

ANALISIS PERSEPSI MANFAAT, PERSEPSI KEMUDAHAN, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI KOMUNIKASI SNAAPP PADA SD IGNATIUS SLAMET RIYADI KARAWANG

Niko Faizal Akbar

MGG Software, Indonesia,
email: nc04ever@gmail.com

Abstract This study aims to find out about: 1) the effect of perceived usefulness on user satisfaction, 2) the effect of perceived ease of use on user satisfaction, 3) the effect of service quality on user satisfaction, 4) the effect of perceived ease of use on perceived usefulness, 5) the effect of perceived usefulness and perceived ease of use on user satisfaction simultaneously. This type of quantitative research with a population of Ignatius Slamet Riyadi Karawang Elementary School parents user as many as 300 people, using techniques Quota Sampling and using the Slovin formula as a sample determination, found a sample of 171 people. Analysis of data with multiple linear regression results: 1) perceived usefulness has a positive and significant affects on user satisfaction, 2) perceived ease of use has a positive and significant effect on user satisfaction, 3) service quality has a positive and significant effect on user satisfaction, 4) perceive ease of use has a positive and significant effect on perceived usefulness, 5) perceived usefulness and perceived ease of use have a positive and significant effect on user satisfaction simultaneously.

Keywords: *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, Service Quality and User Satisfaction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang : 1) pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna, 2) pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan pengguna, 3) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna, 4) pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat , 5) pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara simultan terhadap kepuasan pengguna. Jenis penelitian kuantitatif dengan populasi para wali murid SD Ignatius Slamet Riyadi Karawang pengguna aplikasi snaapp sebanyak 300 orang, menggunakan teknik *Sampling Kuota* serta menggunakan rumus *Slovin* sebagai penentuan sampel, ditemukan jumlah sampel sebanyak 171 orang. Analisa data dengan regresi linier berganda hasilnya : 1) persepsi manfaat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, 2) persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, 3) kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, 4) persepsi kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat , 5) persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Kata Kunci : *Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengguna*

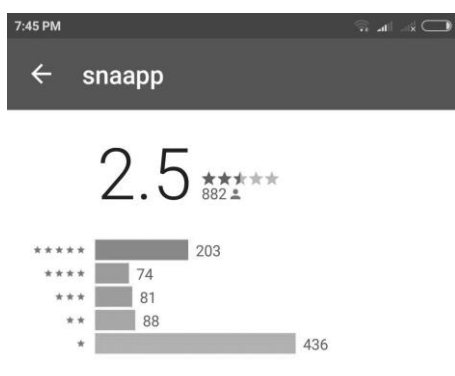
PENDAHULUAN

Dewasa ini teknologi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Beberapa perusahaan IT telah bermunculan. Banyak *startup* hadir seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan konsumen. Dikemukakan oleh Davis (1989) yang menjelaskan bahwa pengembangan item-item konstruk ini difokuskan pada dua konstruk teoritis yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan yang secara teori merupakan penentu-penentu dasar dari penggunaan (*use*) dari sistem. Kualitas layanan dihasilkan oleh

operasional yang dilakukan perusahaan, dan keberhasilan oleh proses operasional perusahaan ini ditentukan oleh banyak faktor, antara lain karyawan, sistem teknologi dan keterlibatan nasabah.

Berkaca pada jurnal penelitian yang dilakukan oleh Ida Ayu dan Gusti Ayu (2017) yang berjudul ; “Pengaruh persepsi manfaat, persepsi kemudahan dan kualitas layanan terhadap kepuasan untuk membangun loyalitas pada aplikasi Gojek, menjelaskan bahwa semua variabel memiliki pengaruh pada kepuasan pengguna untuk

membangun loyalitas pelanggan, kecuali variabel kualitas layanan. Sementara itu Muslim Amin (2014) yang melakukan penelitian yang berjudul; “User satisfaction with mobile websites” juga menggunakan variabel yang sama dan disebutkan bahwa ada pengaruh simultan antara persepsi kemudahan dan persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna.



Gambar 1.1 Rating aplikasi snaapp
Sumber : Google Playstore (2018)

Sesuai informasi pada gambar 1.1 terlihat rating dari aplikasi snaapp. Dari hasil tersebut terbukti bahwa terdapat kurangnya kepuasan yang dialami pengguna. Rating 2.5 dari total 5 bintang di nilai orang sekitar 882 orang. Hal ini tentu menjadi permasalahan tersendiri yang bisa diteliti.

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan orang tua pengguna Snaapp di SD Ign Slamet Riyadi Karawang?
2. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan orang tua pengguna Snaapp di SD Ign Slamet Riyadi Karawang?
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan orang tua

pengguna Snaapp di SD Ign Slamet Riyadi Karawang?

4. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat orang tua pengguna Snaapp di SD Ign Slamet Riyadi Karawang?

5. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kemudahan dan persepsi manfaat secara simultan terhadap kepuasan orang tua pengguna Snaapp di SD Ign Slamet Riyadi Karawang?

KAJIAN TEORI Persepsi Manfaat

Menurut Jogiyanto (2007:114) persepsi manfaat didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan meningkatkan kinerja pekerjaannya. Sedangkan definisi persepsi manfaat menurut Davis (1989:320), merupakan suatu tahap dimana seseorang percaya bahwa pemakai suatu sistem tertentu akan dapat menambah prestasi kerja. Definisi di atas dapat disimpulkan bahwa persepsi kegunaan merupakan suatu kepercayaan pengguna terhadap sebuah aplikasi komunikasi tertentu pada saat melaksanakan pekerjaannya. Jika pengguna merasa percaya bahwa sistem informasi berguna maka ia akan menggunakannya. Sebaliknya jika pengguna tidak percaya bahwa sistem informasi berguna maka ia tidak akan menggunakannya. Thompson (2007:72) menyebutkan bahwa individu akan menggunakan teknologi informasi jika mengetahui manfaat positif atas penggunaannya. Dengan kata lain meningkatkan kinerja, prestasi kerja orang yang menggunakannya. Terdapat 6 indikator untuk mengukur persepsi manfaat menurut Davis (1989) yaitu pekerjaan lebih cepat selesai (*work more quickly*), memudahkan pekerjaan (*makes job easier*), meningkatkan kinerja (*job performance*), meningkatkan produktivitas (*increase productivity*).

Persepsi Kemudahan

Menurut Jogiyanto (2007), persepsi kemudahan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Davis (1986) mendefinisikan bahwa persepsi kemudahan sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa menggunakan teknologi informasi dapat mengurangi usaha seseorang dalam mengerjakan sesuatu. Dari definisi diatas dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan (*believe*) bahwa jika seseorang merasa bahwa suatu sistem yang ia gunakan dapat dengan mudah digunakan, maka ia akan menggunakannya.

Kualitas Pelayanan

Dalam model *SERVQUAL*, kualitas pelayanan didefinisikan sebagai penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu jasa atau layanan, (Parasuraman et al, 1985), sedangkan definisi kualitas pelayanan yang sering disebut sebagai mutu pelayanan (Parasuraman et al, 1988) adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima atau peroleh.

Kemudian Parasuraman *et al* dalam Zeithaml dan Bitner (1996:118), menyempurnakan dimensi sehingga menjadi 5 dimensi yaitu : (i) Bukti fisik (*tangibles*); meliputi fasilitas fisik, perlengkapan,

Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna sistem informasi dalam penelitian ini merupakan tingkat kepuasan pemakai terhadap aplikasi yang digunakan dan *output* yang dihasilkan oleh aplikasi tersebut. Stacie *et al.* (2008:239) mengatakan bahwa kepuasan pengguna adalah tingkat kepuasan pengguna atas laporan, situs web, dan layanan dukungan. DeLone & McLean (2003:26) mengatakan bahwa *user satisfaction* adalah tingkat kepuasan pengguna situs dan layanan. Kepuasan pengguna sistem informasi ini

Dan sebaliknya, jika ia merasa bahwa suatu sistem sulit untuk digunakan, maka ia tidak akan menggunakan sistem informasi tersebut. Venkatesh dan Davis (2000:201) membagi dimensi kemudahan yang dirasakan pengguna sebagai berikut:

- a. Mudah mengoperasikan sistem sesuai dengan apa yang ingin individu kerjakan
- b. Interaksi pengguna dengan teknologi informasi jelas dan mudah dimengerti
- c. Tidak dibutuhkan banyak usaha untuk berinteraksi dengan sistem tersebut
- d. Sistem mudah digunakan

pegawai, dan sarana komunikasi ; (ii) Keandalan (*reliability*); yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan ; (iii) Daya tanggap (*responsiveness*); yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap ; (iv) Jaminan (*assurance*); mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko, atau keraguraguan ; (v) Empati (*empathy*); meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pemakai sistem informasi terhadap sistem dan *output* yang dihasilkan. Menurut Gable *et al* (2008) ukuran dari kepuasan pengguna dibagi menjadi tiga dimensi, yakni: (i) Kenyamanan (*Enjoyment*). Merupakan bagian penting dari kepuasan pengguna. Tanpa rasa nyaman dan aman pengguna tidak akan merasa terpaksa menggunakan aplikasi tersebut. (ii) Kepuasan informasi (*Information Satisfaction*). Kemudahan untuk mendapatkan informasi sudah tentu menjadi alasan bagi para pengguna untuk menggunakan aplikasi yang dimaksud. (iii) Kepuasan sistem (*System Satisfaction*).

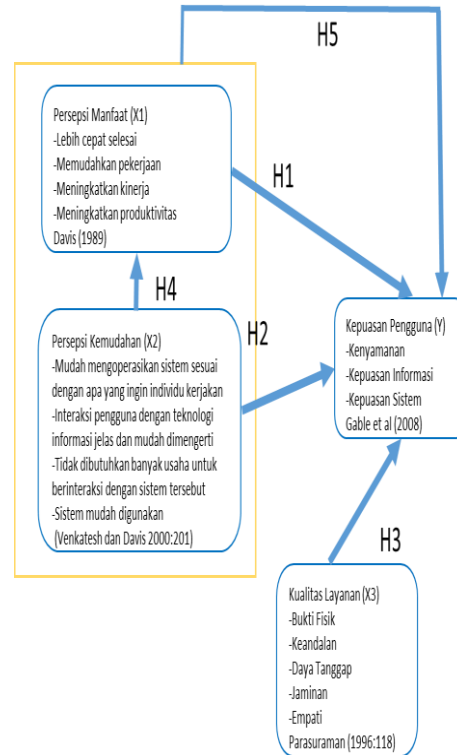
Sistem yang akurat sudah menjadi hal yang wajib bagi para pembuat aplikasi untuk memudahkan penggunaannya. Jika sistemnya

Pengembangan Hipotesis dan Kerangka Pemikiran

Berdasarkan tinjauan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis penelitian diajukan sebagai berikut :

- a. H1: Persepsi Manfaat berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna
- b. H2 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pengguna
- c. H3 : Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan
- d. H4 : Persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Persepsi Manfaat
- e. H5 : Persepsi Manfaat dan Persepsi Kemudahan secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna

baik, akan dengan mudah mendapatkan pengguna.



Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan variabel – variabel yang diteliti, maka desain penelitiannya adalah merupakan penelitian survei. Penelitian survei pada umumnya dilakukan untuk mengambil generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam (Sugiyono, 2007). Populasi dalam penelitian ini adalah orang tua pengguna aplikasi *snaapp* yang berjumlah 300 orang. Penentuan jumlah sampel yang diambil menggunakan rumus Slovin dengan batas toleransi 5 % sehingga diperoleh hasil 171 orang. Sampel dipilih dengan cara *non-probability sampling* yaitu setiap individu diambil dari populasi dan dipilih dengan

sengaja menurut tujuan yakni responden yang sudah menggunakan aplikasi dan berada di lokasi sekolah.

Teknik yang digunakan adalah *Sampling Kuota* yaitu pengambilan sampelnya didasarkan hanya pada kebutuhan penelitian tersebut. Setiap individu yang dipilih adalah pelanggan yang sudah menggunakan aplikasi selama satu semester. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan dua teknik, yaitu teknik langsung dengan mewawancarai para orang tua pengguna aplikasi *Snaapp* saat bertemu staff *Snaapp* pada waktu melakukan open booth *help desk* serta menyebarkan kuesioner kepada pengguna (wali murid) yakni sebagai responden. Indikator dari masing-masing dimensi akan diukur dengan menggunakan skala *likert*

dengan skor 1 – 5, dengan bobot tertinggi adalah 5 yang artinya sangat setuju dan bobot

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2007), uji validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Pada hasil tes terlihat bahwa nilai r hitung tiap – tiap dimensi variabel persepsi kemudahan, persepsi manfaat, kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna > nilai r tabel (0,15). Sehingga semua variabel tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Pengukuran ini dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α), suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai α (α) > 0,60. Pada pengukuran yang dilakukan setiap variabel tersebut memiliki reliabilitas di atas 0,60.

Uji Normalitas

Metode yang handal dalam uji normalitas adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal

terendah adalah 1 yang artinya sangat tidak setuju.

Uji normalitas berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan alat bantu SPSS, maka dapat diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Berdasarkan hasilnya maka terlihat tidak terjadinya multikolinearitas karena dari variabel – variabel tersebut memenuhi syarat yakni nilai *Tolerance* di atas 0,10 dan nilai VIF di bawah 10.

Uji Heterokedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas sendiri adalah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Metode uji glejser merupakan uji statistik yang menggambarkan lebih jelas tentang adanya gejala pada uji heteroskedastisitas. Setelah di uji dengan metode *Glejser* variabel persepsi manfaat, persepsi kemudahan serta kualitas pelayanan menunjukkan bahwa $\text{Sig.} > 0,05$ sehingga itu membuktikan bahwa tidak terjadinya heterokedastisitas.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1.1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.721	1.355		3.484	.001
	X1_Pers_Manf	.118	.052	.115	2.286	.024
	X2_Pers_Kem	.070	.022	.164	3.193	.002
	X3_Kua_Paly	.339	.029		6.68	.000

a. Dependent Variable: Y_Kepuas
Sumber : Hasil olah data tahun 2019

Analisis regresi linier bisa diformulasikan dengan rumus sebagai berikut:

$$1) \quad Y = 4,721 + 0,118 X1 + 0,070 X2 - 0,339 X3 + e \text{ (H1,H2,H3)}$$

- a. Nilai koefisien regresi variabel Persepsi manfaat sebesar 0,118 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi manfaat

semakin baik maka kepuasan pengguna akan meningkat

- b. Nilai koefisien regresi variabel Persepsi kemudahan sebesar 0,070 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi kemudahan semakin baik maka kepuasan pengguna akan meningkat
- c. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,339 bernilai positif yang berarti bahwa jika kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan pengguna akan meningkat

Tabel 1.2

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.970	.716		39.068	.000
	X2_Pers_Kem	.179	.029	.425	6.095	.000

a. Dependent Variable: X1_Pers_Manf
Sumber : Hasil olah data tahun 2019

Analisis regresi bisa diformulasikan dengan rumus sebagai berikut :

$$2) \quad X1 = 27,970 + 0,179 X2 + e \text{ (H4)}$$

Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sebesar 0,179 bernilai positif

yang berarti bahwa jika persepsi kemudahan semakin baik maka persepsi manfaat akan meningkat.

Uji Signifikansi Simultan F (Uji F)

Tabel 1.3

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	498.971	2	249.486	83.994	.000 ^b
	Residual	499.006	168	2.970		
	Total	997.977	170			

a. Dependent Variable: Y_Kepuas
a. Predictors: (Constant), X2_Pers_Kem, X1_Pers_Manf

Sumber : Hasil olah data tahun 2019

Hasil yang diperoleh pada uji F yakni bahwa nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$ sehingga membuktikan bahwa kedua variabel yakni persepsi manfaat dan persepsi

kemudahan secara bersama – sama atau simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Sehingga **H5 didukung**.

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 1.4

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.721	1.355		3.484	.001
	X1_Pers_Manf	.118	.052	.115	2.286	.024
	X2_Pers_Kem	.070	.022	.164	3.193	.002
	X3_Kua_Pelv	.339	.029	.668	11.657	.000

a. Dependent Variable: Y_Kepuas

Sumber : Hasil olah data tahun 2019

Terlihat pada tabel di atas variabel persepsi manfaat nilai t hitungnya sebesar 2,286 sedangkan signifikansi untuk uji $t < 0,05$ yang menandakan bahwa variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sehingga **H1 didukung**. Kemudian untuk variabel kedua yakni persepsi kemudahan memiliki nilai t hitung sebesar 3,193 sedangkan signifikansinya $< 0,05$ yang dapat diartikan bahwa variabel persepsi kemudahan secara parsial **Koefisien Determinasi (R2)**

berpengaruh terhadap kepuasan pengguna yang artinya **H2 didukung**. Untuk variabel berikutnya yaitu kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar 11,657 untuk signifikansinya $< 0,05$ yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sehingga **H3 didukung**.

Tabel 1.5

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.851 ^a	.724	.719	1.28355	.724	146.251	3	167	.000

a. Predictors: (Constant), X3_Kua_Pely, X1_Pers_Manf,

b. X2_Pers_Kem

b. Dependent Variable: Y_Kepuas

Sumber : Hasil olah data tahun 2019

Selain faktor – faktor tersebut kecil pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna.

Sesuai pada tabel koefisien determinasi (R^2) diatas dapat dijelaskan bahwa nilai yang terlihat pada R Square adalah 0,724 atau sebesar 72,4%. Dengan persentase sebanyak itu maka bisa dikatakan sudah cukup mewakili faktor – faktor dari kepuasan pengguna.

5.5.5. Analisis Korelasi Antar Dimensi

Tabel 1.6
Correlation

Variabel	Dimensi	Kepuasan Pengguna (Y)		
		Kenyamanan (Y1)	Kepuasan Informasi (Y2)	Kepuasan sistem (Y3)
Persepsi Manfaat (X1)	Pekerjaan lebih cepat selesai	.447	.360	.499
	Memudahkan pekerjaan	.441	.389	.508
	Meningkatkan kinerja	.482	.432	.519
	Meningkatkan produktivitas	.477	.455	.566
Persepsi Kemudahan	Mudah mengoperasikan sesuai keinginan	.388	.533	.466
	Interaksi pengguna dengan teknologi mudah dimengerti	.466	.564	.442
	Tidak membutuhkan banyak usaha	.448	.559	.447
	Sistem mudah digunakan	.488	.594	.517
Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik	.565	.730	.666
	Empati	.555	.708	.618
	Kehandalan	.612	.781	.596
	Jaminan	.627	.842	.624
	Cepat Tanggap	.649	.799	.613

Sumber : Hasil olah data tahun 2019

Pada tabel koefisien determinasi korelasi antar dimensi diatas terlihat bahwa dimensi – dimensi dari kepuasan konsumen paling banyak dipengaruhi oleh dimensi – dimensi dari variabel

kualitas layanan. Sebuah bukti otentik terlihat ketika dimensi jaminan dan cepat tanggap memiliki pengaruh paling besar yakni 0,842 atau 84 % dan 0,799 atau 79 %.

PEMBAHASAN

a) Hipotesis 1 (Pengaruh persepsi manfaat terhadap kepuasan pengguna)

Melalui hasil regresi dengan dibantu SPSS terlihat bahwa adanya nilai koefisien regresi variabel persepsi manfaat sebesar 0,118 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi manfaat semakin baik maka kepuasan pengguna akan meningkat. Yang artinya adalah ketika aplikasi yang digunakan oleh para pengguna mempunyai manfaat yang besar sudah tentu kepuasan yang dirasakan oleh para pengguna akan turut membesar, begitupun sebaliknya. Jadi ada hubungan searah antara manfaat aplikasi dengan kepuasan.

Kemudian melalui uji t disebutkan bahwa signifikansi persepsi manfaat terhadap kepuasan sebesar 0,024 berarti untuk uji $t < 0,05$ yang menandakan bahwa variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sehingga H1 didukung. Hal ini sejalan dengan beberapa penelitian sebelumnya seperti Ida Ayu (2017) dan Muslim Amin (2014) yang hasilnya persepsi manfaat secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang aplikasi sudah selayaknya terus mengembangkan platform – platform yang memiliki nilai plus. Dalam hal ini tentu sesuatu yang bersifat menguntungkan bagi para pemakai aplikasi (wali murid). Fitur – fitur yang membantu proses belajar mengajar bisa ditambahkan sedemikian rupa sehingga para wali murid merasa membutuhkan dan terpuaskan

keinginannya. Harapannya penelitian ini bisa menjadi masukan bagi pihak snaapp terus mengembangkan fitur – fitur baru yang juga bisa membantu pihak sekolah dalam melakukan aktifitas pendidikan. Sebagai contoh pihak snaapp bisa menambahkan fitur yang bisa membantu sekolah melakukan pelaporan Dapodik atau Bos yang biasanya harus dilaporkan oleh sekolah ke suku dinas pendidikan setempat. Yang mana sistem tersebut akan sangat dibutuhkan mengingat banyaknya sekolah yang sangat kesulitan dalam merekap laporan – laporan tersebut.

b) Hipotesis 2 (Pengaruh persepsi kemudahan terhadap kepuasan pengguna)

Melalui tabel regresi di atas terlihat bahwa nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sebesar 0,070 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi kemudahan semakin baik maka kepuasan pengguna akan meningkat. Itu juga didukung dengan hasil uji t yang hasilnya 0,002 yang artinya signifikan karena $< 0,05$. Itu berarti pengaruh persepsi kemudahan secara signifikan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pengguna.

Hasil yang sama juga terjadi pada penelitian oleh Tao Zhou (2010) pada penelitiannya terhadap bagaimana kesuksesannya suatu penerimaan teknologi aplikasi. Hal ini sudah bukan rahasia lagi mengingat semakin mudah penggunaan sebuah teknologi atau dalam hal ini aplikasi akan semakin memuaskan pula bagi para penggunanya. Faktor – faktor yang menentukan mengenai mudahnya atau lancarnya penggunaan yakni seperti ada

atau tidaknya *bugs*, apakah bahasa di aplikasi mudah dimengerti, serta fitur yang tidak terlalu rumit. Sayangnya pada saat melakukan observasi masih banyaknya para wali murid yang merasa kesulitan menggunakan aplikasi *snaapp*. Ini menjadi pekerjaan yang perlu dibenahi oleh perusahaan. Bahasa yang masih bercampur antara Inggris dan Indonesia menjadi permasalahan tersendiri yang harus dibenahi.

c) Hipotesis 3 (Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna)

Dalam tabel regresi di atas menunjukkan variabel berikutnya yaitu kualitas pelayanan memiliki t hitung sebesar 11,657 untuk signifikansinya $< 0,05$ yang berarti bahwa kualitas layanan secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Penelitian ini artinya **tidak sejalan** dengan Ida Ayu (2017) yang mengatakan kualitas pelayanan tidak signifikan berpengaruh dengan kepuasan pengguna namun pembuktian ini sejalan dengan penelitian dari Anas Abdelsatar *et al* (2017) menyatakan kualitas layanan yang ditemukan menjadi prediktor kuat kepuasan pelanggan. Penelitian sebelumnya telah menguatkan hasil penelitian ini (Anderson *et al.*, 1994; Cronin & Taylor, 1992; Lee & Lin, 2005; Udo, Bagchi, & Kirs, 2010). Karena itu, hasil menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat ketika kualitas layanan meningkat. Sesuai dengan hal itu pada tabel korelasi antardimensi di atas kualitas pelayanan menjadi variabel yang **paling banyak** pengaruh dimensinya terhadap kepuasan pengguna dibandingkan variabel yang lain.

Kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat vital dalam kaitannya dengan kepuasan pengguna mengingat dalam penelitian ini ternyata efeknya paling dominan dibandingkan dengan yang lain. Terlepas dari kekurangan dari segi persepsi manfaat dan kemudahan, kualitas layanan

yang baik serta maksimal cukup mampu mengurangi ketidakpuasan pengguna itu. Itu menandakan perlunya aktivitas monitoring dan service yang intens agar segala bentuk komplain mengenai aplikasi bisa tertangani dengan baik.

d) Hipotesis 4 (Pengaruh persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat)

Nilai koefisien regresi variabel persepsi kemudahan sebesar 0,179 X^2 bernilai positif yang berarti bahwa jika persepsi kemudahan semakin baik maka persepsi manfaat akan meningkat. Selain itu terlihat juga uji t pada tabel di atas, variabel persepsi manfaat nilai t hitung sebesar 6,095 sedangkan signifikansi untuk uji $t < 0,05$ yang menandakan bahwa variabel persepsi manfaat secara parsial berpengaruh terhadap persepsi kemudahan sehingga H_4 didukung. Hasil ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh Theo *et al* (2014) dan Harries Arizonia (2016) yang beranggapan sama yakni dikatakan persepsi kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap persepsi manfaat.

Secara logika tentu jika seorang pengguna mudah dan sudah bisa menggunakan suatu aplikasi sudah tentu bisa merasakan manfaatnya. Dengan analogi ini tentu pihak *snaapp* harus terus melakukan pembaruan sistem guna memudahkan para pengguna untuk mengoperasikan aplikasinya. Tanpa kemudahan dalam mengakses aplikasi tentu para pengguna tidak akan bisa merasakan manfaatnya.

e) Hipotesis 5 (Pengaruh persepsi manfaat dan persepsi kemudahan terhadap kepuasan pengguna secara simultan)

Terlihat dari data di atas terlihat bahwa nilai signifikansi $< 0,05$ sehingga membuktikan bahwa kedua variabel yakni persepsi manfaat dan persepsi kemudahan secara bersama – sama atau secara simultan berpengaruh positif terhadap

kepuasan pengguna. Ini didukung juga dengan penelitian dari Thae Min Lee, Cheol Park (2008) serta penelitian dari Muslim Amin (2014).

Kedua variabel ini, yaitu persepsi manfaat dan persepsi kemudahan adalah variabel yang cukup berperan di penelitian – penelitian untuk bidang teknologi dan merupakan bagian dari TAM (*Technology Acceptance Model*). Sehingga keterkaitannya tidak bisa dibantahkan lagi terutama untuk kepuasan pengguna aplikasi. Pihak perusahaan tentu tidak boleh melupakan dua variabel ini jika ingin terus memuaskan pengguna.

KESIMPULAN

Teknologi telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Beberapa perusahaan IT telah bermunculan. Banyak *startup* hadir seiring dengan perkembangan zaman dan kebutuhan konsumen untuk mencari kemudahan dalam mengakses segala informasi dan memenuhi kebutuhan sehari – hari. Sejauh ini sudah berbagai macam jenis *startup* yang menyerbu Indonesia. Dari transportasi *online* hingga *online* shopping sudah menjamur di kalangan masyarakat Indonesia. Para pengguna gadget sangat dimudahkan dengan kehadiran aplikasi di *device* mereka masing – masing. Penikmat aplikasi *startup* ini pun sudah beranekaragam. Dari anak muda hingga para orang tua seakan – akan diberikan “jalan pintas” dalam melakukan berbagai aktivitas. Aplikasi atau *startup* di dunia pendidikan juga sudah menjamur, mengingat cukup banyaknya jumlah sekolah di Indonesia. Banyak sekolah yang sudah menggunakan aplikasi – aplikasi tersebut yang fungsinya tentu untuk mempermudah sekolah dalam mencapai efektivitas dan efisiensi. Salah satu aplikasi yang mempunyai tujuan tersebut adalah *Snaapp* (*School Notification and Attendance Application*). *Snaapp* adalah satu aplikasi yang sudah berjalan hampir di semua sekolah di Singapura dan mulai diuji coba oleh beberapa sekolah di Indonesia. Sebagai sebuah aplikasi

snaapp harus terus mengembangkan aplikasinya. Pada sebuah pra survei yang ditujukan kepada orang tua, tidak jarang kritik tertuju pada aplikasi ini. Banyak dari pengguna wali murid yang merasa kesulitan mengoperasikan aplikasi ini. Baik dari segi bahasa yang masih “tercampur” antara Inggris dan Indonesia, juga bermasalah saat login dan semacamnya. Selain itu dari penelitian – penelitian sebelumnya diketemukan bahwa faktor – faktor TAM (*Technology Acceptance Model*) tersebut cukup memberi pengaruh yang besar terhadap kepuasan pengguna selain variabel kualitas layanan.

SARAN

Pada penelitian ini terdapat kenyataan yang menarik, justru **kualitas layananlah** yang memegang peranan paling besar dalam mempengaruhi kepuasan pengguna. Melalui penelitian ini kita mengetahui bahwa meskipun ada pernyataan – pernyataan negatif dari pengguna dari sisi persepsi manfaat dan persepsi kemudahan tetapi hal tersebut masih bisa dicover jika perusahaan memiliki kualitas pelayanan yang baik. Karena terlihat banyaknya para pengguna mengharapkan adanya pelayanan jika ada masalah bugs dan sebagainya, maka dari penelitian ini penulis memberikan saran untuk perusahaan yakni :

- 1) Bagi para marketing atau customer service diharapkan cepat dalam melayani komplain dari pengguna. Pada dimensi jaminan dan cepat tanggap yang indikatornya meliputi : Perilaku karyawan meyakinkan para pengguna, kecepatan dalam melayani pengguna, dan karyawan selalu bersedia membantu, mengartikan bahwa perlunya sebuah *monitoring usage* yang cukup intens di sekolah – sekolah atau dengan membuat *help desk* secara periodik
- 2) Mungkin pada dasarnya para pengguna sudah memahami dan memaklumi jika masih ada kekurangan pada fitur yang ada pada aplikasi, namun harus ada timbal balik dari perusahaan yakni dengan pelayanan yang baik dan pengembangan sistem supaya lebih baik lagi. Sebagai

perusahaan yang bergerak di bidang aplikasi sudah selayaknya terus mengembangkan platform – platform yang memiliki nilai plus. Dalam hal ini tentu sesuatu yang bersifat menguntungkan bagi para pemakai aplikasi (wali murid). Fitur – fitur yang membantu proses belajar mengajar bisa ditambahkan sedemikian rupa sehingga para wali murid merasa membutuhkan dan terpuaskan keinginannya. Harapannya penelitian ini bisa menjadi masukan bagi pihak snaapp terus mengembangkan fitur – fitur baru yang juga bisa membantu pihak sekolah dalam melakukan aktifitas pendidikan. Sebagai contoh pihak snaapp bisa menambahkan fitur yang bisa membantu sekolah melakukan pelaporan Dapodik atau Bos yang biasanya harus dilaporkan oleh sekolah ke suku dinas pendidikan setempat. Yang mana sistem tersebut akan sangat dibutuhkan mengingat banyaknya sekolah yang sangat kesulitan dalam merekap laporan – laporan tersebut. Hal ini sudah bukan rahasia lagi mengingat semakin mudah penggunaan sebuah teknologi atau dalam hal ini aplikasi akan semakin memuaskan pula bagi para penggunanya.

- 3) Kemudian faktor – faktor yang menentukan mengenai mudahnya atau lancarnya penggunaan yakni seperti ada

atau tidaknya *bugs*, apakah bahasa di aplikasi mudah dimengerti, serta fitur yang tidak terlalu rumit. Sayangnya pada saat melakukan observasi masih banyaknya para wali murid yang merasa kesulitan menggunakan aplikasi snaapp. Ini menjadi pekerjaan yang perlu dibenahi oleh perusahaan. Bahasa yang masih bercampur antara Inggris dan Indonesia menjadi permasalahan tersendiri yang harus dibenahi. Kemudian tentu kita tahu bahwa kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat vital dalam kaitannya dengan kepuasan pengguna mengingat dalam penelitian ini ternyata efeknya paling dominan dibandingkan dengan yang lain. Terlepas dari kekurangan dari segi persepsi manfaat dan kemudahan, kualitas layanan yang baik serta maksimal cukup mampu mengurangi ketidakpuasan pengguna itu. Itu menandakan perlunya aktivitas monitoring dan service yang intens agar segala bentuk komplain mengenai aplikasi bisa tertangani dengan baik. Secara logika tentu jika seorang pengguna mudah dan sudah bisa menggunakan suatu aplikasi sudah tentu bisa merasakan manfaatnya. Dengan analogi ini tentu pihak *snaapp* harus terus melakukan pembaruan sistem guna memudahkan para pengguna untuk mengoperasikan aplikasinya.

DAFTAR RUJUKAN

- Amin, Muslim. (2014), "User satisfaction with mobile websites: the impact of perceived usefulness (PU), perceived ease of use (PEOU) and trust", *Nankai Business Review International*, Vol. 5 Iss 3 pp. 258 – 274.
- Anas Abdelsatar Mohammad Salameh, Hartini Ahmad, Faisal Zulhumadi, Faruq Muhammad Abubakar (2017) M-Commerce in the Arab Open University: The Relationships between System Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction
- Davis, F.D.J. (1986). A Technology Acceptance Model for Testing New End-User Information Systems : *Theory and Results. Ph D., Massachusetts Institute of Technology*, United States.
- Davis, F.D.J. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- DeLone, W.H., and McLean, E.R. (2003). "The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update," *Journal of Management Information Systems* (19:4), Spring, pp 9-30.
- Gable, Guy., Darshana, S. and Taizhan Chan (2008). Re-conceptualizing Information System Success: The IS-Impact Measurement Model. *Journal of the Association for Information Systems*, Vol.9 Issue 7 pp.377-408 July 2008.
- Harries Arizona (2016) Intention To Use Smartphone Through Perceived Compatibility, Perceived Usefulness And Perceived Easy Of Use. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 7 (1) 2016, 1-10
- Ida Ayu Cynthia Saisaria Mandasari dan I Gusti Ayu Ketut Giantari (2017). Pengaruh perceived usefulness, perceived ease of use, dan kualitas layanan terhadap kepuasan untuk membangun loyalitas. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana* 6.10 (2017): 3637-3664. Jogiyanto (2007:114)
- Jogiyanto, (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan. Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *The Journal of Marketing*, 41-50.
- Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality". *Journal of Retailing*. Vol 64 (1) pp 12-37
- Peter, Stacie., DeLone, William H., dan McLean, Ephraim R. (2008). "Measuring information systems success: models, dimensions, measures, and interrelationships". *European Journal of Information System*.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta..
- Teo G, et al. (2014) PECA: a novel statistical tool for deconvoluting time-dependent gene expression regulation. *J Proteome Res* 13(1):29-37
- Thae Min Lee, Cheol Park (2008). Mobile technology usage and B2B market performance under mandatory adoption. *Industrial Marketing Management*. Volume 37, Issue 7, October 2008, Pages 833-840
- Thompson, A. (2007) In fantasy land, sports judges hear imaginary cases. *The Wall Street Journal*, p.A1.
- Venkatesh, V. & Davis, F. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model : four longitudinal field studies. *Management Science* 46(2), 186-204.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner. 1996. *Service Marketing International Editions*. New York: Mc Graw Hill
- Zhou, T. (2011). Examining the critical success factors of mobile website adoption. *Online Information Review*, 35(4), 636–652. doi:10.1108/146845

Formatted: Justified, Indent: Left: 0 cm, Hanging: 1,5 cm, Space After: 0 pt, Don't adjust space between Latin and Asian text, Don't adjust space between Asian text and numbers