

**PENGARUH KUALITAS SISTEM, KUALITAS INFORMASI,
KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN LOYALITAS
PELANGGAN WARNET : STUDI KASUS WARNET SARANG
BANGSAWAN, PARUNG SERAB**

Embun Fajar Wati¹
Tri Ika Jaya²
Budi Sudrajat³

AMIK BSI Cengkareng¹, Universitas Budi Luhur²

^{1,3}Jl. Kamal Raya No.18, Cengkareng Barat, Cengkareng, Daerah Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia,

²Jl. Ciledug Raya, RT.10/RW.2, Petukangan Utara, Pesanggrahan, Kota Jakarta Selatan, Daerah
Khusus Ibukota Jakarta, Indonesia

Email : embunwati@gmail.com, tri.ikajaya@budiluhur.ac.id, budi.bst@bsi.ac.id

ABSTRAK

Kemajuan teknologi informasi terutama internet mendorong lahirnya industri baru seperti warnet. Semakin menjamurnya pendirian warnet di negara Indonesia ini, khususnya di daerah Parung Serab. Kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah faktor terpenting dalam persaingan bisnis. Tiga variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas sistem. Faktor-faktor tersebut diduga dapat mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Penelitian ini mengajukan suatu model atau kerangka pemikiran gabungan dari model DeLone dan McLean (2003) dan model Akbar dan Parvez (2009). Hipotesis yang diajukan berguna untuk menguji hubungan ketiga variabel yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Metode yang digunakan adalah penyebaran kuesioner dengan 200 sampel pelanggan Warnet Sarang Bangsawan. Sampel yang digunakan hanya 175, sedangkan 25 sampel tidak valid. Structural Equation Model (SEM) digunakan untuk menganalisa data. Hasil analisa menunjukkan bahwa model tidak fit dengan populasi tetapi model hanya merepresentasikan sampel. Berdasarkan model yang diusulkan, kualitas informasi ditemukan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan maupun loyalitas pelanggan. Sedangkan kedua variabel lainnya yaitu kualitas sistem dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dihasilkan juga bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci : *kualitas, kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, warnet*

ABSTRACT

The progress of information technology, particularly internet leads to the birth of new industry such as internet cafe due to the rising of internet cafe in Indonesia, particularly in the area of Parung Serab. This paper is aimed at knowing customer satisfaction and loyalty as the most significant factor in business competition in internet cafe. Three variables used in this study are system quality, information quality, and service quality. These factors are thought to affect customer satisfaction and loyalty. This study proposes a framework model or combination of models which proposed by DeLone and McLean (2003) also Parvez and Akbar model (2009). The

proposed hypothesis is useful to investigate three relationship variables that affect customer satisfaction and loyalty. The method used in this study by distributing the questionnaires toward 200 samples of customers from Sarang Bangsawan's Internet Café. The sample used only 175 while 25 samples were not valid and Structural Equation Model (SEM) used to analyze the data. The analysis shows that the model does not appropriate with population model but it represents only on sample. This research finds that the quality of information has no significant effect on satisfaction and customer loyalty based on the proposed model. While two other variables such as system quality and service quality have significant effect on customer satisfaction and loyalty and also customer satisfaction has an effect on customer loyalty.

Key Words : *Customer Satisfaction, Loyalty, Internet Cafe*

1. Pendahuluan

Kebutuhan masyarakat Indonesia terhadap kemudahan memperoleh informasi menjadikan tingkat penggunaan internet terus meningkat. Hal ini mendorong bisnis warnet tumbuh pesat di daerah Parung Serab (pada tabel 1) dengan tingkat persaingan yang ketat dalam memfasilitasi penggunaan internet.

Tabel 1 : Data Warnet yang berjarak 3 km dari Warnet Sarang Bangsawan

No.	Nama Warnet	Lokasi
1.	MSN .Net	Jl. Raden Fatah
2	Rahayu Net	Jl. Raden Fatah
3.	Anter Net	Jl. Raden Fatah 25 A

Sumber : Observasi lapangan di sekitar warnet

Pengusaha di bidang warnet juga tidak dapat menghindari persaingan dalam menjaga kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk tetap menggunakan jasanya. Menurut Aydin dan Ozer (2004) dalam Haryono Ali Syafiq (2010), komponen kunci untuk menjaga kelangsungan hidup sebuah perusahaan dalam jangka panjang adalah loyalitas pelanggan. Untuk dapat mencapai hal tersebut bukan hal yang mudah bagi

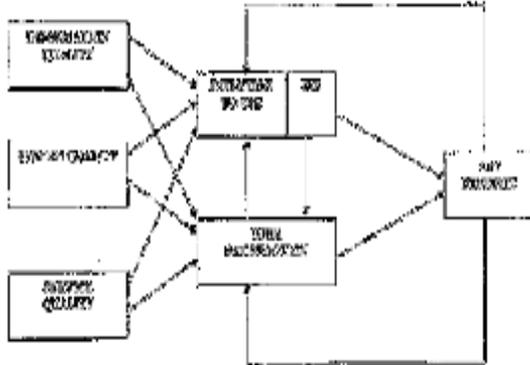
suatu perusahaan, sebab dibutuhkan strategi, terutama dalam kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan. Sampai saat ini, pelanggan di Warnet Sarang Bangsawan yang sudah berlangganan untuk menggunakan jasanya masih sedikit. Oleh karena itu, akan diteliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2. Landasan Teori

2.1. Model Kesuksesan Sistem Informasi

Akibat perubahan-perubahan dari peran dan penanganan sistem informasi yang telah berkembang, DeLone dan McLean (2003) dalam Jogiyanto (2007) memperbarui modelnya dan menyebutnya sebagai model kesuksesan sistem informasi D & M diperbarui (*updated D & M IS success model*). Model yang diperbarui mempunyai arah panah untuk mendemonstrasikan hubungan yang diusulkan antar dimensi-dimensi kesuksesan dalam bentuk proses, tetapi tidak menunjukkan arah hubungannya yang positif atau negatif dalam bentuk kausal.

Dari analisis ini, maka DeLone dan McLean (2003) dalam Jogiyanto (2007) mengusulkan suatu model yang diperbarui yang tampak pada gambar 1 berikut ini :



Gambar 1 : Model Kesuksesan Sistem Informasi D & M diperbarui

2.2. SEM (*Structural Equation Model*)

Menurut Hair et al. (1995) dalam Djoko Harsono (2011) terdapat 7 langkah yang harus dilakukan dalam menggunakan metode SEM yaitu :

1. Pengembangan model berbasis teori yaitu perubahan suatu variabel diasumsikan akan berakibat pada perubahan variabel yang lainnya.
2. Membangun diagram jalur (*path diagram*) yang bertujuan untuk memudahkan peneliti dalam melihat hubungan-hubungan kausalitas yang ingin diuji.
3. Konversi diagram jalur ke dalam persamaan struktural dengan cara menerjemahkan model tersebut ke dalam persamaan struktural dengan cara, setiap konstruk endogen merupakan variabel dependen di dalam persamaan yang terpisah.
4. Memilih matriks input dan

estimasi model diantaranya matriks varians-kovarians atau matriks korelasi sebagai data input untuk keseluruhan estimasi yang dilakukannya.

5. Evaluasi masalah identifikasi model adalah masalah mengenai ketidak-mampuan dari model yang dikembangkan untuk menghasilkan estimasi yang unik.
6. Evaluasi asumsi dan kesesuaian model dengan cara uji asumsi model, uji kesesuaian model dan uji parameter model.
7. Interpretasi dan modifikasi model untuk melihat apakah modifikasi yang dilakukan dapat menurunkan nilai Chi-Square.

2.3. Tinjauan Studi

Mohammad Muzahid Akbar dan Noorjahan Parvez (2009) membuat jurnal yang berjudul "*Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty.*" Studi ini meneliti tentang analisa keterkaitan pelanggan terhadap kualitas layanan, kepercayaan dan kepuasan pelanggan pada pelanggan dari perusahaan telekomunikasi swasta di Bangladesh.

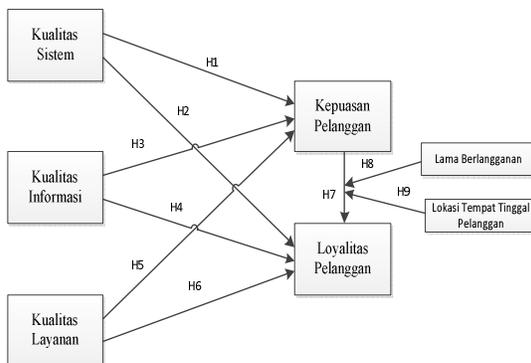
Pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner terstruktur pada 304 pelanggan dengan tingkat respon 90%. Hasil yang diperoleh yaitu :

- Kehandalan, data tanggap, jaminan, empati, dan tampilan fisik secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

- Kepercayaan secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan secara positif dan signifikan berkorelasi.

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah gabungan dari model penelitian DeLone dan McLean (2003) dan model penelitian Akbar dan Parvez (2009). Model ini dimodifikasi dengan adanya penambahan variabel moderating. Langkah-langkah analisa data dengan SEM pada penelitian ini mengadopsi dari penelitian Hair et al. yang berjumlah 7 langkah ditambah 1 langkah pengujian keragaman variabel moderasi yaitu lama berlangganan dan lokasi tempat tinggal pelanggan. Analisa data dengan SEM menggunakan software AMOS. Untuk melakukan evaluasi terdapat beberapa kriteria-kriteria penilaian yang digambarkan dalam kerangka konsep pemikiran (lihat gambar 2).



Gambar 2 : Kerangka Konsep Pemikiran

Ruang lingkup penelitian ini hanya

sampai pengkajian kepuasan dan loyalitas pelanggan yang terdiri dari beberapa variabel yaitu :

1. Variabel eksogen terdiri dari kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan.
2. Variabel endogen terdiri dari kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.
3. Variabel moderating terdiri dari lama berlangganan dan lokasi tempat tinggal pelanggan.

Teknik yang digunakan dalam penarikan sampel adalah *purposive sampling* yaitu teknik penarikan sampel yang dilakukan berdasarkan karakteristik yang ditetapkan terhadap elemen populasi target yang disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Sampel akan dikelompokkan sesuai lama berlangganan dan lokasi tempat tinggal pelanggan. Penyebaran Kuesioner dilakukan pada bulan November-Februari 2015. Pengumpulan data dilakukan pada bulan Februari 2015.

Kuesioner yang akan dibuat menggunakan skala semantik diferensial (gambar 3). Kuesioner terdiri dari 15 pernyataan dengan 5 variabel. Masing-masing variabel mempunyai 3 indikator. Total indikator adalah 15 dengan masing-masing indikator mempunyai 1 pernyataan. Keterangan tentang variabel dan indikator terdapat pada instrumen penelitian (pada tabel 3). Pilihan pendapat pada kuesioner terdapat pada gambar 5. Untuk pernyataan Sangat Tidak Setuju (STS) skala pengukuran bernilai 1 dan pernyataan Sangat Setuju (SS) skala pengukuran bernilai 4. Semakin ke kanan maka pendapat semakin positif dan sebaliknya.

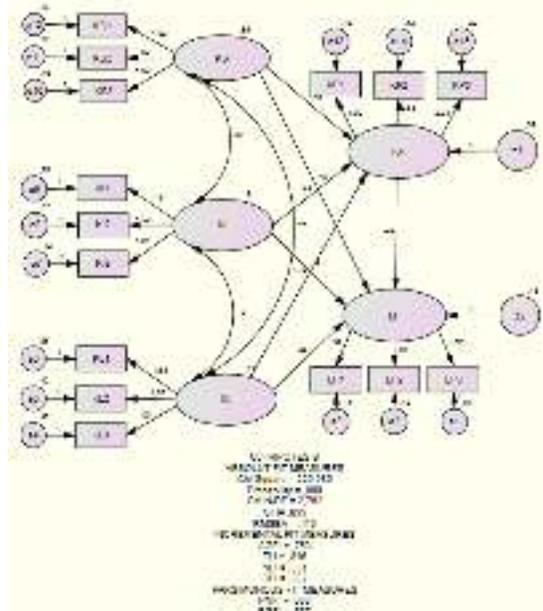


Gambar 3 : Pilihan Pendapat pada Kuesioner Penelitian

Responden yang digunakan pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan Warnet Sarang Bangsawan baik yang sudah lama berlangganan maupun yang baru.

4. Hasil Penelitian

Kuesioner yang disebarakan sebanyak 200, dengan tingkat validitas sebesar 87,5 %. Dari 200 orang responden, kuesioner yang terisi dengan lengkap dan benar sebanyak 175 dan 25 kuesioner tidak lengkap karena pengisian yang tidak benar. Setelah dilakukan penghitungan sampling didapatkan hasil uji kesesuaian dengan software AMOS 18 dapat dilihat pada gambar 4 berikut ini.

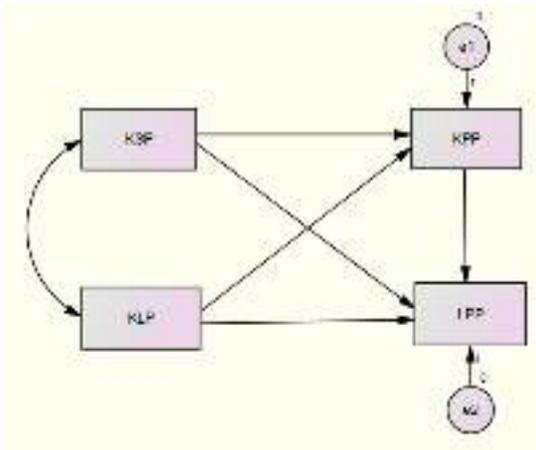


Gambar 4 : Hasil Uji Kesesuaian

Hasil yang terlihat pada gambar 4 menunjukkan bahwa *probability* (p) = 0,000. Hasil tersebut menunjukkan bahwa model yang diajukan pada penelitian tidak merepresentasikan karakteristik atau perilaku dari populasi melainkan hanya merepresentasikan sampel atau disebut juga model tidak fit, karena nilai *probability* < 0,05.

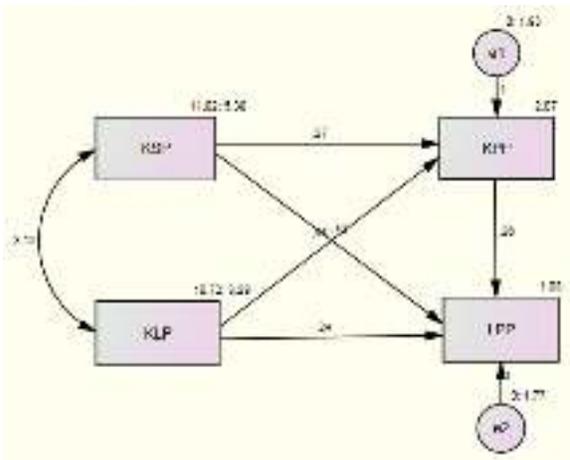
Model struktural yang tidak fit atau tidak memenuhi persyaratan, akan dikonversikan menjadi model jalur dan akan dilakukan pengujian. Penamaan untuk variabel pada model jalur ditambahkan huruf "P" atau "PATH".

Uji Signifikansi telah dilakukan dengan menghapus beberapa path atau variabel yang tidak signifikan. Hasil yang diperoleh dapat dilihat pada model akhir (gambar 5).



Gambar 5 : Model Jalur Akhir

Setelah dilakukan uji signifikansi, pada model jalur akhir (gambar 6) akan terdapat koefisien regresi seperti pada tabel 2 berikut ini.



Gambar 6 : Model Jalur Akhir dengan Koefisien Regresi

Tabel 2 : Koefisien Regresi dan Nilai Probabilitas Model Jalur Akhir

Hubungan Kausal	Deskripsi	Koefisien Regresi	P
K < K P -- L P - SP	Kualitas Sistem berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.	0,265	** *

K < K P -- L P - P	Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.	0,482	** *
L < K P -- SP P -	Kualitas Sistem berpengaruh secara signifikan terhadap Loyaltas Pelanggan.	0,423	** *
L < K P -- L P - P	Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyaltas Pelanggan.	0,238	0,022
L < K P -- K P - PP	Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap Loyaltas Pelanggan.	0,261	0,002

Tabel 3 : Intercept

Intercepts: (Group number 1 - Unconstrained)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KPP	2,07	0,734	2,822	0,005	par_9
LPP	1,077	0,723	1,49	0,136	par_10

Persamaan berdasarkan koefisien regresi dan nilai *Intercept* dari tabel 3 untuk variabel endogen model akhir dapat dituliskan sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 & - KPP = 2,07 + 0,265 KSP + 0,482 KLP \\
 & - LPP = 1,077 + 0,423 KSP + 0,238 KLP + 0,261 KPP
 \end{aligned}$$

Tabel 4 : Nilai R² dan Intercept Model Jalur Akhir

Variabel Endogen	R ²	Intercept
KPP	5,01 %	2,07

LPP	6,28 %	1,077
-----	--------	-------

Hasil penelitian (tabel 4) menjelaskan bahwa pengaruh terhadap KPP terjadi sebesar 5,01 % dari keseluruhan faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi KPP mempunyai persentase 94,99 %. Kualitas Informasi (KIP) tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (KPP). Persentase pengaruh dari Kualitas Sistem (KSP) dan Kualitas Layanan (KLP) lebih kecil pengaruhnya dibandingkan dengan faktor lain.

Variabel endogen Loyalitas Pelanggan (LPP) juga dipengaruhi secara signifikan oleh 3 variabel yaitu Kualitas Informasi (KIP), Kualitas Layanan (KLP), dan Kepuasan Pelanggan (KPP). Pengaruh terhadap LPP terjadi sebesar 6,28 % dari keseluruhan faktor yang mempengaruhi. Faktor-faktor lain yang mempengaruhi LPP mempunyai presentase 93.72 %. Sama halnya dengan Kepuasan Pelanggan (KPP), kualitas Informasi (KIP) tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (LPP). Persentase pengaruh dari Kualitas Sistem (KS) dan Kualitas Layanan (KL) sangat kecil pengaruhnya dibandingkan dengan faktor lain.

Selanjutnya dilakukan uji keragaman variabel moderasi. Berdasarkan hasil *output* keragaman lama berlangganan pada *model fit summary* bagian *Structural Weights* (tabel 5), terlihat bahwa nilai *probability* yaitu 0,431 yang berarti bahwa nilai $p > 0,05$. Hal ini menunjukkan berarti lama berlangganan mempengaruhi secara signifikan kepuasan pelanggan terhadap

loyalitas pelanggan di Warnet Sarang Bangsawan.

Tabel 5 : Fit Summary Keragaman Lama Berlangganan

CMIN					
Model	NPA R	CMI N	DF	P	CMIN/DF
Unconstrained	28	0	0		
Structural weights	23	4,88	5	0,431	0,976
Structural intercepts	21	9,671	7	0,208	1,382

Sedangkan hasil output dengan kriteria lokasi tempat tinggal terlihat bahwa pada *model fit summary* bagian *Structural Weights* (tabel 6), terlihat bahwa nilai *probability* yaitu 0,073 yang berarti bahwa nilai $p > 0,05$. Hal ini menunjukkan berarti lokasi tempat tinggal mempengaruhi secara signifikan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan di Warnet Sarang Bangsawan.

Tabel 6 : Fit Summary Keragaman Lokasi Tempat Tinggal

CMIN					
Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Unconstrained	28	0	0		
Structural weights	23	10,077	5	0,073	2,015
Structural intercepts	21	14,523	7	0,043	2,075

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, diperoleh kesimpulan bahwa tidak semua variabel dalam model yang diajukan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Variabel kualitas informasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sedangkan variabel yang berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah kualitas sistem dan kualitas layanan. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Peningkatan terhadap kualitas sistem terutama dari segi jaringan komputer agar loading internet menjadi lebih cepat, penambahan komputer dan bandwidth juga diperlukan dalam peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Perbaikan terhadap kualitas informasi perlu dilakukan seperti pengadaan training bagi operator warnet dalam hal pelayanan memberikan informasi bagi para pelanggan. Pihak manajemen perlu membuat langkah-langkah atau strategi selanjutnya untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terutama ketiga variabel yang diteliti.

6. Daftar Pustaka

- [1] Aisyah, Siti (2011). “Kajian Model dan Persepsi Penerimaan/Penggunaan *Student Information Services* : Studi Kasus Perguruan Tinggi Raharja”. Program Studi Magister Ilmu Komputer, Universitas Budi Luhur.
- [2] DeLone, William H. & McLane, Ephraim R. (1992). “*Information System Success : The Quest for The Dependent Variable*”. *Information System Research* 3 : 1.
- [3] Harsono, Djoko (2011). “Kajian Efektivitas E-Learning : Studi Kasus STMIK Indonesia”. Program Studi Magister Ilmu Komputer, Universitas Budi Luhur.
- [4] Hasyim, M. (2010). “Analisis Pengaruh Ekspektasi Kinerja, Ekspektasi Usaha, dan Faktor Sosial Terhadap Penggunaan Sistem Informasi (Studi Kasus PT. Semen Bosowa Maros)”. Universitas Hasanuddin, Makassar.
- [5] I. Eid, Mustafa (2011). “*Determinants of E-Commerce Customer Satisfaction, Trust, and Loyalty in Saudi Arabia*”. *Journal of Electronic Commerce Research*, Vol 12, No. 1.
- [6] Jogiyanto (2007). “Model Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi”. Andi Yogyakarta.
- [7] Jogiyanto (2007). “Sistem Informasi Keperilakuan”. Andi Yogyakarta.
- [8] M. Byrne, Barbara (2010). “*Structural Equation Modeling With AMOS: Basic Concepts, Applications, and Programming, 2nd edition*”, (pp. 3-9).
- [9] Muzahid Akbar, Mohammad & Parvez, Noorjahan (2009). “*Impact of Service Quality, Trust, and Customer Satisfaction on Customers Loyalty*”. *ABAC Journal* Vol. 29, No. 1 (January-April, pp. 24-38).