

**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)**

Agus Widodo

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNTAG Semarang

Email : edu.aguswi@gmail.com

Honorata Ratnawati Dwi Putranti

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNTAG Semarang

Email : ratna.permai@gmail.com

Nurchayati

Fakultas Ekonomika Dan Bisnis UNTAG Semarang

Email: pandawi_ung@yahoo.co.id

Abstrak

Kualitas merupakan kesesuaian untuk memenuhi harapan pelanggan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas sistem aplikasi dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*) yang dimediasi oleh kepercayaan. Penelitian ini menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna (pelanggan) yang menggunakan RTS (*Rail Ticketing System*) di PT Kereta Api Indoonesia (persero) Daerah Operasi 4 Semarang selama 6 (enam) bulan periode Desember 2015 – Mei 2016, kereta api ekonomi. Pengambilan sampel menggunakan teknik kuota. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditetapkan dengan kuota 100 pengguna (pelanggan).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas sistem aplikasi dan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, kualitas sistem aplikasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan kepercayaan sebagai mediasi, dan kualitas informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan sebagai mediasi.

Kata kunci: Kualitas Sistem aplikasi, Kualitas Informasi, Kepercayaan, Kepuasan Pengguna, RTS (*Rail Ticketing System*).

Abstract

Quality is conformance to meet customer expectations. The purpose of this study was to examine the influence of the application system and the quality of information on user satisfaction application systems RTS (Rail Ticketing System) is mediated by the trust. This research used path analysis (path analysis). The population in this study are all users (customers) whose using RTS (Rail Ticketing System) in PT Kereta Api Indonesia (Persero) Regional Operations 4 Semarang during six (6) months (December 2015 - May 2016) in the economic train. Technical sampling using quota. The number of samples in this study determined the quota of 100 users (customers).

These results indicate that the quality of the application system and the quality of information significant effect on confidence, trust no significant effect on user satisfaction, the quality of the application system significantly affect user satisfaction with trust as mediation, and the quality of the information does not significantly affect user satisfaction through trust as mediation.

Keywords: *Quality of application systems, Information Quality, Trust, User Satisfaction, Rail Ticketing System*

PENDAHULUAN

Berbagai transaksi jual beli yang sebelumnya hanya bisa dilakukan dengan cara tatap muka (dan sebagian sangat kecil melalui pos atau telepon), kini sangat mudah dan sering dilakukan melalui internet. Transaksi melalui internet ini dikenal dengan nama *e-commerce* (<https://id.wikipedia.org/wiki/Internet>).

Penerapan suatu sistem aplikasi dalam Perusahaan dihadapkan kepada dua hal, apakah Perusahaan mendapatkan keberhasilan penerapan sistem aplikasi atau kegagalan sistem aplikasi (Montazemi dalam Istianingsih, 2009). Sebagai pengukuran keberhasilan atau kegagalan dalam menerapkan suatu sistem aplikasi didasarkan pada kepuasan pengguna sistem aplikasi. Dalam aplikasinya, untuk memperoleh kualitas informasi yang baik, dibutuhkan sistem aplikasi yang baik pula agar data dapat diolah menjadi informasi yang berguna. Dengan aplikasi yang baik diharapkan kepuasan pengguna akan terpenuhi.

Salah satu moda transportasi darat adalah Kereta api yang dikelola oleh PT Kereta Api Indonesia (persero), dan berupaya membangun sistem aplikasi pengendalian internal yang dapat diandalkan, sangat erat kaitannya dengan *Information Technology (IT) Governance* yaitu pemilihan dan pengembangan Teknologi Informasi (TI) yang memadai dan dituangkan dalam dokumen *IT Master Plan 2011-2015* yang digunakan sebagai acuan pengembangan TI yang selaras dengan strategi bisnis Perusahaan dan dilakukan secara berkesinambungan untuk memberikan hasil terbaik.

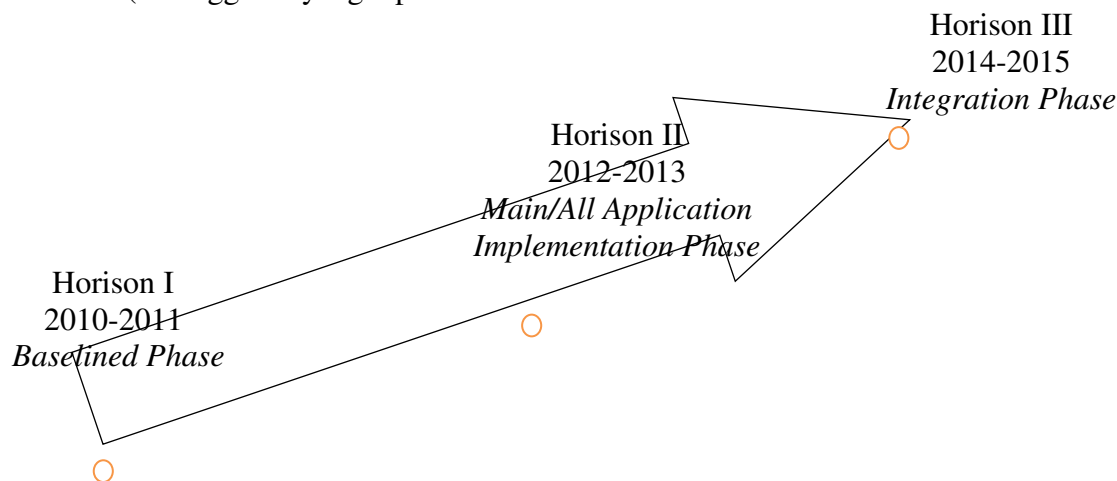
Berdasarkan *Road Map* pengembangan TI PT Kereta Api Indonesia (persero), dijelaskan rencana pembangunan Infrastruktur TI dalam jangka waktu 5 (lima) tahun dimulai dari tahun 2010 sampai dengan tahun 2015 (Gambar 1).

Horison II (2012-2013) *Main/All Application Implementation Phase*; tahap pengembangan dan implementasi seluruh layanan TI. Fokus utama tahap ini adalah pengembangan fitur dan layanan TI yang sudah diimplementasikan sebelumnya. Selain pada tahap ini juga dilakukan pembenahan infrastruktur pendukung termasuk pelaksanaan sertifikasi ISO 27001 ISMS (*Information Security Management System*). Horison III (2014-2015) *Integration Phase*; tahap integrasi sistem aplikasi layanan TI. Fokus utama pada tahap ini adalah integrasi dari beberapa layanan TI agar memberikan kualitas layanan yang lebih baik. Salah satu fokus integrasi yang dilakukan adalah implementasi *Dashboard Management, Data Warehouse dan Business Intelligence*.

Berdasarkan Tabel 1, masih banyak calon penumpang kereta api ekonomi yang melakukan antrian pembelian tiket di loket-loket stasiun. Ada beberapa faktor permasalahan yang menjadi penyebab, berdasarkan fenomena di lapangan menunjukkan bahwa masih ada kesalahan sistem aplikasi dimana terjadi ketidaksesuaian antara tempat duduk penumpang dengan ketersediaan tempat duduk yang tersedia. Sering terjadi gangguan jaringan (*offline*) sehingga mempengaruhi kepercayaan penumpang dan lebih memilih antrian di loket-loket stasiun dengan harapan tidak

tertinggal keberangkatan kereta api. Assael mengatakan bahwa “*A satisfied customer is your best sales person. Satisfied customer will influence friends and relative to buy, dissatisfied customers inhibit sales*” (Pelanggan yang puas adalah

penjual terbaik bagi kita. Pelanggan yang puas akan mempengaruhi rekan-rekannya dan kecenderungan membeli, pelanggan yang tidak puas akan menghambat penjualan).



Gambar 1. Road Map pengembangan TI
Sumber : Annual Report PT Kereta Api Indonesia (persero) Tahun 2013

Tabel 1. Daftar Okupansi Penumpang Kereta Api Ekonomi Pembelian Loket Stasiun dengan Online/Channel Eksternal Periode Desember 2015 – Mei 2016

Nama Stasiun	Loket Stasiun			Online / Channel Eksternal		
	Kereta Ekonomi	Kereta Bisnis	Kereta Eksekutif	Kereta Ekonomi	Kereta Bisnis	Kereta Eksekutif
Semarang Poncol	414.292	9.089	8.965	189.361	2.809	9.353
Semarang Tawang	130.443	9.895	63.414	141.089	10.967	87.817

Sumber : Unit Pemasaran Kantor Daop 4 Semarang

Selain fenomena bisnis yang terjadi, pada hasil-hasil penelitian sebelumnya juga masih terdapat perbedaan hasil penelitian di antara para peneliti (*research gap*). Berdasarkan penelitian atas instrumen kepuasan pengguna sistem aplikasi informasi juga telah dilakukan oleh Istianingsih dan Utami (2009) yang menyatakan bahwa Sistem Aplikasi Informasi Akuntansi yang terkomputerisasi memungkinkan pemakai laporan keuangan dapat melihat laporan keuangan setiap saat dengan lebih cepat dan akurat. Sehingga kualitas pelayanan, kualitas sistem aplikasi, dan kualitas informasi sangat

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Pendapat ini didukung oleh penelitian Winda Septianita dkk (2014), Luqman dkk (2014), dan Riza Wahyudi dkk (2013).

Pada penelitian Winda dkk (2014), tujuan diterapkannya sistem aplikasi baru tiket *online* atau yang disebut *Rail Ticketing System* ini diharapkan semakin mempercepat pelayanan dan memudahkan pemakai jasa angkutan kereta api dalam mendapatkan tiket. Namun dalam penelitian Luqman dkk (2014) menyatakan bahwa penerapan RTS (*Rail Ticketing System*) di Daop 9 Jember masih ada

kelemahan dalam mendapatkan tiket yaitu pembacaan *database record* kereta api tidak sama dengan pembacaan komputer.

Riza Wahyudi dkk (2013) dalam penelitiannya menyebutkan, salah satu metode yang dikembangkan oleh ahli sistem aplikasi informasi untuk mengukur kepuasan pengguna sistem aplikasi informasi adalah dengan menilai karakteristik yang diinginkan dari sebuah sistem aplikasi (kualitas sistem aplikasi), karakteristik yang diinginkan dari *output* sistem aplikasi (kualitas informasi) dan kualitas dukungan yang diterima pengguna sistem aplikasi dari departemen sistem aplikasi informasi dan dukungan personel informasi (kualitas pelayanan). Dian Septiayu dkk (2013) dalam penelitiannya menyatakan sistem aplikasi informasi sebaiknya didesain secara tepat untuk dapat memenuhi kebutuhan pengguna sehingga menciptakan kepuasan pengguna.

Bondan (2012) dalam penelitiannya, menemukan adanya ketidakkonsistenan pengaruh kualitas pelayanan sistem aplikasi. Tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Pendapat ini didukung oleh penelitian Arfian Ribut (2015).

Pada penelitian Laili, Kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna layanan internet *banking* (Laili Rachmawati Chairiyah, 2014). Kualitas desain ternyata tidak memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan kualitas sistem aplikasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas informasi berpengaruh terhadap kepercayaan. Apabila perusahaan dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan, secara simultan juga akan meningkatkan kepuasan pelanggannya. Pendapat ini didukung oleh penelitian Dwi Itasari (2013).

Namun menurut penelitian Sri Fatiany (2012) terdapat bukti kuat yang menunjukkan kepercayaan sebagai mediasi hubungan antara penerimaan pengguna (*user acceptance*) dan kepuasan yang diukur sebagai kualitas sistem aplikasi,

kualitas informasi, dan kemudahan penggunaan sistem aplikasi (*easy of use*).

Berdasarkan latar belakang permasalahan dan *research gap* yang ada, rumusan permasalahan penelitian yang diajukan adalah: bagaimanakah pengaruh Kualitas Sistem Aplikasi dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*) dengan Peran Mediasi Variabel Kepercayaan (Studi Pada Penumpang “KAI ” Ekonomi Operasi 4 Semarang)? “

TELAAH PUSTAKA

Kualitas Sistem Aplikasi Informasi

Model kesuksesan yang dikemukakan oleh William H. DeLone dan Ephraim R. McLean pada tahun 2003, dalam penelitiannya yang berjudul: *The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update*. Dalam model terbarunya yang diperbaharui ini mereka mengganti beberapa dimensi, keberhasilan sistem aplikasi informasi dari model sebelumnya (1992) menjadi : *Information Quality, System Quality, Service Quality, User Satisfaction, Intension to Use (Usage)* dan *Net Benefits*.

Teknologi informasi khususnya yang bergerak melalui jaringan internet memiliki dampak yang dramatis pada operasi bisnis suatu organisasi. Hal tersebut diimbangi dengan besarnya investasi yang dikeluarkan untuk mengimplementasikan teknologi dalam bisnisnya.

Sistem aplikasi informasi sebagai sebuah sistem aplikasi buatan manusia yang umumnya terdiri dari serangkaian komponen terpadu berbasis komputer dan manual menetapkan untuk mengumpulkan, menyimpan, dan mengelola data, informasi sehingga menjadi output yang berguna kepada pengguna (Gelina; Oram dan Wiggins , 2004).

Sistem aplikasi informasi adalah suatu kombinasi teratur apapun dari *people* (orang), *hardware* (perangkat keras), *software* (perangkat lunak), *computer*

networks and data communication (jaringan komunikasi), dan *database* (basis data) yang mengumpulkan, mengubah dan menyebarkan informasi di dalam organisasi (O'Brien, 2005:5).

Kualitas Sistem Aplikasi

Ada beberapa definisi tentang sistem aplikasi yang dikemukakan oleh banyak pakar, diantaranya Mascove dan Simkin (1994, dalam Komara, 2005) mendefinisikan sistem aplikasi yaitu seperangkat bagian-bagian yang saling berhubungan dan bersama-sama mencapai sistem aplikasi yang spesifik dan objektif, sebuah sistem aplikasi harus memiliki keterkaitan, integrasi dan sentra objektif dalam organisasi. Chusing dalam Susanto (2004) mendefinisikan sistem aplikasi adalah suatu entitas yang terdiri dari dua atau lebih komponen yang saling berhubungan dan berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan.

Ide dasar kualitas bukanlah memenuhi sejumlah kriteria yang ditetapkan perusahaan/instansi, sebaliknya kualitas adalah memenuhi kriteria yang ditetapkan pelanggan (McLeod Raymond, 2007). Kualitas sistem aplikasi merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem aplikasi itu sendiri yang mana kualitas sistem aplikasi merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak dan kebijakan prosedur dari sistem aplikasi informasi yang dapat menyediakan informasi kebutuhan pemakai (Delone dan McLean, 1992).

Beberapa peneliti telah menggunakan beberapa indikator pengukuran untuk mengukur kualitas sebuah sistem aplikasi. Menurut Hamilton dan Chervany (1981) menggunakan 5 indikator dalam pengukuran sebuah kualitas sistem aplikasi yaitu sebagai berikut : *Easy of Use* (Kemudahan Penggunaan), *Response Time* (Kecepatan Akses), *Reliability* (Keandalan Sistem aplikasi), *Flexibility* (Fleksibilitas), *Security* (Keamanan)

Kualitas Informasi

Kualitas informasi adalah tingkat dimana informasi memiliki karakteristik, isi, bentuk dan waktu yang memberikannya buat para pemakai akhir tertentu (O'Briens, 2005: 703). Suatu sistem aplikasi dari penggunaan TI harus dapat menyediakan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan dalam suatu perusahaan/organisasi. Teknologi komunikasi berarti semua teknologi informasi yang mendukung semua teknologi komunikasi.

Menurut McLeod dalam Yakub (2012), informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna bagi penerimanya. Menurut McLeod dalam Azhar Susanto (2008) suatu informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri sebagai berikut: Kesesuaian, Ketersediaan (*available*), Relevan, Lengkap.

Kepercayaan

Kepercayaan adalah kesediaan perusahaan untuk bergantung pada mitra bisnis (Kotler, 2007). Kepercayaan tergantung pada sejumlah faktor antar pribadi dan antar organisasi, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebaikan hati perusahaan.

Menurut Kotler (2007), dimensi kepercayaan dapat diukur dengan indikator: Transparan, Insentif, Desain kerja sama, Perbandingan Produk

RTS (*Rail Ticketing System*)

Tuntutan persaingan bisnis yang kian meningkat pesat dimanfaatkan oleh Perusahaan yang bergerak dibidang Transportasi darat yaitu PT Kereta Api Indonesia (persero) untuk mendukung sistem aplikasi transportasi dimana akan memberikan keuntungan bagi PT Kereta Api Indonesia (persero). Sehingga akan dilakukan berbagai pembenahan terutama dibidang Teknologi Informasi (TI). Perusahaan dituntut untuk mampu menghadapi tantangan baik dari dalam maupun luar untuk menjaga kelangsungan hidupnya (*survive*). Dalam hal ini kereta

api sebagai salah satu moda transportasi yang banyak dipilih masyarakat harus benar-benar menyadari akan pentingnya pelayanan terhadap penumpang yang bertumpu pada sumber daya manusia serta ketersediaan sistem aplikasi dan informasi yang bertumpu pada kecanggihan teknologi. Upaya untuk mempertahankan kepercayaan dan menjaga kepuasan konsumen juga senantiasa dilakukan oleh PT Kereta Api Indonesia (persero). Secara umum inovasi dalam bidang sistem aplikasi dan informasi juga diperlukan untuk meningkatkan pelayanan yang berorientasi pada kepercayaan dan kepuasan pengguna dimana akan berpengaruh juga terhadap kinerja perusahaan, oleh sebab itu pembenahan teknologi yang handal merupakan suatu keharusan. Kemudahan dan kenyamanan merupakan salah satu faktor yang menjadi tuntutan konsumen. Schnaars menjelaskan (dalam Tjiptono, 1997) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan perusahaan sesuai dengan keinginan pelanggan. Menurut Griffin dalam bukunya *Customer Loyalty* (2005) bahwa banyak Perusahaan beranggapan apabila pelanggan puas maka pelanggan tersebut akan menjadi pelanggan yang loyal dan memberikan respon positif yang bermanfaat bagi Perusahaan.

RTS (*Rail Ticketing System*) adalah sistem aplikasi pembelian tiket yang dikonsepsi elektronik secara sistem aplikasi yang terintegrasi dan terpusat dalam sebuah *server* melalui jaringan internet. Aplikasi baru *ticketing system* PT KAI (persero) yang lebih handal *performance*-nya dan dapat mengakomodasi berbagai jenis kebutuhan pelayanan penjualan tiket penumpang kereta api. RTS (*Rail Ticketing System*) merupakan suatu sistem aplikasi informasi berupa aplikasi (berbentuk *web*) yang sudah berjalan (*running*) sejak November 2011 hingga saat ini terbukti mendukung peningkatan

pelayanan kereta api jarak menengah dan jarak jauh. RTS (*Rail Ticketing System*) ini bertujuan untuk :

1. Memberikan pelayanan tambahan bagi penumpang kereta api dengan memperbanyak *Channel Reservasi* dan pilihan cara pembayaran,
2. Mengakomodasi variasi pilihan manajemen tarif, *integrasi* sistem aplikasi dan *database* untuk meningkatkan pelayanan pelanggan PT KAI (persero),
3. Meningkatkan sistem aplikasi keamanan terhadap calo tiket,
4. Meningkatkan efektifitas dan efisiensi dalam pengelolaan sistem aplikasi *ticketing*.

Dalam upaya meningkatkan kepercayaan pelanggan, PT KAI (persero) terus menerus berinovasi untuk mewujudkan kemudahan bagi pelanggan dalam mendapatkan tiket serta meningkatkan pelayanan bagi penumpang di saat pra perjalanan kereta api, *on the train*, dan purna perjalanannya. Penyempurnaan sistem aplikasi pelayanan penumpang yang telah dilakukan diantaranya adalah :

1. Mengembangkan RTS (*Rail Ticketing System*) yang lebih andal dan fleksibel dengan menggunakan *platform* teknologi informasi berbasis *web*.
2. Membangun jaringan keagenan untuk penjualan tiket secara *online* atau penambahan jumlah *point of sales* untuk memperluas saluran distribusi dan memudahkan masyarakat mendapatkan tiket kereta api serta untuk mengurangi antrian pembelian tiket pada loket-loket penjualan di stasiun.
3. Membangun sistem aplikasi pemesanan dan pembelian tiket melalui internet (*internet reservation*) yang dapat diakses pada situs www.kereta-api.co.id. Untuk sistem aplikasi pembayarannya (*internet payment gateway*) PT KAI (persero) bekerja sama dengan pihak perbankan dan mitra lainnya yang kapabel.

4. Membangun sistem aplikasi pemesanan pembelian tiket secara *mobile (mobile resevation)*,
5. Membangun sistem aplikasi *self service ticket reservation* yang memungkinkan pelanggan melakukan reservasi dan pembelian tiket secara mandiri melalui *vending machine* dengan pembayarannya menggunakan uang tunai, kartu debit atau kredit.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan konsumen merupakan salah satu inti filsafat konsep pemasaran. Oleh karena itu, suatu program pemasaran yang baik haruslah dapat mempengaruhi serta mendorong perilaku dan keputusan membeli konsumen terhadap produk barang atau jasa, dengan menawarkan kemudahan dalam pelayanan serta jaminan yang akan diberikan oleh Perusahaan (Ety, 2001). Perusahaan dituntut untuk bersifat *customize*, artinya dituntut lebih responsif terhadap para pelanggannya dan lebih mampu menarik pelanggan. Kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen penting karena kepercayaan konsumen terhadap pembelian jasa merupakan konstruk yang menentukan kemungkinan adanya pembelian ulang dari konsumen dan akhirnya akan mempengaruhi keberhasilan suatu Perusahaan (Iacobucci *et al.*, 1994).

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor untuk mengukur keberhasilan bagi setiap pengembangan dan implementasi sistem aplikasi informasi pada suatu perusahaan. Citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia layanan, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2009), "*satisfaction is a person's feelings of pleasure disappointment that result from comparing a product's perceived performance (or outcome) to expectations*". Jadi kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang

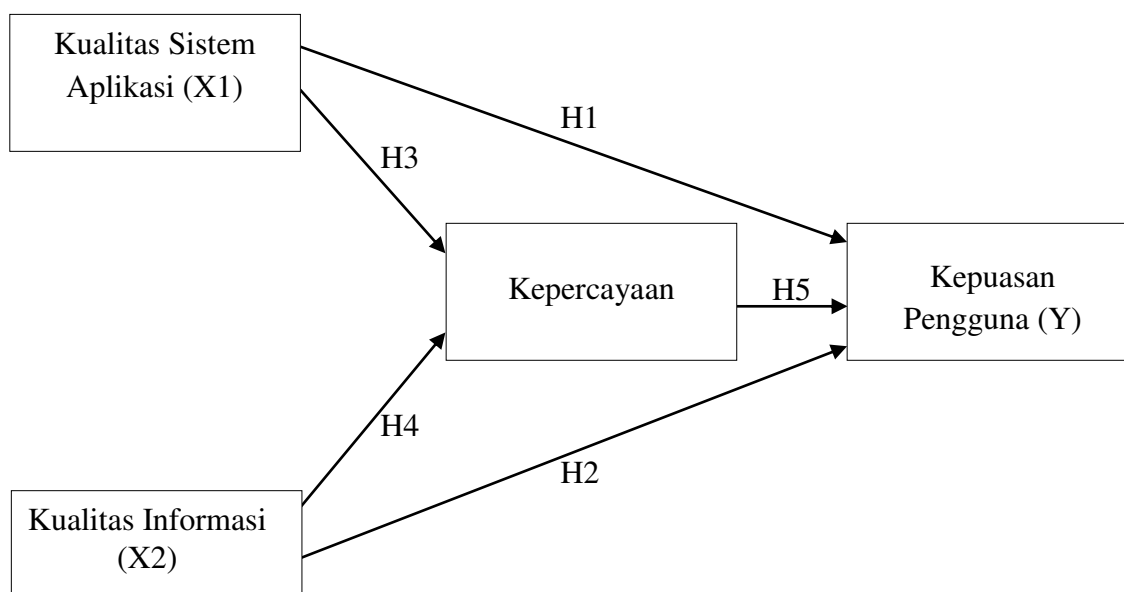
dipersepsikan produk terhadap *ekspektasi* mereka.

Kerangka Pemikiran Teoritis dan Rumusan Hipotesis

Investasi yang terkait dengan teknologi informasi seperti RTS (*Rail Ticketing System*) ini sangat mahal sehingga perlu dipertimbangkan apakah investasi ini benar-benar dapat memberikan lebih banyak manfaat dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Penggunaan sistem aplikasi informasi merupakan perilaku yang muncul akibat adanya keuntungan atas pemakaian sistem aplikasi informasi tersebut (Seddon, 1997). Keberhasilan sistem aplikasi informasi suatu perusahaan tergantung bagaimana sistem aplikasi itu dijalankan, kemudahan sistem aplikasi itu bagi para pemakainya, dan pemanfaatan teknologi yang digunakan (Goodhue, 1995 dalam Handayani, 2007).

Kepuasan pengguna akhir sistem aplikasi informasi dapat dijadikan sebagai salah satu ukuran keberhasilan suatu sistem aplikasi informasi (Doll dan Torkzadeh, 1998). Kepuasan pengguna dapat diukur melalui kepercayaan yang dirasakan pengguna dalam menggunakan sistem aplikasi. Rasa puas pengguna dapat ditimbulkan dari pelayanan fitur-fitur yang disediakan sistem aplikasi seperti kualitas dari sistem aplikasi dan kualitas informasi yang dihasilkan oleh sistem aplikasi.

Kepercayaan terhadap kualitas sistem aplikasi dan kualitas informasi yang dihasilkan mempengaruhi kepuasan pengguna sistem aplikasi informasi. Kerangka konseptual, disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Model Pengaruh Kualitas Sistem aplikasi dan Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna yang dimediasi oleh Variabel Kepercayaan

Pengaruh Kualitas Sistem aplikasi dan Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*)

Kualitas sistem aplikasi informasi merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem aplikasi itu sendiri (DeLone dan McLean, 1992). Dalam pengujiannya, Seddon dan Kiew, 1996 (dalam Istianingsih dan Utami, 2009) menemukan bahwa terdapat hubungan positif antara *system quality* dan *user satisfaction*. Apabila pengguna sistem aplikasi informasi merasakan bahwa kualitas sistem aplikasi aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*) baik, maka mereka akan cenderung untuk merasa puas menggunakan sistem aplikasi tersebut. Diprediksi bahwa semakin tinggi kualitas sistem aplikasi yang diberikan akan berpengaruh terhadap makin tingginya tingkat kepuasan pengguna. Hasil penelitian Istianingsih dan Utami (2009), Iranto (2012), Dian Septiayu dkk (2013), Winda Septianita dkk (2014), dan Luqman dkk (2014), memberikan

bukti empiris bahwa kualitas sistem aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Atas dasar uraian tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesa pertama sebagai berikut

H1 : Kualitas sistem aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*)

Pengaruh Kualitas Informasi dan Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*)

Kualitas informasi merupakan kualitas *output* yang berupa informasi yang dihasilkan oleh sistem aplikasi informasi yang digunakan (Rai et.al, 2002 dalam Iranto, 2012). Semakin baik kualitas informasi, maka akan semakin tepat pula keputusan yang diambil. Apabila informasi yang dihasilkan tidak berkualitas, maka

akan berpengaruh negatif pada kepuasan pengguna.

Pengguna sistem aplikasi informasi tentunya berharap dengan menggunakan sistem aplikasi tersebut mereka akan memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Karakteristik informasi yang dihasilkan oleh suatu sistem aplikasi informasi tertentu, dapat berbeda dengan informasi dari sistem aplikasi informasi yang lain. Sistem aplikasi informasi yang mampu menghasilkan informasi yang tepat waktu, akurat, sesuai kebutuhan dan relevan serta memenuhi kriteria dan ukuran lain tentang kualitas informasi akan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Hasil penelitian Istianingsih dan Utami (2009), Iranto (2012), Dian septiayu dkk (2013), Winda Septianita dkk (2014) dan Luqman dkk (2014), memberikan bukti empiris bahwa kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Semakin tinggi kualitas informasi yang dihasilkan suatu sistem aplikasi informasi, diprediksi akan berpengaruh terhadap semakin tingginya kepuasan pengguna akhir suatu sistem aplikasi informasi. Maka hipotesa kedua sebagai berikut :

H2 : Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*)

Pengaruh Kualitas Sistem aplikasi Terhadap Kepuasan Pengguna yang Dimediasi Kepercayaan Pengguna Sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*)

Menurut Chen (2010:310) bahwa kualitas sistem aplikasi merupakan suatu ukuran pengolahan sistem aplikasi informasi itu sendiri. Semakin tinggi kualitas sistem aplikasi yang dihasilkan maka akan semakin mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna sistem aplikasi.

Penelitian Laili Rachmawati dan Mudjahidin (2014) memberikan bukti empiris bahwa kualitas sistem aplikasi

berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Maka hipotesa ketiga sebagai berikut :

H3 : Kualitas sistem aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna yang dimediasi kepercayaan pengguna sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*)

Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna yang Dimediasi Kepercayaan Pengguna Sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*)

Kualitas informasi merupakan kualitas output yang berupa informasi yang dihasilkan oleh sistem aplikasi informasi yang digunakan. Semakin baik kualitas informasi, maka akan semakin tepat keputusan yang diambil. Apabila informasi yang dihasilkan berkualitas, maka akan meningkatkan tingkat kepercayaan pengguna sistem aplikasi.

Penelitian Laili Rachmawati dan Mudjahidin (2014) memberikan bukti empiris bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Peningkatan kepercayaan pengguna dapat dilakukan dengan memperbaiki kualitas informasi. Maka hipotesa keempat sebagai berikut :

H4 : Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna yang dimediasi kepercayaan pengguna sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*)

Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*)

Menurut Mayer et al (1995), kepercayaan adalah kemauan seseorang untuk peka terhadap tindakan orang lain berdasarkan pada harapan bahwa orang lain akan melakukan tindakan tertentu pada orang yang mempercayainya, tanpa tergantung pada kemampuannya untuk

mengawasi dan mengendalikannya. Kepercayaan sangat bermanfaat dan penting untuk membangun hubungan.

Hasil penelitian Sri Fatiany dkk (2012), Dwi Itasari dan Nina (2013), dan Laili Rachmawati dan Mudjahidin (2014), memberikan bukti empiris bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Apabila seorang pengguna merasakan puas atau ekspektasinya terhadap fasilitas yang diberikan oleh layanan sistem aplikasi secara terus menerus atau berkelanjutan, maka perusahaan secara signifikan akan menumbuhkan rasa percaya atau kepercayaan dari pengguna. Atas dasar uraian tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesa kelima sebagai berikut :

H5 : Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi RTS (Rail Ticketing System)

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna (pelanggan) yang menggunakan RTS (*Rail Ticketing System*) di PT KAI (persero) Daerah Operasi 4 Semarang selama 6 (enam) bulan periode Desember 2015 – Mei 2016. Adapun yang menjadi sampel penelitian ini adalah pengguna (pelanggan) kereta ekonomi yang menggunakan RTS (*Rail Ticketing System*).

Teknik sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik nonrandom/non acak yaitu cara pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel (Nurhayati, 2016). Sedangkan jenis sampel non acak yang dipilih adalah kuota.

Kuota sampel dalam penelitian ini ditetapkan 100 pengguna (pelanggan) dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Usia antara 17 tahun sampai 50 tahun.
- 2) Kereta keberangkatan dari Stasiun Semarang Tawang atau Semarang Poncol.
- 3) Minimal 2 (dua) kali telah menggunakan jasa kereta api.

Pembagian kuota sampel dibagi menjadi sub sampel sebagai berikut:

- 1) Pembelian melalui *point of sales/channel reservation (outlet minimarket, Alfamart, Indomaret, Agen Online)* sebanyak 25 responden;
- 2) Pembelian melalui internet *reservation (website KAI, website mitra)* sebanyak 25 responden;
- 3) Pembelian melalui *mobile reservation (KAI Access)* sebanyak 25 responden;
- 4) Pembelian melalui *self service ticket reservation (vending machine/finnet)* sebanyak 25 responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Agar data yang diperoleh mempunyai tingkat akurasi dan konsistensi tinggi, instrumen penelitian yang digunakan harus *valid* dan *reliabel* (Sanusi, 2011).

Uji Validitas

Hasil uji validitas dapat dijelaskan pada Tabel 2. Hasil analisis data untuk 100 responden menunjukkan bahwa *Corrected Item-Total Correlation* disemua indikator untuk semua variabel berada di atas r tabel, hasil korelasi jawaban responden disetiap item pertanyaan dengan nilai total jawaban responden menghasilkan nilai yang signifikan (0,000), baik untuk variabel kualitas sistem aplikasi, kualitas informasi, kepercayaan, dan kepuasan pengguna sistem aplikasi. Dengan demikian maka data kuisisioner yang digunakan oleh masing-masing variabel dinyatakan *valid* sebagai alat ukur variabel.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel (0,195)	Kesimpulan	
Kualitas Sistem aplikasi				
1) <i>Easy of Use</i>	0,613		Valid	
2) <i>Response Time</i>	0,684		Valid	
3) <i>Reliability</i>	0,746		Valid	
4) <i>Flexibility</i>	0,555		Valid	
5) <i>Security</i>	0,531		Valid	
Kualitas Informasi				
1) Kesesuaian	0,767		Valid	
2) <i>Available</i>	0,723		Valid	
3) Relevan	0,604		Valid	
4) Lengkap	0,729	<i>Corrected Item – Total Correlation > 0,195</i>	Valid	
Kepercayaan				
1) Transparan	0,734		Valid	
2) <i>Insentif</i>	0,790		Valid	
3) Desain Kerjasama	0,445		Valid	
4) Perbandingan Produk	0,666		Valid	
Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi				
1) <i>Content</i>	0,725		Valid	
2) <i>Accuracy</i>	0,763		Valid	
3) <i>Format</i>	0,778		Valid	
4) <i>User Friendly</i>	0,725		Valid	
5) <i>Timeliness</i>	0,651		Valid	

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan alat untuk mengukur konsistensi data kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2009). Adapun

alat yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah Koefisien *Cronbach's alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable*, apabila hasil $\alpha > 60\%$ atau 0,6 dan hasil $\alpha < 60\%$ atau 0,6 maka tidak *reliable* (Ghozali, 2009). Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien <i>Cronbach's alpha</i> (α)	Sig. α 60% (0,6)	Kesimpulan
Kualitas Sistem aplikasi	0,824		Reliabel
Kualitas Informasi	0,858	<i>Cronbach's alpha > 0,6</i>	Reliabel
Kepercayaan	0,827		Reliabel
Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi	0,885		Reliabel

Sumber : Data Primer yang diolah, 2016

Hasil analisis data dari 100 responden menghasilkan koefisien *Cronbach's alpha* untuk variabel Kualitas Sistem aplikasi, Kualitas Informasi, Kepercayaan, dan Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi lebih besar dari 60% (0,6). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kuisioner yang digunakan oleh masing-masing variabel penelitian terbukti handal atau *reliable* yang menggambarkan konsistensi jawaban responden.

Analisis Jalur (Path Analysis)

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis jalur yaitu suatu teknik untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*) (Riduwan dan Kuncoro, 2008) yang diolah menggunakan alat statistik SPSS (*Statistical Package for Social Science*) dengan persamaan analisis regresi berganda.

Persamaan Sub Struktur I :

$$Y_1 = b_1X_1 + b_2X_2 + e_1$$

Keterangan :

Y_1 : Kepercayaan

b_1 dan b_2 : Koefisien masing-masing variabel

X_1 : Kualitas Sistem aplikasi

X_2 : Kualitas Informasi

e_1 : *Residual*

Persamaan Sub Struktur II :

$$Y_2 = b_3X_1 + b_4X_2 + b_5Y_1 + e_2$$

Keterangan :

Y_2 : Kepuasan Pengguna

b_3 , b_4 dan b_5 : Koefisien masing-masing variabel

Y_1 : Kepercayaan

X_1 : Kualitas Sistem aplikasi

X_2 : Kualitas Informasi

e_2 : *Residual*

Untuk mengetahui Kepercayaan (Y_1) sebagai variabel intervening, maka perlu dianalisis dengan model perbandingan berikut :

1) Pengaruh Langsung

a. Jika $p_1p_3 \leq p_4$, maka Y_1 bukan sebagai variabel mediasi antara variabel X_1 terhadap Y_2

b. Jika $p_2p_3 \leq p_5$, maka Y_1 bukan sebagai variabel mediasi antara variabel X_2 terhadap Y_2

2) Pengaruh Tidak Langsung

a. Jika $p_1p_3 > p_4$, maka Y_1 sebagai variabel mediasi antara variabel X_1 terhadap Y_2

b. Jika $p_2p_3 > p_5$, maka Y_1 sebagai variabel mediasi antara variabel X_2 terhadap Y_2

Hasil Analisis Regresi Berganda Kualitas Sistem aplikasi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepercayaan

Hasil analisis regresi berganda kualitas sistem aplikasi dan kualitas informasi terhadap kepercayaan disajikan pada Tabel 4. Persamaan linear dari hasil koefisien regresi antara kualitas sistem aplikasi dan kualitas informasi terhadap kepercayaan adalah sebagai berikut :

$$Y_1 = 0,475 X_1 + 0,314 X_2$$

Penjelasan dari persamaan regresi tersebut sebagai berikut :

a. Kualitas sistem aplikasi sebesar 0,475. Nilai positif yang didapat menunjukkan adanya peningkatan kualitas sistem aplikasi akan diikuti peningkatan kepercayaan.

b. Kualitas informasi sebesar 0,314. Nilai positif yang didapat menunjukkan adanya peningkatan kualitas informasi akan diikuti peningkatan kepercayaan.

Hasil Analisis Regresi Berganda Kualitas Sistem aplikasi, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil regresi berganda kualitas sistem aplikasi, kualitas informasi, dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi disajikan pada Tabel 5.

Tabel 4. Hasil Regresi Berganda Kualitas Sistem aplikasi dan Kualitas Informasi terhadap Kepercayaan

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	-.665	1,483		-.448	,655			
1	Kualitas Sistem aplikasi	,489	,103	,475	4,730	,000	,467	2,141
	Kualitas Informasi	,381	,122	,314	3,127	,002	,467	2,141

a. Dependent Variable: Kepercayaan

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2016

Tabel 5. Hasil Regresi Berganda Kualitas Sistem aplikasi, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std. Error	Beta					
(Constant)	,892	1,050		,850	,398			
1	Kualitas Sistem aplikasi	,395	,081	,373	4,873	,000	,380	2,635
	Kualitas Informasi	,688	,090	,552	7,624	,000	,424	2,357
	Kepercayaan	,034	,072	,033	,474	,637	,457	2,186

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2016

Persamaan linear dari hasil koefisien regresi antara kualitas sistem aplikasi, kualitas informasi, dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi pada Tabel 5 adalah sebagai berikut :

$$Y_2 = 0,373 X_1 + 0,552 X_2 + 0,033 Y_1$$

Penjelasan dari persamaan regresi tersebut sebagai berikut :

- Kualitas sistem aplikasi sebesar 0,373. Nilai positif yang didapat menunjukkan adanya peningkatan kualitas sistem aplikasi yang akan diikuti peningkatan kepuasan pengguna sistem aplikasi.
- Kualitas informasi sebesar 0,552. Nilai positif yang didapat menunjukkan adanya peningkatan kualitas informasi

yang akan diikuti peningkatan kepuasan pengguna sistem aplikasi.

- Kepercayaan sebesar 0,033. Nilai positif yang didapat menunjukkan adanya peningkatan kepercayaan yang akan diikuti peningkatan kepuasan pengguna sistem aplikasi.

Koefisien Determinasi

Hasil perhitungan koefisien determinasi dapat dilihat pada Tabel 6. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,780, bahwa kualitas sistem aplikasi, kualitas informasi, dan kepercayaan mampu menjelaskan kepuasan pengguna sistem aplikasi sebesar 78% (0,780 x 100%). Artinya mempunyai pengaruh yang sangat kuat karena di atas 40%, tinggi rendahnya kepuasan pengguna

sistem aplikasi disebabkan oleh naik turunnya kualitas sistem aplikasi, kualitas informasi, dan kepercayaan. Sedangkan 22% (100%-78%) kepuasan pengguna sistem aplikasi dijelaskan oleh variabel di luar kualitas sistem aplikasi, kualitas informasi, dan kepercayaan.

Uji F

Hasil Uji F kualitas sistem aplikasi dan kualitas informasi terhadap kepercayaan dapat dilihat pada Tabel 7. Hasil uji F sebesar 57,529 dengan sig. 0,000 < α = 0,05, maka Ho ditolak sehingga model

dinyatakan layak (*visible*) dan membuktikan hipotesis yang menyatakan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel *independent*.

Hasil Uji F kualitas sistem aplikasi dan kualitas informasi terhadap kepercayaan dapat dilihat pada Tabel 8. Hasil uji F sebesar 117,953 dengan sig. 0,000 < α = 0,05, maka Ho ditolak sehingga model dinyatakan layak (*visible*) dan membuktikan hipotesis yang menyatakan model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel *independent*.

Tabel 6. Koefisien Determinasi Kualitas Sistem aplikasi, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	,887 ^a	,787	,780	1,506	1,502	

a. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem aplikasi

b. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2016

Tabel 7. Hasil Uji F Kualitas Sistem aplikasi dan Kualitas Informasi terhadap Kepercayaan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	521,763	2	260,882	57,529	,000 ^b
1	Residual	439,877	97	4,535		
	Total	961,640	99			

a. Dependent Variable: Kepercayaan

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

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2016

Tabel 8 Hasil Uji F Kualitas Sistem aplikasi, Kualitas Informasi, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	802,458	3	267,486	117,953	,000 ^b
1	Residual	217,702	96	2,268		
	Total	1020,160	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

b. Predictors: (Constant), Kepercayaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem aplikasi

Sumber : Data Primer Yang Diolah, 2016

Uji Hipotesis (Uji T)

Berdasarkan dari hasil uji t pada Tabel 4, maka dapat dilakukan analisa sebagai berikut:

- 1) Hasil uji t kualitas sistem aplikasi terhadap kepercayaan sebesar 4,730 dan sig. $0,000 < \alpha = 0,05$ sehingga hipotesis yang menyatakan kualitas sistem aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan dapat diterima.
- 2) Hasil uji t kualitas informasi terhadap kepercayaan sebesar 3,127 dan sig. $0,002 < \alpha = 0,05$ sehingga menerima hipotesis yang menyatakan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

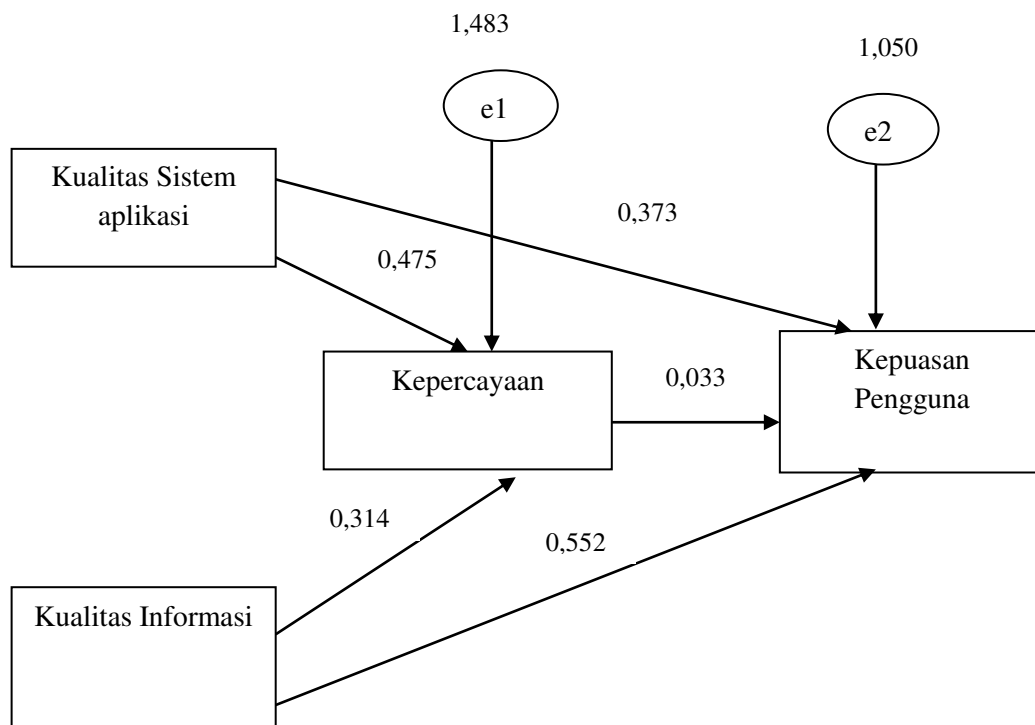
Berdasarkan dari hasil uji t pada Tabel 5, maka dapat dilakukan analisa sebagai berikut :

- 1) Hasil uji t kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi sebesar 4,873 dan sig. $0,000 < \alpha = 0,05$ sehingga menerima hipotesis yang menyatakan kualitas sistem aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

- 2) Hasil uji t kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi sebesar 7,624 dan sig. $0,000 < \alpha = 0,05$ sehingga menerima hipotesis yang menyatakan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.
- 3) Hasil uji t kepercayaan terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi sebesar 0,474 dan sig. $0,637 > \alpha = 0,05$ sehingga menolak hipotesis yang menyatakan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Uji Efek Mediasi

Uji efek mediasi digunakan untuk membuktikan bahwa kepercayaan menjadi variabel mediasi antara kualitas sistem aplikasi dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi. Uji efek mediasi dapat digambarkan seperti pada Gambar 3.



Gambar 3. Analisis Jalur Kualitas Sistem aplikasi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi dengan Kepercayaan sebagai Mediasi

Berdasarkan analisis jalur pada Gambar 3, maka dapat dilakukan analisa sebagai berikut:

1) Pengaruh Kualitas Sistem aplikasi terhadap Kepuasan Pengguna dengan Kepercayaan sebagai Mediasi :

a. Pengaruh langsung kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna = 0,373.

b. Pengaruh kualitas sistem aplikasi terhadap kepercayaan = 0,475 dan pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna = 0,033. Jadi pengaruh tidak langsung kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan adalah sebesar = $0,475 \times 0,033 = 0,016$.

c. Pengaruh total kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna sebesar $0,475 + 0,016 = 0,491$.

Hasil uji efek mediasi menunjukkan bahwa pengaruh kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan lebih besar dibanding pengaruh kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna, dengan demikian maka menerima hipotesis yang menyatakan kualitas sistem aplikasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna yang dimediasi oleh kepercayaan.

2) Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna dengan Kepercayaan sebagai Mediasi :

a. Pengaruh langsung kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna = 0,552.

b. Pengaruh kualitas informasi terhadap kepercayaan = 0,314 dan pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan pengguna = 0,033. Jadi pengaruh tidak langsung kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan adalah sebesar = $0,314 \times 0,033 = 0,010$.

c. Pengaruh total kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sebesar $0,314 + 0,010 = 0,324$.

Hasil uji efek mediasi menunjukkan bahwa pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna lebih besar dibandingkan pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan. Dengan demikian maka menolak hipotesis sehingga menyatakan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna yang dimediasi oleh kepercayaan. Akan tetapi kualitas informasi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengguna.

Pembahasan

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem aplikasi dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*) dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi (studi pada penumpang kereta api ekonomi Daerah Operasi 4 Semarang). Teknik analisa yang digunakan yaitu regresi berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS. Hasil analisis regresi berganda dapat dijelaskan sebagai berikut:

Pengaruh Kualitas Sistem aplikasi terhadap Kepercayaan

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas sistem aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, dengan hasil uji - t sebesar 4,730 dengan sig. $0,000 < \alpha = 0,05$. Kualitas sistem aplikasi merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem aplikasi itu sendiri yang mana kualitas sistem aplikasi merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak dan kebijakan prosedur dari sistem aplikasi informasi yang dapat menyediakan informasi kebutuhan pemakai (Delone dan McLean, 1992).

Berdasarkan hasil analisis deskriptif bahwa para pelanggan (pengguna) sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*) memiliki berbagai persepsi mengenai kualitas sistem aplikasi. Para pelanggan (pengguna) memberikan persepsi yang sangat baik terhadap kemudahan penggunaan (*easy of use*), artinya sistem aplikasi tersebut sangat berkualitas dalam memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan sistem aplikasi tersebut yang berpengaruh terhadap pemakai dalam melakukan pembelian tiket *online*. *Response time* (kecepatan akses) yang dihasilkan oleh sistem aplikasi adalah baik, artinya sudah memiliki kecepatan optimal dalam meningkatkan kepuasan pengguna dalam melakukan proses pembelian tiket *online*. Para pelanggan (pengguna) memberikan persepsi yang baik terhadap keandalan sistem aplikasi (*reliability*), artinya memiliki ketahanan yang baik dari kerusakan atau kesalahan sistem aplikasi. Persepsi yang baik juga diberikan oleh para pelanggan (pengguna) terhadap *flexibility* (fleksibilitas), artinya pelanggan (pengguna) beranggapan bahwa sistem aplikasi tersebut memiliki kemampuan yang baik dalam melakukan perubahan-perubahan kaitanya dalam proses pembelian tiket *online*. *Security* (keamanan) sistem aplikasi tersebut juga baik, artinya data pelanggan (pengguna) tersebut aman disimpan oleh sistem aplikasi dan terjaga kerahasiannya.

Secara keseluruhan, para pelanggan (pengguna) memberikan persepsi yang baik terhadap kualitas sistem aplikasi. Kemudahan dalam penggunaan sistem aplikasi (*easy of use*) merupakan prioritas utama dalam menentukan kepuasan pengguna terhadap kualitas sistem aplikasi sehingga mampu memberikan kepercayaan yang tinggi terhadap sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*).

Hasil penelitian ini sama dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Laili Rachmawati (2014) yang menyatakan bahwa kualitas sistem aplikasi

berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepercayaan

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, dengan hasil uji - t sebesar 3,127 dengan sig. $0,002 < \alpha = 0,05$. Menurut McLeod dalam Yakub (2012), informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk yang lebih berguna bagi penerimanya.

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa pelanggan (pengguna) memiliki berbagai persepsi terhadap kualitas informasi. Para pelanggan (pengguna) memiliki persepsi yang baik terhadap kesesuaian, artinya informasi yang diberikan sudah mencerminkan keadaan yang sebenarnya. Pelanggan (pengguna) memberikan persepsi yang baik terhadap *available* (tersedia), artinya pelanggan (pengguna) dapat memperoleh informasi terkait pembelian tiket *online* kapanpun dibutuhkan. Persepsi yang baik juga diberikan oleh pelanggan (pengguna) terhadap relevan, artinya tampilan informasi yang dihasilkan oleh sistem aplikasi pembelian tiket *online* sudah sesuai dengan kebutuhan. Pelanggan (pengguna) juga memberikan persepsi yang baik terhadap kelengkapan informasi yang diberikan, artinya semua tampilan informasi yang dihasilkan sistem aplikasi sudah lengkap sesuai kebutuhan.

Pelanggan (pengguna) memberikan persepsi yang baik terhadap kualitas informasi karena kelengkapan tampilan informasi yang dihasilkan sudah sesuai. Semakin lengkap informasi yang dihasilkan oleh sistem aplikasi, maka pelanggan (pengguna) akan semakin percaya maksud dan tujuan dari informasi yang diberikan. Dengan demikian akan meningkatkan kepercayaan pelanggan (pengguna) terhadap informasi dari sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*).

Hasil penelitian ini membuktikan konsistensi penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Laili Rachmawati (2014) yang menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan.

Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, dengan hasil uji $-t$ sebesar 0,474 dengan sig. $0,637 > \alpha = 0,05$. Kepercayaan adalah kesediaan untuk bergantung pada mitra bisnis (Kotler, 2007).

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa para pelanggan (pengguna) memiliki berbagai persepsi tentang kepercayaan suatu sistem aplikasi informasi. Para pelanggan memberikan persepsi yang sangat baik terhadap desain kerjasama yang dilakukan oleh PT KAI (persero), artinya kerjasama yang dilakukan dengan *channel eksternal* sangat membantu pelanggan (pengguna) sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*) dalam melakukan pembelian / pembayaran tiket secara *online*. Persepsi yang baik dalam transparansi suatu sistem aplikasi informasi juga diberikan oleh para pelanggan (pengguna), artinya informasi yang dihasilkan transparan terutama terkait harga yang tertera pada saat pembelian *online* sudah sesuai dengan harga pada saat pembelian di loket stasiun. Para pelanggan (pengguna) memberikan persepsi baik terhadap insentif yang diberikan, artinya insentif (potongan harga) yang tertera pada tiket untuk pembelian tiket melalui *online* tidak merubah harga yang sesungguhnya. Persepsi yang baik juga diberikan oleh pelanggan (pengguna) terhadap perbandingan produk, artinya fasilitas pelayanan dan kenyamanan kereta api sudah sesuai dengan harga yang dibayarkan dibandingkan moda transportasi lain. Namun demikian persepsi pelanggan (pengguna) sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing*

System) berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan.

Dari hasil penelitian yang didapat membuktikan ketidakkonsistenan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Laili Rachmawati (2014), Dwi Itasari (2013), dan Sri Fatiany (2012) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna karena hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Pengaruh Kualitas Sistem aplikasi terhadap Kepuasan Pengguna melalui Kepercayaan sebagai Mediasi

Hasil uji efek mediasi menunjukkan bahwa pengaruh langsung kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna sebesar 0,373 dan total pengaruh tidak langsung kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan adalah sebesar 0,491, pengaruh tidak langsung kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan sebagai mediasi lebih besar dibandingkan pengaruh langsung kualitas sistem aplikasi terhadap kepuasan pengguna sehingga menerima hipotesis dan membuktikan bahwa kualitas sistem aplikasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan sebagai mediasi. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas sistem aplikasi akan berpengaruh lebih dahulu terhadap kepercayaan, kemudian kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pelanggan (pengguna) sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*) dalam hal penggunaan sistem aplikasi pembelian tiket *online* bergantung pada kepercayaan terhadap sistem aplikasi tersebut sehingga perlu meningkatkan kepercayaan terhadap sistem aplikasi dalam hal kemudahan *input* dan pengolahan data yang dibutuhkan untuk dapat meningkatkan kepuasan pengguna.

Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Pengguna melalui Kepercayaan sebagai Mediasi

Hasil uji efek mediasi menunjukkan bahwa pengaruh langsung kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sebesar 0,552 dan pengaruh tidak langsung kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan adalah sebesar 0,324, pengaruh langsung kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna lebih besar dibandingkan pengaruh tidak langsung kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna dengan kepercayaan sebagai mediasi sehingga menolak hipotesis dan membuktikan bahwa kualitas informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan sebagai mediasi. Sebaliknya kualitas informasi berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengguna.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa pelanggan (pengguna) sistem aplikasi RTS (*Rail Ticketing System*) dalam melakukan pembelian tiket *online* tidak bergantung sepenuhnya pada kepercayaan terhadap sistem aplikasi informasi tersebut tetapi lebih pada kualitas suatu informasi dalam menghasilkan *output* yang lengkap dan mudah dipahami sesuai dengan kebutuhan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem RTS (*Rail Ticketing System*) dengan kepercayaan sebagai variabel mediasi (studi pada penumpang kereta api ekonomi Daerah Operasi 4 Semarang) dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

Pertama, kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan kualitas sistem maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap sistem RTS (*Rail Ticketing System*).

Kedua, kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa adanya peningkatan kualitas informasi maka akan meningkatkan kepercayaan terhadap sistem RTS (*Rail Ticketing System*).

Ketiga, kepercayaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. tidak akan mempengaruhi peningkatan kepuasan pengguna sistem RTS (*Rail Ticketing System*).

Keempat, kualitas sistem berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna dengan kepercayaan sebagai mediasi. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan sebagai variabel mediasi sehingga adanya peningkatan kualitas sistem akan berpengaruh dahulu terhadap kepercayaan dalam menggunakan sistem RTS (*Rail Ticketing System*). Dengan kepercayaan yang tinggi terhadap sistem RTS (*Rail Ticketing System*), maka akan meningkatkan kepuasan pengguna.

Kelima, kualitas informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna melalui kepercayaan sebagai validasi. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan bukan sebagai variabel mediasi sehingga adanya peningkatan kepercayaan tidak akan mempengaruhi peningkatan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem RTS (*Rail Ticketing System*).

Saran

Pembenahan terhadap kualitas sistem harus lebih ditingkatkan, yaitu untuk keandalan sistem (*reliability*). Sistem informasi yang berkualitas adalah sistem informasi yang dapat diandalkan. Jika sistem tersebut dapat diandalkan maka sistem informasi tersebut layak digunakan. Dengan adanya pembenahan yang berkelanjutan maka akan meningkatkan ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan sistem sehingga kepuasan pengguna akan lebih meningkat.

Tampilan hasil dari kualitas informasi perlu ditingkatkan, yaitu pada tampilan kesesuaian terhadap data yang sebenarnya. Pada saat sistem mengalami gangguan maka kemampuan sistem dalam menghasilkan *output* juga terbatas sehingga pada saat pelanggan (pengguna) mengakses ketersediaan *seat* maka tidak bisa langsung meng-*update* data.

Kepercayaan pelanggan (pengguna) terhadap insentif yang diberikan harus ditingkatkan, yaitu perusahaan harus memberikan informasi yang jelas terkait potongan harga (insentif) yang tertera pada tiket khususnya pembelian *online* sehingga tidak menimbulkan multi tafsir. Penumpang akan membandingkan harga sebenarnya untuk pembelian loket dengan harga tiket yang dibeli melalui *online*. Dengan berbagai manfaat yang diberikan, maka pelanggan (pengguna) akan lebih percaya terhadap kualitas sistem informasi yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfian Ribut Sudarsono. 2015. "*Analisis Pengaruh Kualitas Sistem aplikasi Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Paket Program Aplikasi Sistem aplikasi Informasi Akuntansi di Pemda Kabupaten Sragen*". Artikel Publikasi Ilmiah. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Assael H. 1994. "*Customer Behavior and Marketing Action*". (Boston Massachusetts: PWS-Kelling Publishing Company, 1994).
- Bondan Dwi Iranto. 2012. "*Pengaruh Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi Informasi Terhadap Kinerja Individu (Studi pada PT PLN (persero) Distribusi Jateng dan DIY)*". Skripsi. Semarang: Program Sarjana Universitas diponegoro.
- Delone and Mclean. 2003. "*The Delone and Mclean model of information systems success: A ten-year update*". Journal of management Information Systems. vol. 19 (4), pp.9-30.
- Dian Septiayu Fendini., Kertahadi, dan Riyadi. 2013. "*Pengaruh Kualitas Sistem aplikasi dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Karyawan PT PLN (persero) Area Malang*". Jurnal Ilmu Administrasi. Universitas Brawijaya Malang.
- Dwi Itasari dan Nina Ernawati. 2013. "*The Influence of Trust and Commitment to Customer Loyalty with Customer satisfaction as an Intervening Variable (a case study on mobile phone customers in urban china products kemijen Semarang)*". Jurnal Dinamika Manajemen. Vol. 2. No. 2. Hal. 33-48.
- Ghozali, Imam. 2009. "*Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*". Cetakan ke IV. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendryadi. 2012. "*Populasi dan Sampel*". Research Methods, Statistics 22 Comments. <http://teorionline.net/populasi-dan-sampel/>. (7 November 2012).
- Istianingsih dan Wiwik Utami. 2009. "*Pengaruh Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi Informasi terhadap Kinerja Individu (Studi Empiris pada Pengguna Paket Program Aplikasi Sistem aplikasi Informasi Akuntansi di Indonesia)*". Jurnal Sistem aplikasi Informasi Akuntansi. Fakultas Ekonomi Universitas Mercubuana.

- Jailani, Sri Fatiany Abdul Kader., Hanitahaiza Hairuddin, dan Norol Hamiza Zamzuri. 2012. "Information System Acceptance and User Satisfaction The Mediating Role of Trust". *Jurnal Procedia-Social and Behavioral Sciences*. Vol 57. Hal 412-418. Center for Applied Management Studies, Faculty of Business Management. Universiti Teknologi MARA, 42300 Puncak Alam Selangor. Malaysia.
- Laili Rachmawati Chairiyah dan Mudjahidin. 2014. "Analisis Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Layanan Internet Banking dengan Penerapan Model Delone dan Mclean dimodifikasi (Studi Kasus Bank BUMN dan Bank Swasta)". *Jurnal Teknologi Informasi*. Institut Teknologi Sepuluh Nopember.
- Luqman Habieb Prasajo dan Dudi Pratomo. 2014. "Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem aplikasi, dan Kualitas Layanan Aplikasi Rail Ticketing System (RTS) terhadap Kepuasan Pengguna Sistem aplikasi pada PT Kereta Api Indonesia (persero) Daop 2 Bandung". *Jurnal sistem aplikasi informasi*. Program S1 Akuntansi.
- Muhammad Ariefian Isnani. 2013. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Online Reservation Ticket terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia Daop 4 Semarang)". Skripsi. Semarang: Program Sarjana Universitas Diponegoro.
- Nurhayati. 2016. "Pengaruh Green Marketing dan Corporate Social Responsibility terhadap Keputusan Pembelian dengan di Mediasi Pengetahuan (Studi pada Toko Swalayan Super Indo Kota Semarang)". Skripsi. Semarang: Universitas 17 Agustus 1945.
- Riza Wahyudi., Endang Siti Astuti, dan Riyadi. 2013. "Pengaruh Kualitas Sistem aplikasi, Informasi dan Pelayanan Siakad Terhadap Kepuasan Mahasiswa Program Sarjana Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya". *Jurnal Ilmu Administrasi*. Universitas Brawijaya Malang.
- Trisnadi Wijaya. 2015. "Regresi Linier dengan Variabel Mediasi (Intervening Variabel) dan Variabel Moderasi (Moderating)". <http://www.slideshare.net/trisnadi16983/regresi-linier-dengan-variabel-mediiasi-dan-moderasi>. (26 November 2015).
- Winda Septianita., Wahyu Agus Winarno, dan Alfi Arif. 2014. "Pengaruh Kualitas Sistem aplikasi, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) Terhadap Kepuasan Pengguna pada PT Kereta Api Indonesia (persero) Daop 9 Jember". *E-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 1 (1) . hal 53-56.
- Yoga Wicaksono. 2015. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening (Studi Pelanggan di PT. Indo Samudera Perkasa Semarang)". Skripsi. Semarang: Universitas Diponegoro.

Liputan6. 2015. “*Teknologi yang Mengubah Wajah PT KAI dari Offline Menjadi Online*”. <http://news.liputan6.com/>. (24 Agustus 2015).

PT Kereta Api Indonesia (persero). 2011. “*Annual Report*”. Bandung.

----- 2012. “*Annual Report*”. Bandung.

----- 2013. “*Annual Report*”. Bandung.

----- 2014. “*Annual Report*”. Bandung.

Website resmi PT Kereta Api Indonesia (persero) (www.kereta-api.co.id).

Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas. “*Internet*”. <https://id.wikipedia.org/wiki/Internet>.