkan bahwa menurut *survey* Google, produk *fashion* termasuk pakaian dan aksesorisnya adalah produk nomor satu yang banyak dibeli orang secara *online* dibandingkan dengan *gadget*, elektronik, produk kecantikan dan produk rumah tangga. Berdasarkan riset Asosiasi *e-commerce* Indonesia (idEA) 2013, untuk *fashion* menduduki urutan teratas barang yang paling sering dibeli orang Indonesia, sebesar 78%.

Di dalam belanja *online*, penggunaan aplikasi *mobile* menjadi langkah awal dalam berbelanja *online*. Penggunaan aplikasi *mobile* ini dilakukan konsumen untuk mencari informasi mengenai spesifikasi produk yang diinginkan, model dan pilihan yang ada, hingga harga yang ditawarkan. Dengan adanya aplikasi *mobile*, tentu sangat memudahkan konsumen untuk mencari produk yang mereka inginkan. Dalam hal ini, aplikasi *mobile* dalam *smartphone* di gunakan oleh perusahaan untuk memberikan layanan berbasis *online*. Seiring dengan pesatnya perkembangan jaman, Berrybenka menyediakan layanan melalui aplikasi *mobile* *Android* dan *IOS*. Dengan diluncurkannya aplikasi Berrybenka, pengguna *Android* dan *IOS*

dapat berbelanja dengan cepat dan mudah jika dibanding dengan mengakses *website* Berrybenka.com melalui peramban.

Walaupun adanya aplikasi *mobile* Berrybenka yang memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam berbelanja online, ada beberapa tanggapan pengguna tentang aplikasi Berrybenka di *App Store* maupun *Play Store*. *Rating* Berrybenka di *App Store* hanya sebesar 3.0 dari 5 saja, sedangkan di *Play Store* aplikasi Berrybenka memiliki rating 4.2 dari 5. Berrybenka menangani keamanan sistem informasi dengan sangat serius dan memperbaiki celah keamanan pada sistem dengan cepat dan tepat. Dengan melakukan pendekatan dalam menghadapi kemungkinan celah keamanan sistem di segala aspek layanan, serta menyelidiki setiap laporan mengenai celah keamanan sistem secara cepat, tepat, dan menyeluruh.

Berdasarkan ulasan pengguna aplikasi Berrybenka baik di *App Store* maupun di *Play Store*, banyak sekali pengguna yang mengeluhkan aplikasi sering mengalami *error*, tidak bisa login, aplikasi lambat dan kurang responsif. Sehingga tidak sedikit pengguna yang lebih memilih berbelanja melalui *website* Berrybenka daripada melalui aplikasi. Hal tersebut menunjukkan adanya masalah pada sistem aplikasi Berrybenka.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Sistem**

Menurut Pawirasumarto (2016:418) Kualitas Sistem adalah pengukuran proses sistem informasi yang berfokus pada hasil interaksi antara pengguna dan sistem. Kualitas sistem mempunyai atribut-atribut seperti ketersediaan peralatan, reliabilitas peralatan, kemudahan untuk digunakan, dan waktu respon merupakan faktor penentu mengapa sebuah sistem informasi digunakan atau tidak digunakan.

### **Kualitas Informasi**

Menurut DeLone dan McLean (dalam Brata, Hapsari, dan Yudowati 2018:3) Kualitas Informasi adalah dimana sebuah informasi memiliki karakteristik isi, bentuk, dan waktu yang memberikannya nilai untuk para pengguna akhir. Kualitas informasi dinilai berdasarkan isi, ketepatan, relevan, dan kegunaan yang dihasilkan dari informasi tersebut.

### **Kualitas Layanan**

Menurut DeLone dan McLean (dalam Brata, Hapsari, dan Yudowati 2018:3) Kualitas Layanan merupakan keseluruhan dukungan yang disampaikan oleh pengembang sistem informasi kepada pengguna dengan pemberian jaminan keamanan, kenyamanan, empati, dan ketanggapan dalam memenuhi harapan pengguna sistem informasi. Semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan suatu sistem informasi, maka akan meningkatkan kepuasan pengguna sistem informasi. Apabila pengguna sistem informasi merasa puas dengan kualitas layanan yang diberikan, maka pengguna sistem informasi akan terus menerus menggunakan sistem informasi tersebut. Kualitas layanan memiliki tiga indikator yaitu, daya tanggap, jaminan, dan empati.

## **Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler Keller (dalam dalam Widodo, Putranti, dan Nurcahyati 2016:66) Kepuasan Konsumen adalah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk terhadap ekspektasi mereka.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal, dimana penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi Berrybenka di Kota Bandung dengan melakukan penyebaran kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Berrybenka yang berdomisili di Kota Bandung dengan sampel sebanyak 150 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis dekriptif dan analisis regresi linier berganda.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Berrybenka di Kota Bandung dengan menggunakan uji hipotesis pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dan pengujian hipotesis secara parsial terhadap beberapa variabel independen.

Untuk mengetahui signifikan atau tidaknya pengaruh semua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara bersama-sama digunakanlah uji F, dan untuk mengetahui suatu pengaruh dari variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) digunakanlah uji t. Hasil pengujian hipotesis secara simultan dengan menggunakan *Software SPSS Versi 23* adalah sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	91.257	3	30.419	5.546	.001 <sup>b</sup>
Residual	800.743	146	5.485		
Total	892.000	149			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020)

Berdasarkan tabel 1 diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,001. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pengujian hipotesis untuk pengaruh parsial dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan *software* SPSS Versi 23, maka dapat diperoleh nilai uji secara parsial (uji t) sebagai berikut:

Universitas  
Telkom

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.653	2.049		5.403	.000
Kualitas Sistem	.032	.048	.445	1.367	.238
1 Kualitas Informasi	.347	.068	.167	2.793	.000
Kualitas Layanan	.187	.059	.276	3.146	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2020)

Berdasarkan hasil pengujian nilai t untuk variabel Kualitas Sistem menunjukkan nilai  $t = 1,367$  dengan nilai signifikansi 0,238. Dengan demikian, Thitung (1,367) lebih kecil dari Ttabel (1,655) dan dilihat dari nilai signifikansi 0,238 lebih besar dari 0,005 maka  $H_{01}$  diterima dan  $H_1$  ditolak, artinya Kualitas Sistem tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian nilai t untuk variabel Kualitas Informasi menunjukkan nilai  $t = 2,793$  dengan nilai signifikansi 0,000. Dengan demikian, Thitung (2,793) lebih besar dari Ttabel (1,655) dan dilihat dari nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,005 maka  $H_{02}$  ditolak dan  $H_2$  diterima, artinya Kualitas Informasi berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Berdasarkan hasil pengujian nilai t untuk variabel Kualitas Layanan menunjukkan nilai  $t = 3,146$  dengan nilai signifikansi 0,002. Dengan demikian, Thitung (3,146) lebih besar dari Ttabel (1,655) dan dilihat dari nilai signifikansi 0,000 kurang dari 0,005 maka  $H_{03}$  ditolak dan  $H_3$  diterima, artinya Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

## **Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung**

Berdasarkan *output* pada tabel 1 diatas, dapat diperoleh bahwa  $F_{hitung} = 5.546$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima karena  $F_{hitung}$  (5.546) lebih besar daripada  $F_{tabel}$  (2,67) dan nilai signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,005. Hal ini berarti Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Dengan hasil pengujian ini, didapatkan bahwa yang mempengaruhi dan membuat nilai kepuasan tinggi harus didukung oleh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanannya.

### **Pengaruh Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Pengguna**

Mengacu pada hasil uji t (secara parsial) kualitas informasi tidak memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi Berrybenka dengan nilai signifikansi sebesar 0,238 lebih besar dari 0,05. Berdasarkan analisis regresi linier berganda kualitas informasi memiliki nilai 0,032 menyatakan bahwa setiap peningkatan Kualitas Sistem sebesar satu satuan akan menyebabkan Kepuasan Konsumen (Y) naik sebesar 0,238. Artinya semakin baik Kualitas Sistem ( $X_1$ ) maka akan menyebabkan semakin tinggi tingkat Kepuasan Konsumen (Y) pengguna aplikasi Berrybenka di Kota Bandung. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_{01}$  diterima dan  $H_1$  ditolak, hal ini berarti secara parsial Kualitas Sistem tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Hal ini dibuktikan dengan masih terdapat kekurangan dari sistem aplikasi Berrybenka, yaitu aplikasi yang lambat ketika digunakan, aplikasi terhenti dengan sendirinya, produk yang tiba-tiba terjual habis padahal sebelumnya masih tersedia di katalog sehingga banyak pengguna aplikasi Berrybenka yang meninggalkan ulasan negatif tentang aplikasi ini. Hal ini membuat kualitas sistem tidak berpengaruh secara signifikan.

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saraswati (2016) dan Priyantara (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) kualitas informasi memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pengguna aplikasi Berrybenka dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, kualitas informasi memiliki nilai positif sebesar 0,347 menyatakan bahwa setiap peningkatan Kualitas Informasi sebesar satu satuan akan menyebabkan Kepuasan Konsumen (Y) naik sebesar 0,347. Artinya semakin baik Kualitas Informasi ( $X_2$ ) maka akan menyebabkan semakin tinggi tingkat Kepuasan Konsumen (Y) pengguna aplikasi Berrybenka di Kota Bandung. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_{02}$  ditolak dan  $H_2$  diterima, hal ini berarti secara parsial Kualitas Informasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Alasan yang membuat kualitas informasi dinilai baik adalah kualitas informasi dari aplikasi Berrybenka memberikan informasi yang lengkap mengenai detail produk yang dijual sehingga konsumen dapat dengan mudah menemukan produk yang mereka cari.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saraswati (2016) dan Priyantara (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen**

Berdasarkan hasil uji t (secara parsial) kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan analisis regresi linier berganda, kualitas layanan memiliki nilai positif sebesar 0,187 menyatakan bahwa setiap peningkatan Kualitas Layanan sebesar satu satuan akan menyebabkan Kepuasan Konsumen (Y) naik sebesar 0,187. Artinya semakin baik Kualitas Layanan ( $X_3$ ) maka akan menyebabkan semakin tinggi tingkat Kepuasan Konsumen (Y) pengguna aplikasi Berrybenka di Kota Bandung. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa  $H_{03}$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Hal ini berarti secara parsial Kualitas Layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Alasan yang membuat kualitas layanan dinilai baik adalah layanan dari aplikasi berrybenka membantu konsumen yang kebingungan untuk memesan produk karena *customer service* Berrybenka selalu menjawab pertanyaan konsumen dengan informatif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Saraswati (2016) dan Priyantara (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### **KESIMPULAN**

Dari hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas sistem tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kualitas informasi dan kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Untuk hasil pengujian secara simultan, kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Brata, M. W., Hapsari, D. W., & Yudowati, S. P. (2018). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Keuangan (Studi Kasus Pegawai Keuangan Universitas Telkom). *Jurnal E-Proceeding of Management*, 5(1), 860. (online). Tersedia: <https://librarye proceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/6316>
- Pawirosumarto, S. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pengguna Sistem E-Learning. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, VI(3), 416-433. (online). Tersedia: [http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/Jurnal\\_Mix/article/view/1280](http://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/Jurnal_Mix/article/view/1280)
- Priyantara, M. P. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Lazada di Indonesia). *Skripsi Mahasiswa Telkom University*.
- Saraswati, A. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Situs Commerce BLIBLI.COM. *Skripsi Mahasiswa Telkom University*.
- Sekaran. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (4 ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendro, D. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan dan Ekspektasi Kinerja terhadap Kepuasan Pengguna dalam Menerapkan Sistem Teknologi Informasi pada Koperasi di Kota Pematangsiantar. *Jurnal Riset Sistem Informasi & Teknik Informatika*, 1 (1), 33-40. (online). Tersedia: <http://tunasbangsa.ac.id/ejurnal/index.php/jurasik/article/view/6>
- Widodo, A., Putranti, H. R., & Nurcahyati. (2016). Pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi RTS (Rail Ticketing System) Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Penumpang “KAI” Ekonomi Operasi 4 Semarang). *Jurnal Media Ekonomi dan Manajemen*, 31(2). (online). Tersedia: <http://jurnal.untagsmg.ac.id/index.php/fe/article/view/433>