

**PENGARUH KUALITAS SISTEM INFORMASI, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
JASA GOJEK DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:
Halim Prawiranata
15812147009

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
JURUSAN PENDIDIKAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2017**

**PENGARUH KUALITAS SISTEM INFORMASI, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
JASA GOJEK DI KOTA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Oleh :
Halim Prawiranata
15812147009

Telah disetujui dan disahkan pada tanggal 9 Agustus 2017
Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Akuntansi
Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta



Disetujui
Dosen Pembimbing

Diana Rahmawati, M.Si.
NIP. 19760207 200604 2 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS SISTEM INFORMASI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA GOJEK DI KOTA YOGYAKARTA

Oleh:
Halim Prawiranata
15812147009

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 16 Agustus 2017

dan dinyatakan telah lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Prof. Sukirno, M.Si.,Ph.D	Ketua Penguji		29/8 2017
Mimin Nur Aisyah, M.Sc, Ak	Penguji Utama		25/8 2017
Diana Rahmawati, M.Si	Sekertaris		28/8 2017

Yogyakarta, 29 Agustus 2017

Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,

Dr. Sugiharsono, M. Si.
NIP. 19550328 198303 1 0021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Halim Prawiranata
NIM : 15812147009
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas
Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Jasa Gojek
di Kota Yogyakarta

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat orang yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yogyakarta, 8 Agustus 2017

Yang menyatakan,



Halim Prawiranata
NIM. 15812147009

MOTTO

“Bebek berjalan berbondong-bondong, akan tetapi burung elang terbang sendirian” (Soekarno)

“Jika kamu mulai lelah akan sesuatu, maka ingatlah apa yang pertama kali kamu inginkan dari sesuatu tersebut” (Penulis)

“Tidak semua yang terlihat mudah itu mudah dan tidak semua yang terlihat sulit itu sulit” (Penulis)

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur Kehadirat Allah SWT, Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, Bapak Muhammad Amin dan Ibu Sri Handayani yang selalu memberikan motivasi dan doa.
2. Kedua adik saya, Azka Fuada dan Faiza Fiddaraini yang selalu menjadi penyemangat untuk menyelesaikan tugas akhir.
3. Keluarga di Sleman dan Bantul yang selalu memberikan dukungan.

**PENGARUH KUALITAS SISTEM INFORMASI, HARGA DAN
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
JASA GOJEK DI KOTA YOGYAKARTA**

Oleh :
Halim Prawiranata
15812147009

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui: (1) Pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. (2) Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. (3) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta dan (4) Pengaruh kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 200 responden. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Uji prasyarat analisis meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,667, nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $20,303 > 1,652$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,765, nilai t_{hitung} yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} yaitu $14,118 > 1,652$ dan nilai signifikansi sebesar $0,018 < 0,05$. (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,546, nilai t_{hitung} yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} yaitu $16,562 > 1,652$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$. (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,379, 0,222 dan 0,206, nilai F_{hitung} yang lebih besar dibandingkan F_{tabel} yaitu $193,777 > 3,040$ dan nilai signifikansi sebesar $0,00 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Sistem Informasi, Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

**THE INFLUENCE OF INFORMATION SYSTEMS QUALITY, PRICE AND
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION OF GOJEK
SERVICES IN YOGYAKARTA**

by:
Halim Prawiranata
15812147009

ABSTRACT

This research aims to know : (1) the influence of information system quality on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta. (2) the influence of price on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta (3) the influence of service quality on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta and (4) the influence of information system quality, price and service quality simultaneously on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta.

The population of this research was the customers of Gojek in Yogyakarta. There were 200 respondents as the sample of the study. Questionnaires used as the methods of data collection. The prerequisite analysis tests included normality test, linearity test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. The data analysis techniques which employed to test the hypothesis were simple regression analysis and multiple regression analysis.

The results show that: (1) There is a positive and significant effect of information system quality on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta. It is shown by positive value of regression coefficient is 0,667, t_{count} which is bigger than t_{table} that is $20,303 > 1,652$ and significance value equal $0,00 < 0,05$. (2) There is positive influence and significant price on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta. It is shown by positive regression coefficient that is 0,765, t_{count} which is bigger than t_{table} that is $14,118 > 1,652$ and significance value equal to $0,018 < 0,05$. (3) There is positive influence and significant service quality on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta. It is shown by positive regression coefficient that is 0,546, t_{count} is bigger than t_{table} that is $16,562 > 1,652$ and significance value equal to $0,00 < 0,05$. (4) There is positive and significant influence of information system quality, price and service quality simultaneously on customer satisfaction of Gojek services in Yogyakarta. It is shown by positive regression coefficient that is 0,379, 0,222 and 0,206, F_{count} value bigger than F_{table} that is $193,777 > 3,040$ and significance value equal to $0,00 < 0,05$.

Keywords: *Information Systems Quality, Price, Services Quality, Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil’alamin, Puji syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah Nya sehingga penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta” dapat terselesaikan. Penyelesaian Tugas Akhir Skripsi ini berjalan dengan lancar berkat bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini disampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Sutrisna Wibawa, M.Pd., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
3. Rr. Indah Mustikawati, S.E., M.Si., Ak., Ketua Jurusan Pendidikan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta.
4. Diana Rahmawati, M.Si., Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan dengan sabar memberikan bimbingan, petunjuk serta nasehat dalam penyusunan skripsi.
5. Mimin Nur Aisyah, M.Si., Ak., Dosen Narasumber yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama menyusun skripsi..
6. Segenap Dosen Universitas Negeri Yogyakarta Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi yang telah memberikan ilmu bermanfaat.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini

Disadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang bersifat membangun selalu diharapkan demi perbaikan lebih lanjut.

Yogyakarta, 8 Agustus 2017

Penulis



Halim Prawiranata
NIM. 15812147009

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Pembatasan Masalah	10
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan Penelitian.....	11
F. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Deskripsi Teori	13
1. Kepuasan Pelanggan.....	13
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	13
b. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan	14
c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	15

d. Indikator Kepuasan Pelanggan	17
2. Kualitas Sistem Informasi	17
a. Pengertian Kualitas Sistem Informasi.....	17
b. Fungsi Sistem Informasi	19
c. Karakteristik Sistem informasi	19
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Sistem Informasi.....	20
e. Indikator Kualitas Sistem Informasi	21
3. Harga	23
a. Pengertian Harga.....	23
b. Strategi Menetapkan Harga.....	24
c. Tujuan Menetapkan Harga.....	25
d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga.....	27
e. Indikator Harga	29
4. Kualitas Pelayanan	30
a. Pengertian Pelayanan	30
b. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	32
c. Karakteristik Jasa	32
d. Bauran Pemasaran Jasa	34
e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	35
f. Indikator Kualitas Pelayanan	36
B. Penelitian yang Relevan	37
C. Kerangka Berpikir.....	39
1. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan	39
2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan	40
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	41
4. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	42
D. Paradigma Penelitian	43
E. Hipotesis	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45

A.	Desain Penelitian	45
B.	Tempat dan Waktu Penelitian	45
C.	Populasi dan Sampel Penelitian	46
D.	Definisi Operasional Variabel	47
1.	Variabel Dependen.....	48
2.	Variabel Independen	48
E.	Metode Pengumpulan Data.....	49
F.	Instrumen Penelitian.....	50
a.	Uji Validitas	54
b.	Uji Reliabilitas	57
G.	Teknis Analisis Data	58
1.	Analisis Deskriptif	59
2.	Uji Prasyarat Analisis	60
3.	Uji Asumsi Klasik.....	62
4.	Uji Hipotesis	63
a.	Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		70
A.	Hasil Penelitian.....	70
1.	Deskripsi Data Penelitian.....	70
2.	Deskripsi Data Responden.....	70
3.	Deskripsi Data Variabel	76
B.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	101
1.	Pengaruh Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek.....	101
2.	Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek.....	104
3.	Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek....	106
4.	Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek.....	108
C.	Keterbatasan Penelitian	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		113
A.	Kesimpulan.....	113

B.	Implikasi Penelitian	115
C.	Saran	116
	DAFTAR PUSTAKA	119
	LAMPIRAN	123

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi – kisi instrumen	51
Tabel 2. Skor pernyataan positif dan negatif.....	52
Tabel 3. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan.....	55
Tabel 4. Uji Validitas Variabel Kualitas Sistem Informasi.....	55
Tabel 5. Uji Validitas Harga	56
Tabel 6. Uji Validitas Kualitas Pelayanan	57
Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel.....	58
Tabel 8. Frekuensi berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 9. Frekuensi berdasarkan usia	71
Tabel 10. Frekuensi jenis pekerjaan.....	72
Tabel 11. Frekuensi pengeluaran	73
Tabel 12. Frekuensi intensitas <i>order</i>	75
Tabel 13. Deskripsi Data Variabel	76
Tabel 14. Kelas frekuensi Kepuasan Pelanggan	77
Tabel 15. Kategori kecenderungan data Kepuasan Pelanggan	79
Tabel 16. Kelas frekuensi Kualitas Sistem Informasi.....	80
Tabel 17. Kecenderungan data Kualitas Sistem Informasi	81
Tabel 18. Kelas frekuensi data Harga	83
Tabel 19. Kategori kecenderungan variabel Harga.....	84
Tabel 20. Kelas frekuensi variabel Kualitas Pelayanan	86
Tabel 21. Katagori Kecenderungan data Kualitas Pelayanan	87
Tabel 22. Hasil perhitungan uji linearitas	88
Tabel 23. Hasil Uji Multikolinearitas	89
Tabel 24. Hasil Uji Heteroskedastisitas	90
Tabel 25. Hasil Uji Regresi Sederhana	91
Tabel 26. Hasil Uji Regresi Sederhana	93
Tabel 27. Hasil Uji Regresi Sederhana	95
Tabel 28. Hasil Uji Regresi Berganda.....	98
Tabel 29. Hasil Uji Sumbangan Relatif dan Efektif	100

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Paradigman Penelitian.....	43
Gambar 2. Histogram jenis kelamin.....	71
Gambar 3. Histogram kelompok usia.....	72
Gambar 4. Jenis Pekerjaan	73
Gambar 5. Histogram pengeluaran responden	74
Gambar 6. Histogram intensitas <i>order</i>	75
Gambar 7. Histogram kelas Frekuensi Kepuasan Pelanggan.....	78
Gambar 8. Histogram Frekuensi data kualitas Sistem Informasi.....	81
Gambar 9. Histogram Frekuensi data Harga.....	84
Gambar 10. Histogram Frekuensi Kualitas Pelayanan	86

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN	124
LAMPIRAN 2 DATA UJI INSTRUMEN	132
LAMPIRAN 3 VALIDITAS DAN RELIABILITAS	137
LAMPIRAN 4 DATA PENELITIAN	147
LAMPIRAN 5 PERHITUNGAN DISTRIBUSI	172
LAMPIRAN 6 UJI ASUMSI KLASIK	182
LAMPIRAN 7 UJI HIPOTESIS	191
LAMPIRAN 8 SUMBANGAN RELATIF DAN EFEKTIF	196

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era yang modern seperti sekarang ini, transportasi menjadi salah satu faktor penunjang penting dalam kegiatan sehari-hari terutama di daerah perkotaan. Bergesernya ruang tempat tinggal dari kota ke pinggiran kota membuat transportasi semakin dibutuhkan, mengingat segala rutinitas kesibukan memerlukan transportasi sebagai alat untuk menunjang rutinitas. Transportasi yang baik dapat mencerminkan keteraturan kota, hal ini dikarenakan transportasi merupakan suatu alat bantu dalam mengarahkan pembangunan. Selain itu, transportasi juga merupakan suatu prasarana bagi pergerakan manusia atau barang yang timbul akibat adanya kegiatan di daerah perkotaan.

Transportasi merupakan sarana perkembangan yang penting dalam memperlancar roda perekonomian dan mempengaruhi semua aspek kehidupan. Transportasi dapat membantu perekonomian yang baik di suatu daerah bahkan disuatu negara. Semakin baik dan tertatanya transportasi di suatu daerah akan semakin baik pula perekonomiannya. Dengan adanya pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat kebutuhan akan jasa transportasi akan semakin meningkat pula, hal ini lah yang menyebabkan semakin berkembangnya dunia bisnis di sektor jasa transportasi.

Pada saat ini transportasi umum serasa kurang didukung oleh pemerintah, mulai dari kendaraan yang tidak layak jalan, sopir yang tidak tertib dan rawannya tindak kriminal sehingga orang takut memakai jasa transportasi umum. Oleh

karena itu masyarakat lebih memilih menggunakan transportasi pribadi untuk beraktifitas dalam kehidupan sehari-hari, tak heran apabila seiring bertambahnya jumlah penduduk lama-kelamaan volume kendaraan akan meningkat dan menimbulkan kemacetan karena tidak sebanding pembangunan jalan dengan volume kendaraan. Salah satu dampak dari kemacetan adalah akan memperlambat roda perekonomian. Untuk itu banyak program kerja pemerintah pusat maupun pemerintah daerah merencanakan peralihan dari kendaraan pribadi ke kendaraan umum. Untuk menekan angka kemacetan dan minat menggunakan transportasi umum, pemerintah seharusnya mengupayakan fasilitas, kemudahan akses transportasi umum serta jaminan keamanan bagi pelanggan.

Dewasa ini pertumbuhan transportasi umum meliputi bisnis skala besar seperti taxi, bus dan lain-lain sampai dengan bisnis skala kecil seperti ojek konvensional sudah semakin menjamur, namun dirasa kurang memenuhi keinginan para pengguna. Banyak keluhan tentang transportasi umum seperti pelayanan yang kurang memuaskan, fasilitas tidak mendukung, tidak efektif untuk beraktifitas dan masih banyak lagi. Untuk itu perlu adanya penyedia jasa yang memberikan pelayanan yang lebih baik dan inovatif. Pembaharuan tersebut bukan hanya penciptaan sesuatu baru, tetapi juga merupakan produk aktual atau *outcome*. Bagi suatu jasa, *outcome* bukan merupakan suatu hasil output, melainkan modifikasi dari pelayanan yang sudah ada (Tjiptono,2012).

Sejalan dengan pesatnya teknologi informasi dan komunikasi, teknologi transportasi pun mulai berkembang. Saat ini banyak bermunculan jasa transportasi online di indonesia seperti Gojek, grabbike, grabtaxi, uber, dan lain-lain.

Gojek merupakan salah satu penyedia pelayanan jasa transportasi online melalui aplikasi yang tersedia pada sistem operasi Android dan iOS. Gojek bermitra dengan sekitar 200.000 *driver* di JABODETABEK, Bandung, Bali, Surabaya, Semarang, Yogyakarta, Palembang dan Pekanbaru . Manajemen Gojek menerapkan sistem bagi hasil, pembagiannya 80% penghasilan untuk *driver* Gojek dan 20% untuk Gojek.

Mengingat Gojek adalah perusahaan jasa yang begitu diminati maka kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka keuntungan yang didapat semakin besar, karena pelanggan akan melakukan pembelian ulang/ *order* kembali terhadap jasa perusahaan. Namun, apabila tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan kecil, maka terdapat kemungkinan bahwa pelanggan tersebut akan pindah ke produk/jasa pesaing. Menurut Kotler (2000) kepuasan adalah tingkat seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang sudah dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan merupakan hal penting bagi perusahaan. Gojek sebagai sebuah perusahaan jasa harus memperhatikan kepuasan setiap pelanggannya. Namun di tengah animo masyarakat yang tinggi terhadap jasa Gojek terdapat banyak keluhan tentang tidak puasnya pelanggan atau tidak sedikit yang merasa kecewa dalam menggunakan jasa Gojek.

Menurut survei pendahuluan yang telah dilakukan peneliti, di Kota Yogyakarta setidaknya ada 14 orang dari 30 responden yang berhasil diwawancara merasa tidak puas terhadap jasa Gojek. Responden yang merasa jasa Gojek belum memuaskan rata- rata memiliki keluhan tentang *driver* Gojek,

antara lain *driver* Gojek yang mengemudikan kendaraannya tidak tertib, *driver* Gojek tidak bisa dihubungi disaat *order* jasa Gojek, *driver* Gojek kurang menjaga kebersihan dirinya maupun perlengkapan yang akan dipakai oleh pelanggan, pemakaian bahasa yang digunakan para *driver* yang kurang dimengerti oleh pelanggan, tidak sesuainya rute yang tertera di aplikasi dengan rute yang dilalui oleh *driver* dan yang lebih parah lagi yaitu *driver* Gojek tidak memakai atribut Gojek.

Banyak faktor yang menumbuhkan kepuasan pelanggan antara lain yaitu kenyamanan, kualitas sistem informasi, profesional, jaminan, keamanan, harga, dan kualitas pelayanan. Dari banyaknya faktor yang menumbuhkan kepuasan pelanggan, peneliti tertarik kepada tiga faktor yang akan menumbuhkan kepuasan pelanggan. Faktor tersebut yaitu kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan. Dengan kualitas sistem informasi yang baik pelanggan akan merasa dimudahkan dengan penggunaan sistem informasi yang dibuat oleh penyedia jasa. Hal ini akan menumbuhkan kepuasan. Harga yang terjangkau akan menimbulkan ketertarikan pelanggan dan memberikan rasa keuntungan ekonomis dalam menggunakan jasa tersebut. Pelayanan yang memuaskan pelanggan secara konsisten akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Apabila secara konsisten kualitas sistem informasi, harga serta pelayanan itu dirasakan berkualitas maka pelanggan akan merasa puas. Kepuasan sangat penting bagi perusahaan agar pelanggan mau memakai kembali memakai jasa tersebut tanpa khawatir dan akan menumbuhkan loyalitas konsumen. Semakin besar kepuasan konsumen akan

menciptakan loyalitas yang berdampak pada pendapatan yang meningkat bagi perusahaan.

Faktor yang menumbuhkan kepuasan salah satu contohnya yaitu kualitas sistem informasi. Sistem informasi menurut John F Nash dikutip dalam Susanto (2004) adalah kombinasi dari manusia, fasilitas atau alat teknologi, media, prosedur dan pengendalian yang bermaksud menata jaringan komunikasi yang penting, proses atau transaksi tertentu dan rutin, membantu manajemen dan pemakai *intern* dan *ekstern* dan menyediakan dasar pengambilan keputusan yang tepat. Jadi sistem informasi yang tersedia harusnya berkualitas mulai dari manusia, fasilitas, media, prosedur dan pengendalian agar terciptanya tujuan sistem informasi yaitu untuk mempermudah kegiatan aktifitas yang dilakukan oleh pemakai sistem informasi.

Tuntutan pada Gojek selaku perusahaan jasa yang seharusnya memberikan sistem informasi yang berkualitas menemui kendala seperti banyak pelanggan Gojek mengeluhkan masalah mengenai *order* yang tidak dapat dibatalkan, rute yang dilalui tidak semestinya dan sering terjadi *error* dalam penggunaan aplikasinya yang menyebabkan kerugian bagi pelanggan Gojek. Selain itu, terdapat masalah privasi dimana banyak keluhan pelanggan yang merasa dirinya diteror oleh oknum yang tidak bertanggung jawab karena data yang seharusnya dijaga oleh Gojek di dalam aplikasi tersebut bocor dan informasi yang bersifat pribadi seperti nomor alamat rumah dan nomor telepon bisa dilihat pada *driver* Gojek yang tujuannya semula memudahkan penjemputan pelanggan rentan disalahgunakan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab.

Kejadian yang dialami oleh salah satu pelanggan Gojek berinisial AA yang dalam blognya memaparkan pengalaman pahitnya saat akun Gojek dibobol dimana AA tidak bisa membuka aplikasi Gojek dan beberapa saat setelah itu akun Gojek AA dapat login kembali ke aplikasi Gojek tetapi saldo Go-Pay yaitu semacam alat pembayaran elektronik yang didepositkan melalui bank untuk membayar Gojek ternyata bersaldo nol, padahal menurutnya saldo Go-Pay baru saja diisi. Belum lagi ada praktik kecurangan yang dipakai oleh oknum *driver* untuk menipu sistem menggunakan aplikasi seperti fake GPS dan aplikasi yang dilarang oleh perusahaan Gojek sendiri agar oknum *driver* dapat mengambil untung dari perbuatan yang tidak sportif. Dari banyaknya masalah di atas terkait masalah sistem informasi Gojek, manajemen perlu meningkatkan kualitas sistem informasinya. diperbaiki agar masalah tersebut tak lagi menakuti para pelanggan Gojek.

Jika kualitas sistem informasi telah mumpuni untuk menjalankan bisnis transportasi Gojek maka hal lain yang tak kalah penting diperhatikan yaitu masalah kualitas pelayanan terhadap pelanggan Gojek. Menurut Ginting (2012) pelayanan merupakan interaksi produsen dan konsumen. Akibat transaksi tersebut, pelanggan akan merasakan akibat atau efek dari pelayanan yang mereka terima saat itu. Pelayanan menurut Umar (2013) rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. jadi kualitas pelayanan haruslah memiliki keunggulan yang pada akhirnya memenuhi keinginan pelanggan.

Pelayanan yang diterima oleh pelanggan Gojek bisa melalui *costumer service* yang membantu apabila ada kendala di dalam sistem informasi, bisa juga diterima dari *driver* Gojek yang langsung berinteraksi memberikan pelayanannya pada pelanggan. Namun pelayanan di jasa Gojek belumlah maksimal mengingat masih ada saja masalah yang berkaitan dengan pelayanan Gojek, beberapa contoh masalah yang dihadapi oleh Gojek contohnya, keterlambatan pada layanan Go Send, *driver* yang tidak ramah kepada pelanggan, *driver* Gojek yang tidak menyediakan perlengkapan seperti jas hujan untuk digunakan disaat hujan agar perjalanan lancar sampai tujuan, *driver* yang kadang-kadang tidak mengetahui atau menguasai lokasi tertentu. Tentunya masalah ini tidak dapat ditolerir mengingat seharusnya para *driver* mengetahui secara pasti lokasi yang menjadi daerah operasinya, banyak dari kalangan menengah ke bawah yang beralih profesi menjadi *driver* Gojek karena penghasilan yang akan diterimanya.

Namun di sisi lain ini menjadi pemicu timbulnya masalah pelayanan seperti tidak dapat diandalkanya *driver* Gojek, dalam memiliki tingkat pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan dari pelanggan mengenai lokasi atau jarak tempuh dan lain-lainya, apabila hal ini terjadi tentunya akan memberikan kerugian bagi pelanggan Gojek yang menginginkan para *driver* Gojek berkerja secara profesional.

Kualitas sistem informasi dan kualitas pelayanan adalah hal penting dalam bisnis jasa, karena sistem informasi dan pelayanan akan membuat pelanggan tertarik menggunakan jasa tersebut, tetapi semakin tinggi kualitas sistem informasi dan kualitas pelayanan biasanya juga mempengaruhi biaya pokok

perusahaan yang tentunya akan dibebankan oleh perusahaan kepada pelanggan. Semakin tinggi beban pokok perusahaan pasti akan mempengaruhi harga. Harga menurut (Kotler dan Amstrong, 2008) “Sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa”. Harga yang tinggi akan membuat pelanggan berpikir dua kali untuk memakai jasanya, meskipun dalam hal ini menurut teknokompas dalam artikelnya menyatakan bahwa “Gojek menyasar kepada konsumen yang tidak sensitif terhadap harga” tetapi fakta di lapangan menunjukkan bahwa Gojek banyak dipakai kalangan menengah ke bawah yang sensitif terhadap harga.

Harga yang tinggi tentunya akan membuat pelanggan Gojek kesulitan untuk membayar dan tidak berminat lagi menggunakan jasa Gojek. Banyak pelanggan Gojek dari kalangan kelas menengah ke bawah yang mengeluhkan tingginya harga Gojek meskipun sebenarnya harga Gojek termasuk standar dalam persaingan ojek *online*. Hal ini terjadi karena pelanggan Gojek membandingkan tarif Gojek dengan ojek konvensional. Penyesuaian tarif terjadi karena promo yang diberikan Gojek sudah habis. Tarif baru tersebut dirasa berat untuk mereka yang biasa menggunakan Gojek dengan jarak tempuh diatas 15 KM, karena apabila pelanggan menempuh jarak diatas 15 KM akan dikenai biaya tambahan 2000 rupiah perkilometer yang dirasa cukup mahal mengingat tarif ojek pesaing mematok tarif 1500 rupiah perkilometer. Oleh karena itu manajemen diharapkan mematok tarif dengan bijak agar para pelanggan tidak memilih ojek *online* lainnya dalam memenuhi kebutuhan transportasinya.

Berdasarkan uraian tentang masalah kualitas sistem informasi yang di alami Gojek, Masalah harga yang tinggi dari pesaingnya dan permasalah mengenai pelayanan Gojek yang belum optimal yang telah dijabarkan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Gojek di Kota Yogyakarta.”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka indentifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan pelanggan Gojek belum optimal karena dari survei yang telah dilakukan di Kota Yogyakarta 14 dari 30 responden merasa tidak puas jasa Gojek.
2. Kualitas sistem informasi Gojek belum optimal dikarenakan server Gojek diretas oleh oknum yang membobol aplikasi Gojek.
3. Sistem informasi Gojek yang sering mengalami *error* terutama dalam pemilihan rute dengan tidak cocoknya jalan yang dilewati dengan jalan yang di pesan pada aplikasi Gojek.
4. Dugaan pelanggaran *privasi* pelanggan yang dilakukan oleh oknum yang tidak bertanggung jawab dengan meneror pelanggan Gojek.
5. Masih ada oknum *driver* Gojek yang melakukan perbuatan tidak sportif seperti memakai aplikasi yang dilarang oleh manajemen Gojek yaitu *Fake GPS*

6. Penetapan harga yang tinggi setelah promo yang diberikan Gojek habis.
7. Kualitas pelayanan Gojek belum maksimal karena masih adanya *driver* yang belum berpengalaman di bidang ojek.

C. Pembatasan Masalah

Untuk menghindari meluasnya penelitian, masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini difokuskan pada pengaruh kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta?
2. Apakah terdapat pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta ?
4. Apakah terdapat pengaruh kualitas sistem, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta?

E. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas sistem, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan untuk menambah wawasan dan menguji kemampuan mahasiswa mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat digunakan sebagai sarana untuk menerapkan teori yang telah diperoleh pada masa perkuliahan dan menambah wawasan penulis dengan memberikan pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan Gojek.

b. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan kepada perusahaan agar lebih memperhatikan kepuasan pelanggan dalam hal ini memperhatikan kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan agar pelanggan memberikan loyalitas bagi perusahaan.

c. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta

Penelitian ini dapat menambah referensi untuk pengetahuan dan informasi pembaca khususnya mahasiswa yang akan melakukan penelitian yang sama.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pendekatan *linguistic* ini maka kepuasan dapat diartikan bahwa produk atau jasa yang mampu memberikan lebih dari pada yang diharapkan konsumen. Kepuasan konsumen adalah kondisi dimana harapan konsumen mampu dipenuhi oleh produk (Kotler & Armstrong, 1999). Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan pada prinsipnya akan bermuara pada penciptaan nilai superior yang akan diberikan kepada pelanggan. Penciptaan nilai yang superior akan menghasilkan tingkat kepuasan yang merupakan tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, 1999). Mengukur tingkat kepuasan perlu dilakukan untuk mengetahui sejauhmana kualitas pelayanan yang diberikan yang mampu menciptakan kepuasan pelanggan. (Oliver, 2005) mendefinisikan kepuasan sebagai penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu di bawah maupun di atas harapan.

Menurut Sumarwan (2003) kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan

harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas dan akan menciptakan loyalitas. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapatkan jika perusahaan tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen, untuk produk atau jasa atau pelayanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda bagi konsumen yang berbeda.

Dari berbagai pendapat para ahli dapat disimpulkan definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dengan membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Jika hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya apabila yang dirasakan sesuai atau melebihi dengan harapan maka pelanggan akan merasa puas.

b. Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan

Kotler (2000) berpendapat ada empat metode yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1) Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang memberikan kesempatan bagi pelanggannya untuk menyampaikan pendapat atau bahkan keluhan yang ditujukan kepada perusahaan.

2) Survei kepuasan pelanggan

Melalui survei kepuasan pelanggan, perusahaan dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan produk atau jasa yang diberikan, sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan pada hal yang dianggap kurang oleh pelanggan.

3) *Ghost Shopping*

Metode ini mengharuskan karyawan sebagai pembeli di perusahaan pesaing sehingga nantinya perusahaan bisa menilai bagaimana kualitas pelayanan yang ada di perusahaan pesaing yang nanti bertujuan untuk mengevaluasi perusahaan itu sendiri.

4) Analisa pelanggan yang hilang

Perusahaan menghubungi kembali pelanggan yang telah berpindah ke perusahaan pesaing dan perusahaan dapat menanyakan sebab-sebab berpindahnya pelanggan ke perusahaan pesaing.

c. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Dalam menentukan kepuasan pelanggan, Lupyoadi (2001) mengemukakan lima faktor yang harus diperhatikan, antara lain:

- 1) Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila hasil produk yang mereka gunakan berkualitas.

- 2) Kualitas pelayanan yang sesuai dengan yang diharapkan
- 3) Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga apabila menggunakan merek tertentu yang akan membuat kepuasan tersendiri bagi pemakainya.
- 4) Harga, yaitu produk berkualitas sama tetapi harga yang ditetapkan relatif murah.
- 5) Biaya dan kemudahan yaitu pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan dan mudah untuk mendapatkan produk atau jasa.

Sedangkan Gaspersz dalam Nasution (2005) berpendapat bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

- 1) Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan produk/jasa perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.
- 2) Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- 3) Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan.
- 4) Komunikasi melalui iklan dan pemasaran, dimana iklan yang berlebihan akan melawati tingkat ekspektasi pelanggan.

Hal-hal di atas adalah faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Dimensi kepuasan pelanggan jasa transportasi dalam Mardikawati dan Farida (2013) yaitu :

1) Kesesuaian jasa dengan yang diharapkan

Dalam hal ini berkaitan dengan persepsi pelanggan, apakah kualitas jasa yang diterimanya sesuai atau tidak dengan yang dijanjikan penyedia jasa terhadap harapan pelanggan.

2) Kesesuaian jasa dengan tarif yang dibayarkan

Dalam hal ini berkaitan dengan persepsi pelanggan atas apa yang mereka rasakan apakah jasa yang mereka terima sesuai dengan tarif yang telah mereka bayarkan untuk mengkonsumsi jasa tersebut.

3) Kepuasan pelanggan akan jasa yang ditawarkan

Dalam hal ini berkaitan dengan persepsi puas atau tidaknya pelanggan atas layanan yang ditawarkan dibandingkan penyedia jasa lainnya.

Dalam konteks penelitian ini semua indikator di atas akan dijadikan acuan untuk menilai kepuasan pelanggan.

2. Kualitas Sistem Informasi

b. Pengertian Kualitas Sistem Informasi

Pengertian sistem informasi menurut John F. Nash dikutip dalam Susanto (2004) adalah kombinasi dari manusia, fasilitas atau alat

teknologi, media, prosedur dan pengendalian yang bermaksud menata jaringan komunikasi yang penting, proses atau transaksi tertentu dan rutin, membantu manajemen dan pemakai intern dan ekstern dan menyediakan dasar pengambilan keputusan yang tepat.

Davis et al (1989) berpendapat bahwa kualitas sistem informasi sebagai *Perceived ease of use* yang merupakan tingkat seberapa besar teknologi dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Jadi kualitas sistem informasi memperlihatkan bahwa jika pengguna sistem informasi tidak memerlukan usaha yang ekstra untuk menggunakannya, sehingga mereka akan lebih banyak waktu untuk mengerjakan hal lain yang kemungkinan akan meningkatkan kinerja mereka secara keseluruhan. Dalam kontek ini kualitas sistem informasi yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan yaitu kualitas sistem informasi yang digunakan pelanggan yaitu berupa aplikasi Gojek yang berkerja dengan baik sehingga konsumen akan merasakan manfaat dari sistem informasi tersebut. Menurut Livari (2005) dikutip dalam Gowida (2010) kualitas sistem informasi merupakan sistem ciri karakteristik kualitas yang diinginkan dari sistem itu sendiri, dan kualitas sistem informasi ini juga berarti kombinasi hardware dan software dalam sistem. Jadi kualitas sistem informasi didefinisikan sebagai manfaat yang dirasakan oleh pemakai sistem informasi berupa sebuah perangkat atau aplikasi yang akan membantu pemakai sistem informasi untuk mencapai tujuannya.

Kualitas sistem informasi pada Gojek secara lebih luas membahas tentang apa yang dirasakan oleh konsumen terhadap aplikasi untuk *order* Gojek. Fungsi utama aplikasi disini adalah sebagai media interaksi operator, pengemudi dan konsumen. Kualitas sistem informasi biasanya berfokus pada karakteristik kinerja sistem. Kualitas sistem informasi di Gojek menyangkut keterkaitan fitur dalam software berbasis android/iOS termasuk performa aplikasi.

b. Fungsi Sistem Informasi menurut Susanto (2004)

- 1) Untuk meningkatkan aksesibilitas data yang ada secara efektif dan efisien kepada pengguna.
- 2) Memperbaiki produktivitas aplikasi pengembangan dan pemeliharaan sistem informasi
- 3) Menjamin tersedianya kualitas dan keterampilan dalam memanfaatkan sistem informasi secara kritis.
- 4) Mengidentifikasi kebutuhan mengenai keterampilan pendukung sistem informasi
- 5) Mengantisipasi dan memahami akan konsekuensi ekonomi
- 6) Menetapkan investasi yang akan diarahkan pada sistem informasi
- 7) Mengembangkan proses perencanaan yang efektif

c. Karakteristik Sistem informasi

- 1) Baru

Yaitu informasi yang didapat sama sekali baru di dengar dan segar bagi penerima

2) Tambahan

Informasi dapat diperbaharui atau memberikan tambahan informasi yang sebelumnya telah ada.

3) Kolektif

Informasi yang dapat menjadi suatu koreksi dari informasi yang salah sebelumnya.

4) Penegas

Informasi yang dapat mempertegas informasi yang telah ada

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Sistem Informasi

Berdasarkan suatu model yang dibuat oleh Delone dan McLean (1992)

Kualitas sistem informasi dipengaruhi oleh enam faktor, yang disebutkan juga sebagai kesuksesan sistem informasi. Enam faktor tersebut yaitu :

- 1) Kualitas sistem yang baik, jelas dan terarah.
- 2) Kualitas informasi yang sesuai fakta, akurat, ketepatan waktu dan bisa dipertanggung jawabkan dan informasi di dalamnya memiliki nilai.
- 3) Kemudahan penggunaan sistem informasi.
- 4) Kepuasan pemakai dalam menggunakan sistem informasi.
- 5) Dampak individual yang dirasakan pengguna.
- 6) Dampak organisasi yang memakai sistem informasi.

Sedangkan Soegiharto (2001) mengemukakan dalam penelitiannya bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas sistem informasi yaitu:

- 1) Penggunaan sistem informasi
- 2) Keterlibatan pengguna
- 3) Kapabilitas personal sistem Informasi
- 4) Ukuran organisasi
- 5) Formalisasi pengembangan sistem informasi
- 6) Pelatihan dan pendidikan pengguna
- 7) Komite pengendalian sistem informasi

Hal-hal di atas adalah hal yang mempengaruhi kualitas sistem informasi.

e. Indikator Kualitas Sistem Informasi

Indikator kualitas sistem informasi yang disusun oleh Gita Gowinda (2010) yaitu:

- 1) Kemudahan Penggunaan

Suatu sistem informasi dapat dikatakan berkualitas jika sistem informasi tersebut dirancang untuk memenuhi kepuasan pengguna melalui kemudahan dalam menggunakan sistem informasi tersebut.

Kemudahan penggunaan dalam konteks ini kemudahan untuk mempelajari dan menggunakan suatu sistem informasi. Pengguna sistem informasi mempercayai bahwa sistem yang lebih fleksibel

mudah dipahami dan mudah pengoperasianya sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

2) Waktu tanggap

Waktu tanggap yaitu kecepatan waktu dalam mengakses sistem informasi. Semakin cepat akses ke sistem informasi tersebut berarti kualitas sistem informasi itu baik. Kecepatan akses akan meningkatkan kepuasan pengguna dalam menggunakan sistem informasi.

3) Keandalan sistem informasi

Sistem informasi yang berkualitas adalah sistem informasi yang dapat diandalkan. Jika sistem informasi dapat diandalkan maka sistem informasi tersebut layak digunakan. Keandalan sistem informasi dalam kontek ini adalah ketahanan sistem informasi dari kerusakan dan kesalahan dan melayani kebutuhan pengguna tanpa adanya masalah yang dapat menganggu kenyamanan dalam menggunakan sistem informasi tersebut.

4) Fleksibilitas

Fleksibilitas suatu sistem informasi yaitu kemampuan sistem informasi dalam melakukan perubahan-perubahan yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pengguna. Pengguna akan merasa lebih puas menggunakan suatu sistem informasi jika sistem informasi tersebut fleksibel dalam memenuhi kebutuhan pengguna,

fleksibilitas suatu sistem informasi akan menunjukkan jika sistem informasi yang diterapkan mempunyai kualitas baik.

5) Keamanan

Suatu sistem informasi dapat dikatakan baik jika keamanan sistem tersebut dapat diandalkan. Keamanan sistem informasi ini dapat dilihat melalui data pengguna yang aman disimpan oleh suatu sistem informasi. Data pengguna ini harus terjaga kerahasiaanya oleh suatu sistem informasi agar orang yang tidak bertanggung jawab, tidak bisa mengakses data pengguna sistem.

Dalam penelitian ini semua indikator di atas dijadikan dasar penilaian dari variabel kualitas sistem informasi

3. Harga

a. Pengertian Harga

Harga didefinisikan Kotler dan Armstrong (2008) sebagai “sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Nirwana (2012) “harga diterjemahkan sebagai biaya yang dibebankan dari produsen kepada konsumen”. Sementara itu, Fadil dan Priyo (2015) menyatakan bahwa “Harga adalah besaran yang dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk atau jasa yang dijual oleh bisnis”.

Harga dalam konteks jasa menurut Tjiptono (2014) yaitu sejumlah uang (satuan moneter) yang mengandung utilitas atau kegunaan tertentu

yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan atribut atau faktor yang berpotensi memuaskan dan keinginan tertentu. Harga bisa juga diartikan sebagai produk atau jasa ditambah dengan pelayanan dan dibayar sejumlah nominal yang kemudian disebut harga.

Dari pengertian para ahli, dijelaskan bahwa harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa mengenai sejumlah uang yang akan diberikan untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan atas jumlah nominal tersebut.

b. Strategi Menetapkan Harga

Menurut Tjiptono (2014) ada beberapa strategi menetapkan harga berdasarkan nilai yaitu :

1) *Discounting*

Menawarkan potongan harga untuk mengkomunikasikan kepada pembeli yang sensitif terhadap harga bahwa mereka mendapatkan nilai yang diharapkan.

2) *Odd Pricing*

Menetapkan harga sedemikian rupa sehingga membuat konsumen mempersepsikan bahwa mereka mendapatkan harga lebih murah.

3) *Synchro-pricing*

Menggunakan harga untuk mengelola permintaan akan jasa melalui pemahaman atas sensitivitas pelanggan terhadap harga. Dalam industri jasa seperti hotel, karaoke, bioskop dan *event organisation*. Permintaan berfluktuasi sepanjang waktu, sehingga

menimbulkan masalah kapasitas mengangur saat permintaan sepi dan kekurangan kapasitas disaat periode permintaan puncak. *Synchro-pricing* bertujuan untuk menyelaraskan permintaan dan penawaran.

Ada empat alternatif *Synchro-pricing* yang bisa diterapkan perusahaan jasa, yaitu :

- a) *Place differentials*, yaitu menetapkan harga berbeda untuk lokasi berbeda.
 - b) *Time differentials*, yaitu variasi harga didasarkan pada saat konsumsi jasa dilakukan.
 - c) *Quantity differentials*, yaitu memberikan potongan harga untuk pembelian jasa dalam kuantitas besar.
 - d) *Differential as incentives*, yaitu harga lebih murah ditawarkan kepada para klien baru atau klien saat ini agar bisa mendorong mereka untuk lebih sering menggunakan jasa perusahaan.
 - e) *Penetration pricing*, yaitu menetepkan harga murah untuk suatu jasa baru untuk mendorong percobaan produk dan pemakaian lebih luas.
- c. Tujuan Menetapkan Harga

Menurut Sopiah dan Syihabudhim (2008) penetapan harga memiliki beberapa tujuan yaitu :

- 1) Pembentukan citra seperti sebagai *market leader* yang mampu menentukan *Price leader*

- 2) Percepatan penjualan
- 3) Promosi
- 4) Perlindungan atas ancaman persaingan yang melakukan permainan harga.

Sedangkan menurut Adrian Payne yang dikutip oleh Sunyoto (2014) tujuan penetapan harga yaitu:

- 1) Bertahan

Bertahan merupakan usaha untuk tidak melakukan tindakan-tindakan yang meningkatkan laba ketika perusahaan sedang dalam kondisi pasar yang tidak menguntungkan yang bertujuan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.

- 2) Memaksimalkan Laba

Penentuan harga beryujuan untuk memaksimalkan laba dalam periode tertentu.

- 3) Memaksimalkan penjualan

Penentua harga pada awal yang merugikan akan membuat perusahaan membangun pangsa pasar yang sebelumnya tidak terjangkau dan penjualan akan meningkat.

- 4) *Prestige*

Tujuan penetapan harga disini adalah untuk memposisikan jasa perusahaan tersebut sebagai produk yang eksklusif.

- 5) Pengembangan atas investasi

Tujuan penentuan harga didasarkan atas pencapaian pengembalian investasi yang diinginkan .

d. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga

Faktor-faktor yang mempengaruhi harga menurut Stanton (1998)

1) Permintaan produk

Harga dapat berubah sesuai dengan jumlah permintaan produk.

2) Reaksi dalam pasar akan harga yang ditetapkan

Produsen memperhatikan kondisi persaingan yang ada di pasar sebagai bahan pertimbangan dalam menetapkan harga.

3) Strategi harga untuk mencapai target pasar.

Strategi produsen dalam menetapkan harga agar mencapai target pasar seperti penetapan harga yang setinggi-tingginya dalam penetapan harga produk baru.

4) Pertimbangan politik pemasaran perusahaan

Pertimbangan politik pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan juga mempengaruhi harga seperti sistem distribusi dan program promosi.

Sedangkan Irawan (2005) mengemukakan faktor yang mempengaruhi harga, yaitu:

1) Keadaan Perekonomian

Keadaan perekonomian sangat mempengaruhi tingkat harga yang berlaku.

2) Penawaran dan Permintaan

Permintaan adalah sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar. Sedangkan penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu suatu jumlah yang ditawarkan oleh penjual pada suatu tingkat harga tertentu. Pada umumnya, harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

3) Elastisitas Permintaan

Sifat permintaan pasar tidak hanya mempengaruhi penentuan harganya tetapi juga mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa barang, harga dan volume penjualan berbanding terbalik, artinya jika terjadi kenaikan harga maka penjualan akan menurun dan sebaliknya.

4) Persaingan

Dalam persaingan, penjual yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula. Banyaknya penjual dan pembeli akan mempersulit penjual perseorangan untuk menjual dengan harga lebih tinggi kepada pembeli yang lain.

5) Biaya

Biaya merupakan dasar dalam penentuan harga, sebab suatu tingkat harga yang tidak dapat menutup akan mengakibatkan kerugian.

Sebaliknya, apabila suatu tingkat harga melebihi semua biaya akan menghasilkan keuntungan.

6) Tujuan manajer

Penetapan harga suatu barang sering dikaitkan dengan tujuan yang akan dicapai. Setiap perusahaan tidak selalu mempunyai tujuan yang sama dengan perusahaan lainnya.

7) Pengawasan Pemerintah

Pengawasan pemerintah juga merupakan faktor penting dalam penentuan harga. Pengawasan pemerintah tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk penentuan harga maksimum dan minimum, diskriminasi harga, serta praktik-praktik lain yang mendorong atau mencegah usaha ke arah monopoli.

e. Indikator Harga

Menurut Stanton (1998) ada empat indikator yang menggambarkan harga yaitu

1) Keterjangkauan Harga

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen/penjual yang sesuai dengan kemampuan beli konsumen

2) Daya saing harga

Yaitu penawaran harga yang diberikan oleh produsen berbeda dan bersaing dengan yang diberikan oleh produsen lain pada satu jenis produk/jasa yang sama.

3) Kesesuaian Harga dengan kualitas produk

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen yang sesuai dengan kualitas produk yang dapat diperoleh konsumen.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat produk

Yaitu aspek penetapan harga yang dilakukan oleh produsen yang sesuai dengan manfaat yang dapat diperoleh konsumen dari produk yang dibeli.

Dalam penelitian ini semua indikator harga menurut Stanton (1989) dijadikan pedoman penilaian variabel harga.

4. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Pelayanan

Menurut Kotler (2000), pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Pelayanan didefinisikan Umar (2003), sebagai rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka. Ginting (2012) berpendapat bahwa pelayanan merupakan interaksi produsen dan konsumen. Akibat interaksi tersebut, pelanggan akan merasakan akibat atau efek dari pelayanan yang mereka terima saat itu.

Sedangkan menurut Payne (2000), pelayanan adalah rasa menyenangkan atau tidak menyenangkan yang oleh penerima

pelayanan pada saat memperoleh pelayanan. Payne juga mengatakan bahwa pelayanan pelanggan mengandung pengertian:

- a. Segala kegiatan yang dibutuhkan untuk menerima, memproses, menyampaikan dan memenuhi pesanan pelanggan dan untuk menindak lanjuti setiap kegiatan yang mengandung kekeliruan.
- b. Ketepatan waktu dan reliabilitas penyampaian jasa kepada pelanggan sesuai dengan harapan mereka.
- c. Serangkaian kegiatan yang meliputi semua bidang bisnis yang terpadu untuk menyampaikan produk-produk dan jasa tersebut sedemikian rupa sehingga dipersepsikan memuaskan oleh pelanggan dan merealisasikan pencapaian tujuan-tujuan perusahaan.
- d. Total pesanan yang masuk dan seluruh komunikasi dengan pelanggan. Penyampaian produk kepada pelanggan tepat waktu dan akurat dengan segala tindak lanjut serta tanggapan keterangan yang akurat.

Dari beberapa pengertian menurut ahli, pelayanan dapat diartikan interaksi produsen dengan konsumen dimana produsen akan memberikan atau menyampaikan produk-produk dan jasa yang bertujuan untuk memberikan tambahan nilai dari produk atau jasa tersebut agar konsumen merasa puas.

b. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kotler (2008) berpendapat bahwa “Kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Kualitas pelayanan menurut Wyckof yang dikutip oleh Tjiptono (2014) “kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan”. Sedangkan kualitas pelayanan didefinisikan Lewis & Booms yang dikutip oleh Tjiptono (2014) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat pelayanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.

Dari pengertian para ahli, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima.

c. Karakteristik Jasa

Menurut Tjiptono (2014) Karakteristik jasa ada 4 yang dikenal dengan istilah IHIP (*Intangibility, Heterogeneity, Inseparability* dan *Perishability*)

1) *Intangibility*

Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa didengar atau diraba sebelum dikonsumsi. Seorang konsumen jasa tidak dapat menilai hasil dari sebuah jasa sebelum ia mengalami

atau mengkonsumsinya sendiri. Meskipun seseorang telah mengkonsumsi jasa yang dibeli konsumen tetap tidak mampu menilai secara objektif kualitas hasil jasa bersangkutan. Konsumen tidak lantas memiliki jasa yang dibelinya dan hanya bisa menggunakan, memanfaatkan atau menyewa jasa tersebut.

2) *Heterogeneity*

Pelayanan bersifat heterogen karena merupakan *non-standardized output*, artinya bentuk, kualitas dan jenisnya sangat beraneka ragam, tergantung pada siapa, kapan dan diamananya pelayanan tersebut dihasilkan dan sangat sulit mendapatkan kemiripan jasa yang satu dengan yang lainnya.

3) *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi, sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

4) *Perishability*

Pelayanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang, dijual kembali atau dikembalikan. Jadi tanpa kehadiran konsumen jasa tersebut tidak bisa dirasakan.

d. Bauran Pemasaran Jasa

Bauran pemasaran jasa dijelaskan oleh Lobelock yang dikutip oleh Nirwana (2016) meliputi 7P yaitu :

1) *Product*

Merupakan semua komponen dari tampilan jasa dan menciptakan nilai bagi pelanggan.

2) *Price*

Adalah harga yang ditawarkan untuk suatu produk jasa dalam bentuk nominal

3) *Promotion*

Merupakan aktifitas komunikasi kepada pelanggan untuk bauran produk

4) *Place*

Merupakan keputusan manajeme yang berkaitan dengan kapan, dimana,dan bagaimana menyampaikan jasa pada pelanggan.

5) *People*

Merupakan penyedia jasa dan pelanggan yang terlibat dalam pembentukan jasa.

6) *Process*

Merupakan tahapan untuk menjadikan jasa.

7) *Physical evidence*

Merupakan tampilan atau wujud jasa secara fisik yang menunjukkan tingkat mutu jasa.

e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Sunarto (2003) mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu :

- 1) Kinerja yaitu absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.
- 2) Interaksi Pegawai yaitu seperti keramahan, sikap hormat dan empati ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan jasa.
- 3) Keandalan yaitu konsistensi kinerja jasa.
- 4) Daya Tahan yaitu ketahanan jasa dalam gangguan internal dan eksternal untuk mempertahankan kualitas pelayanan.
- 5) Ketepatan Waktu dan Kenyamanan yaitu seberapa cepat jasa diberikan dan kenyamanan dalam menggunakan jasa.
- 6) Estetika yaitu penampilan fisik barang atau daya tarik penyajian jasa
- 7) Kesadaran akan merek yaitu dampak positif atau negatif tambahan atas kualitas yang tampak dari suatu merek.

Sementara itu, Parasuraman (1998) menyatakan dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yakni pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang dipersepsikan. Apabila pelayanan yang dirasakan sesuai dengan pelayanan yang diharapkan, maka kualitas layanan bersangkutan akan dipersepsikan baik atau positif. Jika pelayanan yang dirasakan melebihi pelayanan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya

apabila *perceived service* lebih buruk dibandingkan pelayanan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan negative atau buruk. Oleh sebab itu, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

f. Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan menurut Raymond McLeod (2007) menjelaskan dimensi kualitas pelayanan lain:

1) *Tangibles*

Bukti fisik adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dalam hal ini mengambarkan fasilitas fisik, perlengkapan dan tampilan dari personalia serta kehadiran para pengguna.

2) *Reliability*

Keandalan yaitu setiap pegawai/ pengemudi memiliki kemampuan yang handal dan memberikan pelayanan yang menjanjikan secara akurat dan handal.

3) *Responsiveness*

Daya tanggap yaitu memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk prosedur yang telah ditetapkan dan kesediaan untuk membantu pelanggan serta memberikan perhatian yang tepat.

4) *Assurance*

Jaminan yaitu setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan.

5) *Empathy*

Pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati dalam menyelesaikan atau mengurus serta peduli terhadap para pelanggan.

Citra kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia pelayanan, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pengguna. Pengguna yang menikmati pelayanan perusahaan yang menentukan kualitas pelayanan. Penelitian ini mengambil semua indikator di atas sebagai pedoman penilaian pada variabel kualitas pelayanan.

B. Penelitian yang Relevan

Beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian ini telah dilakukan oleh peneliti- peneliti sebelumnya, lain :

1. Penelitian Anggih Risdiyanto (2011) berjudul “Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas sistem dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pengguna pada sistem informasi klinik”. Dalam penelitian ini yang diuji adalah pengaruh ketiga variabel tersebut terhadap kepuasan pengguna pada sistem informasi klinik. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas sistem memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas informasi berpengaruh positif

terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Perbedaan dalam penelitian Anggih dengan penelitian ini yaitu tidak ada variabel harga dan kualitas sistem informasi.

2. Penelitian Wheny Khistianto (2011) ini berjudul “Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam melakukan online shopping”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. penelitian ini mengambil objek pelanggan *online shopping* kaskus forum jual beli. Hasil dari penelitian ini yaitu kualitas informasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan sedangkan kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan pada penelitian ini yaitu adanya variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Perbedaan pada penelitian ini yaitu variabel kualitas sistem informasi dan kualitas informasi tidak dipakai didalam penelitian.
3. Penelitian Zahrina Fadillah (2015) yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan”. Hasil dari penelitian ini yaitu Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan secara parsial memiliki nilai sebesar 71,9% dan nilai

pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial memiliki nilai sebesar 89 %, sedangkan harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan memiliki nilai 90,1 %. Persamaan dalam penelitian ini yaitu variabel independen harga dan kualitas pelayanan sedangkan variabel dependennya juga memakai variabel kepuasan pelanggan. perbedaan dalam penelitian ini yaitu tidak adanya variabel kualitas sistem informasi.

4. Penelitian Dessica Dinar Sari (2016) dengan judul “Pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Sim Card GSM Prabayar X1 Yogyakarta”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dan kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga secara simultan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan dari penelitian Dessica ini yaitu terletak pada variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan harga kemudian variabel dependennya juga memakai kepuasan konsumen. Perbedaan pada penelitian ini yaitu variabel kualitas sistem informasi diganti menjadi kualitas produk.

C. Kerangka Berpikir

1. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas sistem informasi diartikan sebagai kemudahan untuk menggunakan sistem informasi yang digunakan oleh pemakai sistem

informasi, dalam konteks ini pelanggan Gojek merupakan pengguna dari sistem informasi. Gojek sebagai penyedia jasa ojek online seharusnya mempunyai sistem informasi yang handal, mengingat terobosan yang dilakukan Gojek adalah berbasis *online* yang artinya Gojek harus mempunyai suatu sistem informasi yang efektif dan efisien bagi para pelanggannya. Maka dari itu Dibutuhkan Kualitas sistem informasi yang baik agar sebuah bisnis akan berjalan lancar. Tanpa sistem informasi yang berkualitas perusahaan akan mengalami kesulitan dalam mengolah atau memproses informasi secara efektif dan efisien. Apabila kualitas sistem informasi dapat berjalan dengan baik, konsumen Gojek akan memperoleh manfaat seperti keamanan dalam menggunakan sistem informasi, sehingga konsumen akan merasa puas kepada perusahaan. Kepuasan pelanggan akan tercipta apabila suatu sistem informasi tersebut telah memberikan kemudahan bagi pelanggan Gojek

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga diartikan sebagai suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa mengenai sejumlah uang yang akan diberikan untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan atas jumlah nominal tersebut. Harga akan membuat konsumen objektif dalam menilai dalam menentukan sebuah produk yang akan dibeli. Harga dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Indikator penilaian harga dapat dilihat dari kesesuaian suatu

pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dan dari situlah konsumen akan mempersepsi dari produk atau jasa tersebut. Persepsi yang positif merupakan hasil dari rasa puas akan suatu pembelian yang dilakukannya, sedangkan persepsi yang negatif merupakan suatu bentuk dari ketidakpuasan konsumen atas produk atau jasa yang dibelinya. Jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat, maka nilainya akan meningkat pula. Sehingga apabila harga yang ditetapkan sesuai dengan manfaatnya maka pelanggan akan merasa puas, dan apabila harga yang ditetapkan melebihi manfaat yang dirasakan maka akan menciptakan kepuasan pelanggan yang akan berujung pada loyalitas pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pelayanan dapat diartikan interaksi produsen dengan konsumen dimana produsen akan memberikan atau menyampaikan produk-produk dan jasa yang bertujuan untuk memberikan tambahan nilai dari produk atau jasa. Kualitas pelayanan berarti seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima.

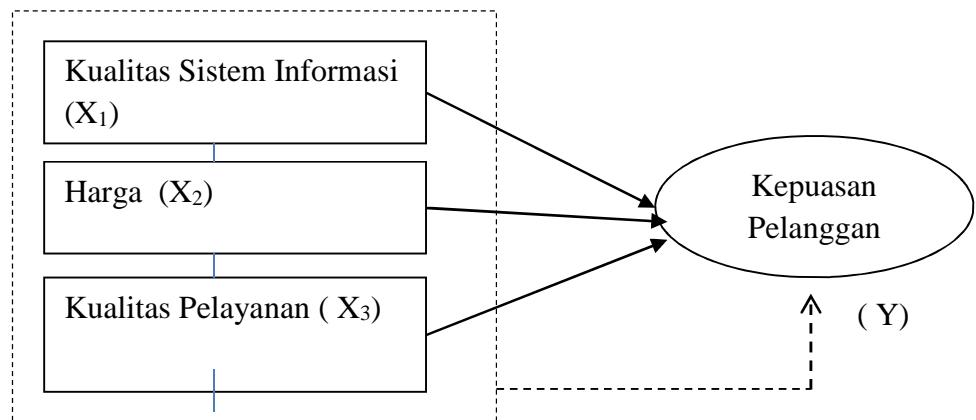
Kualitas pelayanan yang tinggi secara konsisten akan membuat pelanggan senang hal ini akan membuat konsumen merasakan kepuasan. Kualitas pelayanan yang tinggi akan membuat kepuasaan pelanggan yang tinggi pula, pun sebaliknya apabila kualitas pelayanan rendah maka akan membuat kepuasan pelanggan menurun. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan maka pelayanan tersebut dianggap memuaskan pelanggan.

4. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dibutuhkan Kualitas sistem informasi yang baik agar sebuah bisnis akan berjalan lancar, tanpa sistem informasi yang berkualitas perusahaan akan mengalami kesulitan dalam mengolah atau memproses informasi secara efektif dan efisien, apabila kualitas sistem informasi dapat berjalan dengan baik, konsumen dalam hal ini konsumen Gojek akan memperoleh manfaat seperti keamanan dalam menggunakan sistem, sehingga konsumen akan merasa puas kepada perusahaan. Harga yang sesuai dengan kualitas pelayanan akan membuat konsumen merasa tertarik menggunakan jasa yang ditawarkan perusahaan mengingat biaya yang dikeluarkan konsumen akan mendapatkan manfaat yang sepadan atau melebihi ekspektasi pelanggan yang kemudian akan menyebabkan konsumen akan merasakan kepuasan.

Apabila Kualitas sistem informasi buruk, harga tidak sesuai dengan harapan dan kualitas pelayanan yang rendah akan membentuk kepuasan pelanggan yang buruk. Maka dari itu kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

D. Paradigma Penelitian



Gambar 1. Paradigman Penelitian

Keterangan

→ : Pengaruh variabel X secara parsial ke variabel Y

→ : Pengaruh variabel X secara simultan ke variabel Y

E. Hipotesis

Berdasarkan pada sejumlah kajian pustaka dan model konsepsual dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

H₁ : Terdapat pengaruh positif kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta

H₂ : Terdapat pengaruh positif harga terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta

H₃ : Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta

H₄ : Terdapat pengaruh positif kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei. Dalam penelitian survei, informasi yang dikumpulkan dari responden menggunakan kuesioner. Menurut Sugiyono (2007). Penelitian survei adalah pengumpulan data yang menggunakan instrumen kuesioner/ wawancara untuk mendapatkan tanggapan dari responden.

Penelitian kasual komparatif merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa hubungan sebab-akibat dua variabel atau lebih, peneliti dapat mengidentifikasi fakta atau peristiwa sebagai variabel yang dipengaruhi (variabel dependen) dan melakukan penyelidikan terhadap variabel yang mempengaruhi (variabel independen). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas sistem informasi, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Yogyakarta. Survei pendahuluan dilakukan pada bulan Januari 2017, Pengambilan data untuk uji instrumen dilakukan pada bulan Februari dan pengambilan data penelitian dilakukan pada bulan Maret sampai Mei 2017.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya” (Sugiyono,2007).

Populasi dalam penelitian ini adalah Semua orang yang pernah memakai jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Pelanggan Gojek memiliki jumlah yang tidak bisa diperkirakan. Karena itu penelitian memutuskan untuk menggunakan teknik sampel *non probabilitas*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono,2007)

Teknik sampel non probabilitas cocok digunakan pada populasi yang sangat besar yang mana ketersediaan populasi sangat banyak oleh karena itu digunakan sampel ini karena sifatnya mewakili populasi dan hasil penelitian dapat digeneralisasi terhadap seluruh populasi.

Ukuran populasi dalam penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, maka besar sampel yang digunakan menurut Rao Purba (1996) menggunakan rumus :

$$n = \frac{z^2}{4(moe)^2}$$

Keterangan :

N = Ukuran sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam menentukan sampel 95% = 1,96

Moe = Margin of error atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi di sini ditetapkan sebesar 10%

Dengan rumus tersebut maka dapat dilihat ukuran sampel minimal yang harus dicapai dalam penelitian ini adalah sebesar:

$$n = \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan rumus tersebut, sampel yang dapat diambil dari populasi minimal sebanyak 96,04 orang dibulatkan 97 orang, tetapi pada penelitian ini ditetapkan 200 orang sebagai responden. Jumlah ini sudah memenuhi batas minimum yang direkomendasikan menurut pendekatan Maholtra (2010) yang menyatakan bahwa penelitian yang menggunakan metode analisis regresi dan SEM jumlah sampelnya berkisar minimal 200 hingga 400 responden. Responden dalam penelitian ini didapat melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk kuesioner *online* yang penyebarannya melalui media sosial seperti Twitter dan Whatapps atau memberikan kuesioner cetak secara langsung kepada responden sesuai dengan kriteria.

D. Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini terdapat empat jenis variabel yang digunakan, yaitu : kualitas sistem informasi, harga, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

1. Variabel Dependen

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen (terikat) adalah kepuasan yang didapatkan oleh pelanggan setelah *order* pada aplikasi Gojek

dari berbagai layanan yang ditawarkan. Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan.

a. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan berasal dari apa yang dirasakan oleh pelanggan Gojek secara keseluruhan mengenai Gojek. Indikator yang dipakai dalam variabel ini diadopsi dari Mardikawati dan Farida (2013), yaitu kesesuaian jasa dengan yang diharapkan, kesesuaian jasa dengan tarif yang dibayarkan dan kepuasan pelanggan akan jasa yang ditawarkan.

2. Variabel Independen

Dalam penelitian ini, variabel independen (bebas) terdiri dari tiga variabel:

a. Kualitas sistem informasi

Kualitas sistem informasi pada Gojek menyangkut keterkaitan fitur dalam software berbasis Android/iOS termasuk performa aplikasi. Kualitas sistem informasi yang digunakan disini adalah kualitas sistem informasi yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan indikator-indikator yang digunakan diadopsi dari penelitian Gita Gowida (2010) yaitu Kemudahan Penggunaan, Kecepatan akses, Keandalan sistem informasi, Fleksibilitas dan Keamanan.

b. Harga

Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa mengenai sejumlah uang yang akan diberikan untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan atas jumlah nominal tersebut. Indikator yang digunakan untuk mengukur variabel harga diadopsi dari penelitian Stanton (1998) yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk/jasa, daya saing harga dan kesesuaian dengan manfaat.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas pelayanan disini adalah kualitas pelayanan yang akan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Indikator untuk mengukur kualitas pelayanan diadopsi dari penelitian Raymond McLeod (2007) yaitu: *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance Dan Empathy*.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh dari sumbernya yang secara khusus dikumpulkan untuk jadikan objek penelitian. Kuisisioner disebar secara *online* melalui

google from dan disebar melalui media sosial seperti Twitter dan Whatsapp serta penyebaran kuesioner kepada pelanggan Gojek secara langsung.

F. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik semua fenomena ini disebut dengan variabel penelitian (Sugiyono,2009).

Titik tolak penyusunan instrumen penelitian adalah variabel-variabel penelitian yang ditetapkan untuk diteliti, dari variabel tersebut diberikan definisi operasionalnya dan selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur, Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur (Sugiyono,2009). Kemudian dari indikator tersebut dijabarkan menjadi butir pertanyaan atau pernyataan. Untuk mempermudah dalam mengembangkan instrumen, maka penelitian ini menggunakan kisi-kisi instrumen.

Tabel 1. Kisi – kisi instrumen

Variabel	Indikator	No.Item
Kepuasan Pelanggan (Mardikawati dan Farida,2013)	1. Kesesuaian jasa dengan yang diharapkan	1,2
	2. Kesesuaian jasa dengan tarif yang dibayarkan	3,4*,5,6
	3. Kepuasan pelanggan akan jasa yang ditawarkan	7,8,9
Kualitas Sistem Informasi (Gita Gowida,2010)	1. Kemudahan Penggunaan	1,2,
	2. Kecepatan Akses	3,4
	3. Keandalan Sistem	5,6*,
	4. Fleksibilitas	7,8
	5. Keamanan	9,10
Harga (Stanton,1998)	1. Keterjangkauan harga	1,2
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas Produk	3,4*
	3. Daya saing harga	5,6
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	7,8
Kualitas pelayanan (Raymond McLeod,2007)	1. <i>Tangibles</i>	1,2,3
	2. <i>Reliability</i>	4,5*
	3. <i>Responsiveness</i>	6,7
	4. <i>Assurance</i>	8,9
	5. <i>Empathy</i>	10,11

(*)Pernyataan negatif

Penilaian atas responden menggunakan skala likert dan menghasilkan pengukuran variabel dalam skala interval.

Tabel 2. Skor pernyataan positif dan negatif

Skor pernyataan positif :

Skor pernyataan negatif

Pilihan	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Pilihan	Skor
Sangat Setuju	1
Setuju	2
Tidak Setuju	3
Sangat Tidak Setuju	4

Variabel Kepuasan Pelanggan diukur dengan melalui 10 item pernyataan. Setiap pernyataan diukur dengan menggunakan Skala Likert mulai dari 1 sangat tidak setuju sampai 4 untuk sangat setuju. Semakin tinggi skor variabel ini berarti kepuasan pemakai atas jasa Gojek semakin tinggi menurut persepsi pengguna. Semakin rendah skor variabel ini, menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan semakin rendah menurut persepsi pelanggan.

Variabel Kualitas Sistem Informasi diukur dengan melalui 10 item pernyataan. Setiap pernyataan diukur dengan menggunakan Skala Likert mulai dari 1 sangat tidak setuju sampai 4 untuk sangat setuju. Semakin tinggi skor variabel ini berarti kualitas sistem informasi jasa Gojek semakin tinggi menurut persepsi pengguna. Semakin rendah skor variabel

ini, menunjukkan bahwa kualitas sistem informasi semakin rendah menurut persepsi pelanggan.

Variabel Harga diukur dengan melalui 8 item pernyataan. Setiap pernyataan diukur dengan menggunakan Skala Likert mulai dari 1 sangat tidak setuju sampai 4 untuk sangat setuju. Semakin tinggi skor variabel ini berarti harga yang ditetapkan atas jasa Gojek semakin tinggi manfaatnya menurut persepsi pengguna. Semakin rendah skor variabel ini, menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan tidak sesuai dengan manfaat yang diterima menurut persepsi pelanggan.

Variabel Kualitas Pelayanan diukur dengan melalui 11 item pernyataan. Setiap pernyataan diukur dengan menggunakan Skala Likert mulai dari 1 sangat tidak setuju sampai 4 untuk sangat setuju. Semakin tinggi skor variabel ini berarti kualitas pelayanan atas jasa Gojek semakin tinggi menurut persepsi pengguna. Semakin rendah skor variabel ini, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan semakin rendah menurut persepsi pelanggan.

1. Uji Coba Instrumen

Sebelum uji instrumen penelitian digunakan, instrumen penelitian diuji coba terlebih dahulu. Menurut Suharsimi (2008) uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun berpengaruh pada besar tidaknya dan menentukan bermutu tidaknya penelitian tersebut.

Instrumen penelitian ditunjukkan oleh tingkat keabsahan (*Validity*) dan keandalan (*Reliability*). Uji coba instrumen dimaksudkan untuk

mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen sehingga dapat diketahui layak tidaknya digunakan untuk pengumpulan data pada pelanggan Gojek

Uji coba instrumen ini akan dilakukan di Kota Yogyakarta, uji coba instrumen dilakukan pada objek sekitar 30 responden di dalam populasi di luar sampel.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2011). Untuk mengukur validitas dapat dilakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total skor konstruk atau variabel. Sedangkan untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria statistik sebagai berikut:

- 1) Jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ dan bernilai positif, maka variabel tersebut valid
- 2) Jika $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ maka variabel tersebut tidak valid.

Kriteria pengajuan suatu butir dikatakan valid apabila koefisien korelasi r_{hitung} bernilai positif dan sama atau lebih besar dari r_{tabel} dengan taraf signifikansi 5 %, jika koefisien lebih kecil dari harga r_{tabel} 5% maka korelasi dikatakan signifikan.

Berdasarkan hasil *output* statistik hasil uji validitas dapat diketahui sebagai berikut :

1) Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
1	0,640	Valid
2	0,892	Valid
3	0,718	Valid
4	0,403	Valid
5	0,658	Valid
6	0,810	Valid
7	0,862	Valid
8	0,813	Valid
9	0,735	Valid

Sumber: Data Diolah

Pada tabel dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan seluruhnya valid karena nilai r hitung lebih kecil dari r tabel (0,361), sehingga semua pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

2) Variabel Kualitas Sistem Informasi

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Sistem Informasi

Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
1	0,807	Valid
2	0,751	Valid
3	0,668	Valid
4	0,657	Valid
5	0,834	Valid
6	0,385	Valid
7	0,828	Valid
8	0,735	Valid

Item Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	Keterangan
9	0,797	Valid
10	0,786	Valid

Sumber: Data Diolah

Pada tabel dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan seluruhnya valid karena nilai r hitung lebih kecil dari r tabel (0,361), sehingga semua pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

3) Variabel Harga

Tabel 3. Uji Validitas Harga

Item Pernyataan	r Hitung	keterangan
1	0,837	Valid
2	0,895	Valid
3	0,842	Valid
4	0,760	Valid
5	0,825	Valid
6	0,694	Valid
7	0,849	Valid
8	0,904	Valid

Sumber: Data Diolah

Pada tabel dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan seluruhnya valid karena nilai r hitung lebih kecil dari r tabel (0,361), sehingga semua pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

4) Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 4. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	r Hitung	Keterangan
1	0,652	Valid
2	0,734	Valid
3	0,707	Valid
4	0,744	Valid
5	0,739	Valid
6	0,667	Valid
7	0,765	Valid
8	0,645	Valid
9	0,717	Valid
10	0,667	Valid
11	0,808	Valid

Sumber: Data Diolah

Pada tabel dapat diketahui bahwa semua butir pernyataan seluruhnya valid karena nilai r hitung lebih kecil dari r tabel (0,361), sehingga semua pernyataan dapat digunakan dalam penelitian.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Pengukuran realibitas dalam penelitian ini menggunakan cara *One shot* atau pengukuran sekali saja kemudian hasilnya akan dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Menggunakan uji statistik *Cronbach alpha*

dimana suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 (Ghozali,2011)

Berdasarkan hasil *output* statistik uji reliabilitas dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,865	Reliabel
Kualitas Sistem Informasi	0,898	Reliabel
Harga	0,926	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,895	Reliabel

Sumber: Data Diolah

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari 9 item pernyataan mengenai kepuasan pelanggan sebesar 0,865. Sedangkan nilai *Cronbach's Alpha* dari 10 item pernyataan mengenai kualitas sistem informasi adalah sebesar 0,898. Nilai *Cronbach's Alpha* dari 8 item pernyataan mengenai harga sebesar 0,926. Nilai *Cronbach's Alpha* dari 11 item pernyataan mengenai kualitas pelayanan sebesar 0,895. Dapat disimpulkan bahwa keempat variabel penelitian dikatakan reliabel dan dapat digunakan dalam penelitian karena nilai *Cronbach's Alpha* keempat variabel tersebut diatas 0,70.

G. Teknis Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan interpretasikan. Data-data yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data memerlukan pengolahan dan analisa data

yang lebih lanjut. Tujuannya agar diperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai hasil penelitian guna memecahkan masalah-masalah yang sedang diteliti, sehingga akan mempermudah peneliti untuk menjawab pertanyaan penelitian dan menarik kesimpulan mengenai masalah yang dihadapi.

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis dan menyajikan data kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui gambaran perusahaan yang dijadikan sampel penelitian. Pada penelitian ini akan mendeskripsikan karakteristik responden dan variabel penelitian. Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendapatan dan jenis pekerjaan. Sedangkan untuk deskripsi variabel dalam penelitian ini dinyatakan dalam lima kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah.

a. Penentuan kelas Interval dan Distribusi frekuensi berdasarkan rumus *Sturgess*

- 1) Jumlah Kelas = $1 + \log n$, n = Jumlah sampel
- 2) Rentang Data = data terbesar – data terkecil
- 3) Panjang kelas = Jumlah kelas interval

b. Identifikasi kecenderungan Variabel

- 1) Pengkategorian terhadap nilai masing-masing indikator

$$\text{Mean ideal (Mi)} = \frac{1}{2} (\text{NilaiMaksimum} + \text{Nilai Minimum})$$

$$\text{Standar deviasi ideal (Si)} = \frac{1}{6} (\text{Nilai maksimum} - \text{Nilai minimum})$$

2) Mencari kategori indikator :

Kategori

Sangat Tinggi : $M_i + 1,5S_i < X \leq M_i + 3S_i$

Tinggi : $M_i + 0,5S_i < X \leq M_i + 1,5S_i$

Sedang : $M_i - 0,5S_i < X \leq M_i + 0,5S_i$

Rendah : $M_i - 1,5S_i < X \leq M_i - 0,5S_i$

Sangat Rendah : $M_i - 3S_i < X \leq M_i - 1,5S_i$

2. Uji Prasyarat Analisis

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal. Modal regresi yang baik memiliki distribusi data yang normal. Untuk membuktikan apakah suatu memiliki distribusi normal dapat dilihat pada bentuk distribusi datanya pada histogram maupun *normal probability plot*. Pada histogram, data dikatakan distribusi normal jika data tersenut berbentuk seperti lonceng sedangkan pada *normal probability plot*, data dapat dikatakan normal jika ada penyebaran titik-titik disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Jika data menyebar di sekitar garis normal dan mengikuti arah garis normal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Ghazali, 2007). Uji Normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov Smirnov (K-S)*.

Hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut :

H_0 : Data X berdistribusi normal

H_a : Data X tidak berdistribusi normal

Keputusan :

Jika $Sig.(p) > 0,05$ maka H_0 diterima.

Jika $Sig.(p) < 0,05$ maka H_0 ditolak

(Joko Sulistyo, 2010)

2) Uji Linearitas

Uji linearitas berguna untuk mengetahui apakah pengaruh masing-masing variabel bebas yang dijadikan prediktor mempunyai hubungan linear atau tidak terhadap variabel terikat. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat analisis korelasi atau regresi linear. Dua Variabel penelitian dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linear apabila tingkat signifikasinya kurang dari 0,05. Linearitas dapat diketahui melalui uji linearitas tabel anova dengan mencari nilai *deviation from linearity* dari uji F linear. Untuk menghitung hubungan linearitas digunakan rumus (Sutrisno Hadi,2004) :

$$F_{reg} = \frac{RK_{reg}}{RK_{res}}$$

F_{reg} : Harga bilangan f untuk garis regresi

RK_{reg} : Rerata kuadrat garis regresi

RK_{res} : Rerata Kuadrat residu

3. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah model refresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di variabel bebas (Ghazali, 2009). Jika terjadi korelasi kuat, didalamnya terdapat masalah multikolinearitas. Untuk menghitung multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan VIF (*Variance Inflation Factor*) Dengan rumus :

$$VIF = \frac{1}{Tolerance\ Value}$$

Tolerance Value dan VIF menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya atau dalam pengertian sederhana setiap variabel independen menjadi variabel dependen. *Tolerance Value* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, Nilai *Tolerance Value*. Nilai yang umum dipakai untuk menunjukkan adaanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance Value* $\geq 0,10$ atau sama dengan $VIF \leq 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independennya. (Ghozali,2010).

2) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan melakukan uji asumsi heterogenitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual dari suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut dengan homogenitas dan jika varians berbeda disebut

heterognitas (Imam Ghozali,2011). Dalam penelitian ini menggunakan analisis uji Gleser untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas. Persamaan regresi Glejser adalah:

$$U_t = \alpha + \beta X_t + v_t$$

Keterangan:

U_t = Nilai absolut variabel residual

X_t = variabel independen

Saat variabel independen secara signifikan mempengaruhi variabel dependen maka terindikasi terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat apabila nilai probabilitas signifikansinya diatas 5% (Imam Ghozali, 2012).

4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima atau ditolak pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji kolerasi dan analisis regresi setelah bebas dari pelanggaran asumsi klasik, agar hasil pengujian dapat diinterpretasikan dengan tepat.

Dalam pengujian hipotesis, keputusan yang dibuat mengandung ketidakpastian, artinya keputusan bisa benar atau salah, sehingga menimbulkan risiko. Besar kecilnya resiko dinyatakan dalam bentuk probabilitas. Langkah-langkah pengujian hipotesis statistik yaitu :

a. Analisis Regresi sederhana

Analisis regresi linear sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen dengan variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan.

1) Membuat garis regresi linear sederhana

$$Y' = a + bX$$

Keterangan :

Y' : Nilai yang diprediksikan

a : Konstanta atau bila harga $x = 0$

b : Koefisien regresi

X : Nilai variabel independen (Sugiyono,2007)

2) Mencari koefisien determinasi sederhana (r^2)

Koefisien determinasi sederhana ini digunakan untuk menginterpretasikan besarnya varians yang terjadi pada variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independen. Nilai koefisien determinasi dihitung dengan cara mengkuadratkan nilai koefisien korelasi. Maka, perlu dihitung koefisien korelasi terlebih dahulu sebelum menghitung koefisien determinasi.

3) Uji t.

Uji t merupakan uji parametrik untuk melihat signifikansi dari pengaruh variabel bebas secara individu (parsial) terhadap variabel terikat. $H_0 : b_i = 0$, maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat. $H_1 : b_i \neq 0$, maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Uji t dapat dilakukan dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel yaitu :

- a) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka keputusannya adalah gagal menolak (menerima) hipotesis nol (H_0) dan menolak hipotesis alternatif (H_a).
- b) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka keputusannya adalah menolak hipotesis nol (H_0) dan gagal menonala (menerima) hipotesis alternatif (H_a).

Uji statistik t dapat dilakukan juga dengan melihat nilai probabilitas :

- a) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka keputusannya adalah menolak (H_0) dan gagal menolak (menerima) (H_a). Hal ini dapat diartikan bahwa variabel-variabel bebas (variabel independen) yang terdapat dalam penelitian memeliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya (variabel dependen)

b) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka keputusannya adalah gagal menolak (menerima) H_0 dan menolak H_a . Hal ini dapat diartikam bahwa variabel-variabel bebas (variabel independen) yang terdapat dalam penelitian tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

b. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui berapakah pengaruh variabel independen secara bersama-sama (Simultan) terhadap variabel dependen. Analisis ini digunakan untuk menguji kualitas sistem informasi, harga dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan. Langkah untuk menganalisis regresi berganda yaitu :

1) Mencari persamaan garis dengan dua prediktor

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan :

Y' : Nilai yang diprediksikan

a : Konstanta atau bila $x = 0$

b_1 : Koefisien regresi variabel kualitas sistem informasi

X_1 : Nilai variabel independen kualitas sistem informasi

B_2 : Koefisien regresi variabel harga

X_2 : Nilai variabel independen harga

B_3 : Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan

X_3 : Nilai variabel independen kualitas pelayanan

2) Koefisien Determinasi (R^2).

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua variabel. Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa baik regresi sesuai dengan data aktualnya (goodness of fit). Koefisien determinasi ini mengukur prosentase total variasi variable terikat Y yang dijelaskan oleh variabel bebas didalam garis regresi. Nilai R^2 terletak 0 dan 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). R^2 semakin mendekati 1 maka semakin baik garis regresi dan semakin mendekati angka 0 maka mempunyai garis regresi yang kurang baik. (Ghozali,2011)

3) Uji F (Uji Simultan)

Uji statistik f digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel. Kriteria untuk menentukan bahwa hipotesis diterima adalah jika nilai signifikansi F lebih kecil dari taraf signifikansi 5% dan F hitung lebih besar daripada F tabel.

5. Sumbangan Relatif (SR) dan Sumbangan Efektif (SE)

Untuk mencari sumbangan relatif dan sumbangan efektif masing-masing prediktor terhadap kriteria digunakan rumus :

1) Sumbangan relatif (SR %)

Menurut Burhan Nurgiyantoro (2012) sumbangan relatif adalah persentase perbandingan yang diberikan satu variabel bebas kepada variabel terikat dengan variabel lain yang diteliti. Sumbangan relatif menunjukkan besarnya sumbangan secara relatif tiap prediktor.

Rumus yang digunakan untuk menghitung sumbangan relatif adalah sebagai berikut :

$$SR\%X = \frac{b\sum xy}{JK_{reg}} \times 100 \%$$

Keterangan :

$SR\%X$ = Sumbangan relatif dari suatu prediktor

b = Koefisien prediktor

$\sum xy$ = Jumlah produk x dan y

JK_{reg} = Jumlah kuadrat regresi

(Burhan Nurgiyantoro,2012)

Nilai sumbangan relatif yang telah diketemukan tersebut merupakan sumbangan relatif untuk masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya.

2) Sumbangan efektif (SE%)

Sumbangan efektif adalah persentase perbandingan efektifitas yang disumbangkan variabel bebas kepada satu variabel bebas lain yang diteliti maupun yang tidak diteliti.

Rumus sumbangan efektif yaitu :

$$SE\%X = SR\%X \times R^2$$

Keterangan :

$SE\%X$ = Sumbangan efektif dari suatu prediktor X

$SR\%X$ = Sumbangan relatif dari suatu prediktor X

R^2 = Koefisien determinasi

(Burhan Nurgiyantoro, 2012)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Penelitian

Data pada penelitian ini diperoleh dengan cara membuat kuesioner *online* melalui *google form*, kemudian kuesioner *online* disebar melalui media sosial seperti *Twitter* dan *Whatsapp*, data yang diperoleh sebanyak 150 responden. Sebanyak 50 responden mengisi secara langsung kuesioner yang telah diberikan dengan mendatangi responden secara langsung. Responden merupakan pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta.

2. Deskripsi Data Responden

a. Deskripsi data responden berdasarkan Jenis Kelamin

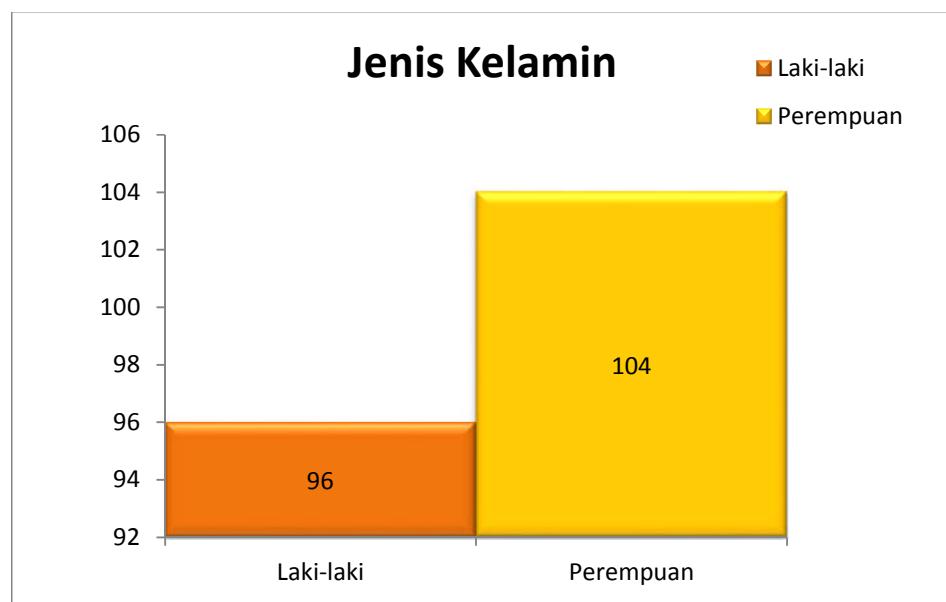
Berikut ini data responden dilihat berdasarkan jenis kelamin

Tabel 6. Frekuensi berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki Laki	96	48 %
Perempuan	104	52 %
Total	200	100 %

Sumber : Data diolah

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa responden terdiri dari 48 % laki-laki dan 52 % perempuan.



Gambar 2. Histogram jenis kelamin

b. Deskripsi data responden berdasarkan Usia

Berikut ini tabel data responden dilihat berdasarkan usia

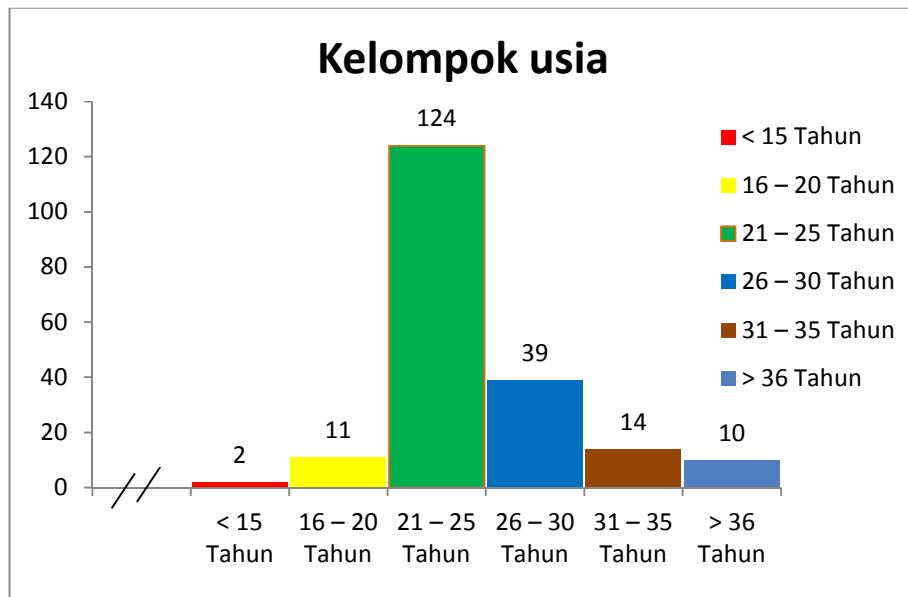
Tabel 7. Frekuensi berdasarkan usia

Usia	Frekuensi	Presentase
< 15 Tahun	2	1 %
16 – 20 Tahun	11	5,5 %
21 – 25 Tahun	124	62 %
26 – 30 Tahun	39	19,5 %
31 – 35 Tahun	14	7 %
> 36 Tahun	10	5 %
Total	200	100 %

Sumber : Data diolah

Dari tabel data di atas dapat dilihat bahwa responden terdiri dari berbagai kelompok usia yaitu < 15 Tahun sebanyak 2 responden atau 2 %, 16 – 20 Tahun sebanyak 11 responden atau 5,5 %, 21 – 25 Tahun sebanyak 124 responden atau 62 %, 26 – 30 Tahun sebanyak 39

responden atau 19,5 %, 31 – 35 Tahun sebanyak 14 responden atau 7 %, > 35 Tahun sebanyak 10 responden atau 5 %.



Gambar 3. Histogram kelompok usia

Dilihat dari data responden berdasarkan usia kelompok usia 21 – 25 Tahun adalah yang paling banyak, rata- rata para pelanggan Gojek berusia muda.

c. Deskripsi data responden berdasarkan jenis pekerjaan

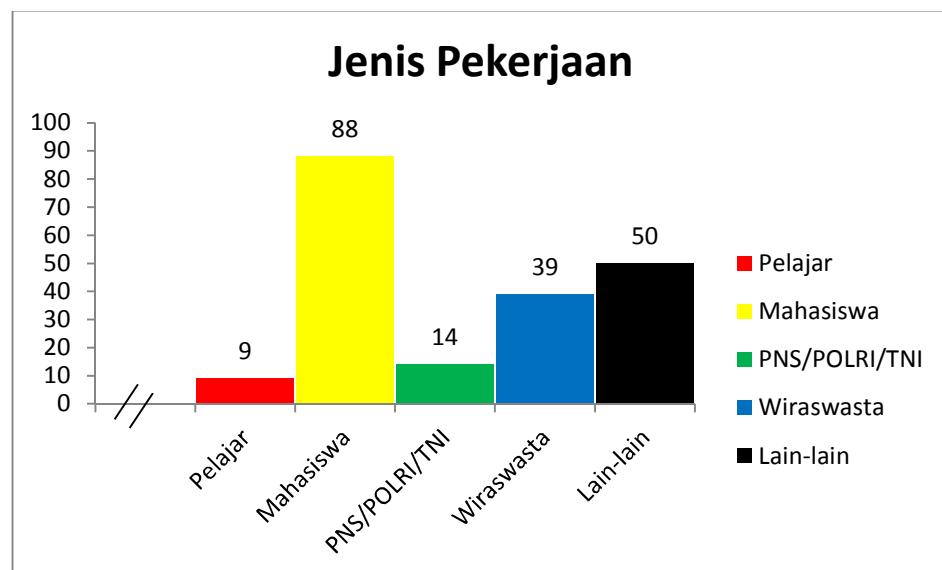
Berikut ini tabel data responden dilihat berdasarkan jenis pekerjaan

Tabel 8. Frekuensi jenis pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pelajar	9	4,5 %
Mahasiswa	88	44 %
PNS/POLRI/TNI	14	7 %
Wiraswasta	39	19,5 %
Lain-lain	50	25 %
Total	200	100 %

Sumber: data diolah

Dari tabel data di atas dapat dilihat bahwa responden terdiri dari berbagai jenis pekerjaan yaitu pelajar sebanyak 9 responden atau 4,5 %, Mahasiswa sebanyak 88 responden atau 44 %, PNS/POLRI/TNI sebanyak 14 responden atau 7 %, Wiraswasta sebanyak 39 responden atau 19,5 %, Lain-lain sebanyak 50 responden atau 25 %.



Gambar 4. Jenis Pekerjaan

Dilihat dari data responden berdasarkan jenis pekerjaan mahasiswa adalah yang paling banyak, hal ini dikarenakan rata-rata para mahasiswa mempunyai mobilitas tinggi dan banyak kebutuhan mahasiswa yang telah ditawarkan oleh macam-macam layanan Gojek.

d. Deskripsi data responden berdasarkan pengeluaran

Berikut ini tabel data responden dilihat berdasarkan pengeluaran

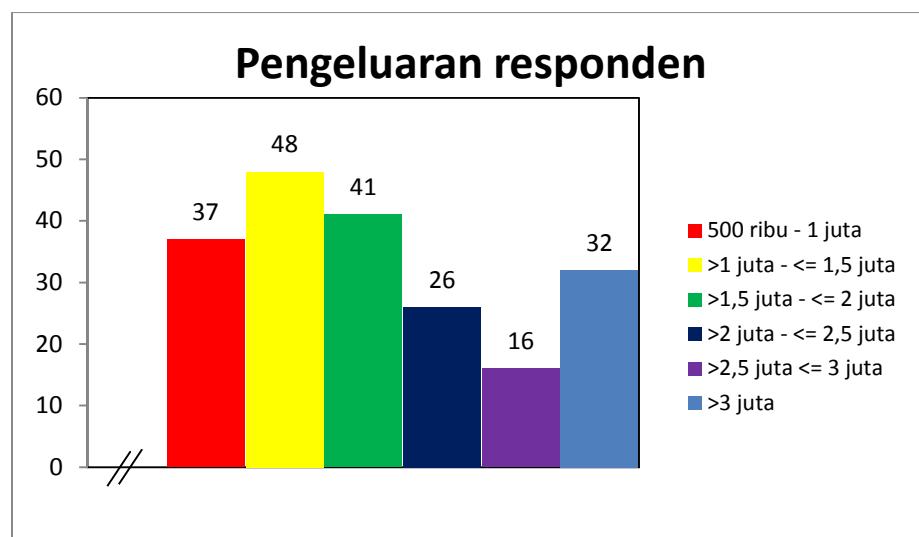
Tabel 9. Frekuensi pengeluaran

Pengeluaran	Frekuensi	Presentase
500 ribu - 1 juta	37	18,5 %

Pengeluaran	Frekuensi	Presentase
>1 juta - <= 1,5 juta	48	24 %
>1,5 juta - <= 2 juta	41	20,5 %
>2 juta - <= 2,5 juta	26	13 %
>2,5 juta - <= 3 juta	16	8 %
>3 juta	32	16 %
Total	200	100 %

Sumber : Data diolah

Dari tabel data di atas dapat dilihat pengeluaran responden yaitu 500 ribu – 1 juta sebanyak 37 responden atau 18 %, >1 juta - <= 1,5 juta sebanyak 48 responden atau 24 %, >1,5 juta - <= 2 juta sebanyak 41 responden atau 20,5 %, >2 juta - <= 2,5 juta sebanyak 26 responden atau 13 %, >2,5 juta - <= 3 juta sebanyak 16 responden atau 8 %, >3 juta sebanyak 32 responden atau 16 %.



Gambar 5. Histogram pengeluaran responden

Dilihat dari data responden berdasarkan pengeluaran, responden dengan frekuensi pengeluaran >1,5 juta - <= 2 juta adalah yang paling banyak.

e. Deskripsi data responden berdasarkan intensitas *order* Gojek

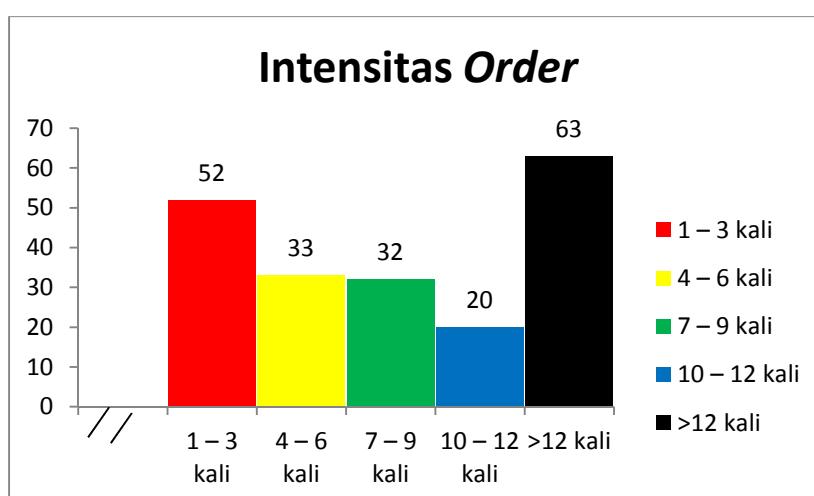
Berikut ini tabel data responden dilihat berdasarkan intensitas *order* Gojek.

Tabel 10. Frekuensi intensitas *order*

Intensitas <i>Order</i>	Frekuensi	Presentase
1 – 3 kali	52	26 %
4 – 6 kali	33	16,5 %
7 – 9 kali	32	16 %
10 – 12 kali	20	10 %
>12 kali	63	31,5 %
Total	200	100 %

Sumber : Data diolah

Dari tabel data di atas dapat dilihat intensitas *order* responden yaitu 1-3 kali sebanyak 52 responden atau 26 %, 4-6 kali sebanyak 33 responden atau 16,5 %, 7-9 kali sebanyak 32 responden atau 16 %, 10-12 kali sebanyak 20 responden atau 10 %, > 12 kali sebanyak 63 responden atau 31,5 %.



Gambar 6. Histogram intensitas *order*

Dilihat dari data responden berdasarkan intensitas *order* responden >12 kali adalah yang paling banyak.

3. Deskripsi Data Variabel

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif, Analisis statistik deskriptif dalam penelitian ini meliputi *mean*, *median*, *modus*, tabel frekuensi responden dan tabel frekuensi responden menurut kategori yang penentuannya maka akan disajikan deskripsi dari tiap variabel berdasarkan data yang diperoleh di lapangan. Deskripsi data masing-masing variabel secara rinci dapat dilihat dalam uraian berikut ini:

Tabel 11. Deskripsi Data Variabel

Variabel	N	Range	Min	Max	Mean	Std Deviasi
Kepuasan Pelanggan	200	15	21	36	30,57	2,86
Kualitas Sistem Informasi	200	16	24	10	33,14	3,53
Harga	200	15	17	32	26,63	2,65
Kualitas Pelayanan	200	18	24	42	35,52	4,00

Sumber : Data diolah

a. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan dalam penelitian ini merupakan variabel terikat atau dependen. Kuesioner variabel Kepuasan Pelanggan terdiri dari 9 pernyataan. Skor tertinggi adalah 36 dan skor terendah adalah 9, Mean sebesar 30,57 dan standar deviasi 2,865.

Menurut Sugiyono (2007) distribusi frekuensi dari variabel Kepuasan Pelanggan dapat dihitung dengan menggunakan rumus *sturges*:

1) Menghitung Jumlah Kelas Interval

Jumlah n dalam penelitian ini yaitu sejumlah sampel yang berjumlah 200.

$$\text{Jadi kelas interval} = 1 + 3,3 \log 200 = 9$$

2) Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}\text{Rentang data} &= (\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}) + 1 \\ &= (36-21)+1= 16\end{aligned}$$

3) Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}\text{Panjang Kelas} &= \text{Rentang data} / \text{Jumlah kelas interval} \\ &= 16 / 9 = 1,78\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat disusun tabel distribusi frekuensi Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:

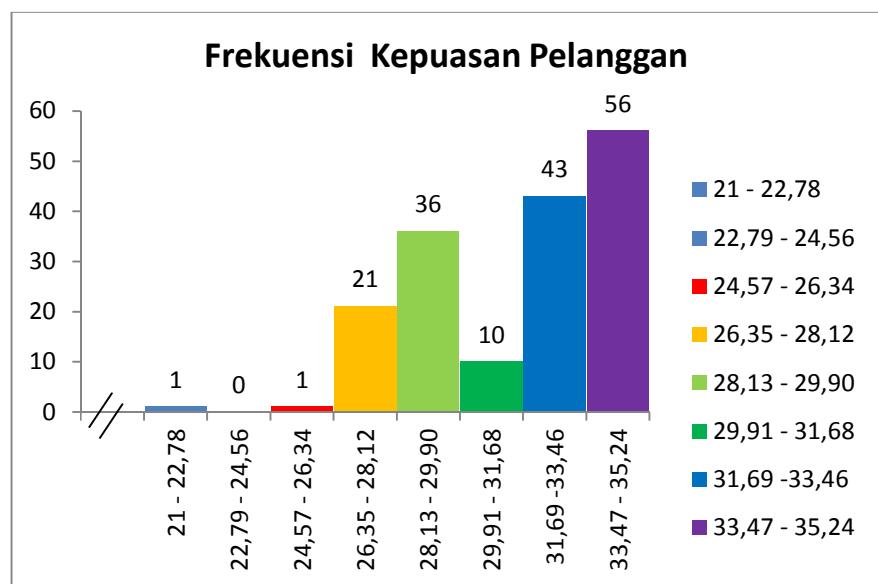
Tabel 12. Kelas frekuensi Kepuasan Pelanggan

No	Kelas Frekuensi	Frekuensi	Prosentase
1	21 - 22,78	1	0,5%
2	22,79 - 24,56	0	0,0%
3	24,57 - 26,34	1	0,5%
4	26,35 - 28,12	21	10,5%
5	28,13 - 29,90	36	18,0%
6	29,91 - 31,68	10	5,0%
7	31,69 - 33,46	43	21,5%

No	Kelas Frekuensi	Frekuensi	Prosentase
8	33,47 - 35,24	56	28,0%
9	35,25 - 37,02	32	16,0%
		200	100%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 11, maka dapat digambarkan histogram distribusi frekuensi Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:



Gambar 7. Histogram kelas Frekuensi Kepuasan Pelanggan

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan data variabel Kepuasan Pelanggan. kategori tersebut terdiri dari 5 kategori yaitu kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Hasil perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5.

Tabel 13. Kategori kecenderungan data Kepuasan Pelanggan

No	Kategori	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif
1	Sangat Tinggi	$29,75 < X \leq 36,5$	132	66%
2	Tinggi	$25,25 < X \leq 29,75$	66	33%
3	Sedang	$20,75 < X \leq 25,25$	2	1%
4	Rendah	$16,25 < X \leq 20,75$	0	0%
5	Sangat Rendah	$9,5 < X \leq 16,25$	0	0%
Jumlah			200	

Sumber : Data diolah

Tabel 12 menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 113 responden (57%), tinggi sebanyak 85 responden (42%), sedang sebanyak 2 responden (1%), rendah sebanyak 0 responden (0%), dan sangat rendah 0 responden (0%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kepuasan Pelanggan paling banyak memberikan penilaian sangat tinggi.

b. Kualitas Sistem Informasi

Kualitas Sistem Informasi dalam penelitian ini merupakan variabel bebas atau independen. Kuesioner variabel Kepuasan Pelanggan terdiri dari 10 pernyataan. Skor tertinggi adalah 40 dan skor terendah adalah 10, Mean sebesar 33,14 dan standar deviasi 3,530.

Menurut Sugiyono (2007) distribusi frekuensi dari variabel Kepuasan Pelanggan dapat dihitung dengan menggunakan rumus *sturges*:

1) Menghitung Jumlah Kelas Interval

Jumlah n dalam penelitian ini yaitu sejumlah sampel yang berjumlah 200.

$$\text{Jadi kelas interval} = 1 + 3,3 \log 200 = 9$$

2) Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}\text{Rentang data} &= (\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}) + 1 \\ &= (40-24)+1= 17\end{aligned}$$

3) Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}\text{Panjang Kelas} &= \text{Rentang data} / \text{Jumlah kelas interval} \\ &= 17 / 9 = 1,8\end{aligned}$$

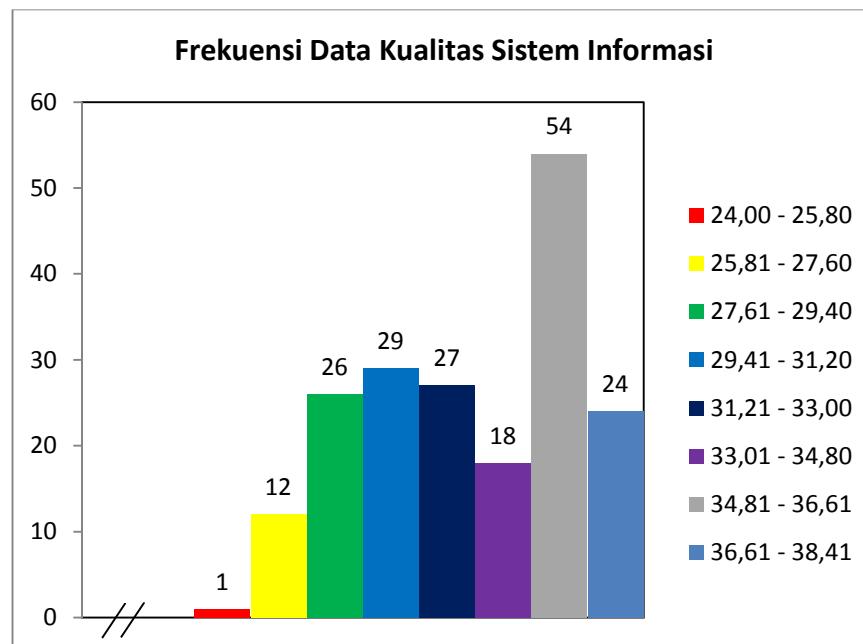
Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat disusun tabel distribusi frekuensi Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:

Tabel 14. Kelas frekuensi Kualitas Sistem Informasi

No	Kelas Frekuensi	Frekuensi	Prosentase
1	24,00 - 25,80	1	0,5%
2	25,81 - 27,60	12	6,0%
3	27,61 - 29,40	26	13,0%
4	29,41 - 31,20	29	14,5%
5	31,21 - 33,00	27	13,5%
6	33,01 - 34,80	18	9,0%
7	34,81 - 36,61	54	27,0%
8	36,61 - 38,41	24	12,0%
9	38,42 - 40,2	9	4,5%
		200	100,0%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 13, maka dapat digambarkan histogram distribusi frekuensi Kualitas Sistem Informasi sebagai berikut:



Gambar 8. Histogram frekuensi data Kualitas Sistem Informasi

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan data variabel Kualitas Sistem Informasi. kategori tersebut terdiri dari 5 kategori yaitu kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Hasil perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5.

Tabel 15. Kecenderungan data Kualitas Sistem Informasi

No	Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Tinggi	$32 < X \leq 40$	119	59,50%
2	Tinggi	$27 < X \leq 32$	68	34,00%
3	Sedang	$22 < X \leq 27$	13	6,50%
4	Rendah	$17 < X \leq 22$	0	0,00%

No	Kategori	Interval	Frekuensi	Persentase
5	Sangat Rendah	$10 < X \leq 17$	0	0,00%
Jumlah			200	

Sumber: data diolah

Tabel 14 menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 119 responden (59,50%), tinggi sebanyak 68 responden (34%), sedang sebanyak 13 responden (6,5%), rendah sebanyak 0 responden (0%), dan sangat rendah 0 responden (0%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kualitas Sistem Informasi paling banyak memberikan penilaian sangat tinggi.

c. Harga

Harga dalam penelitian ini merupakan variabel bebas atau independen. Kuesioner variabel Kepuasan Pelanggan terdiri dari 8 pernyataan. Skor tertinggi adalah 32 dan skor terendah adalah 8, Mean sebesar 26,63 dan standar deviasi 2,653.

Menurut Sugiyono (2007) distribusi frekuensi dari variabel Kepuasan Pelanggan dapat dihitung dengan menggunakan rumus *sturges*:

1) Menghitung Jumlah Kelas Interval

Jumlah n dalam penelitian ini yaitu sejumlah sampel yang berjumlah 200.

$$\text{Jadi kelas interval} = 1 + 3,3 \log 200 = 9$$

2) Menghitung Rentang Data

$$\text{Rentang data} = (\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}) + 1$$

$$= (32-17)+1= 16$$

3) Menghitung Panjang Kelas

$$\text{Panjang Kelas} = \text{Rentang data} / \text{Jumlah kelas interval}$$

$$= 16 / 9 = 1,78$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat disusun tabel

distribusi frekuensi Kepuasan Pelanggan sebagai berikut:

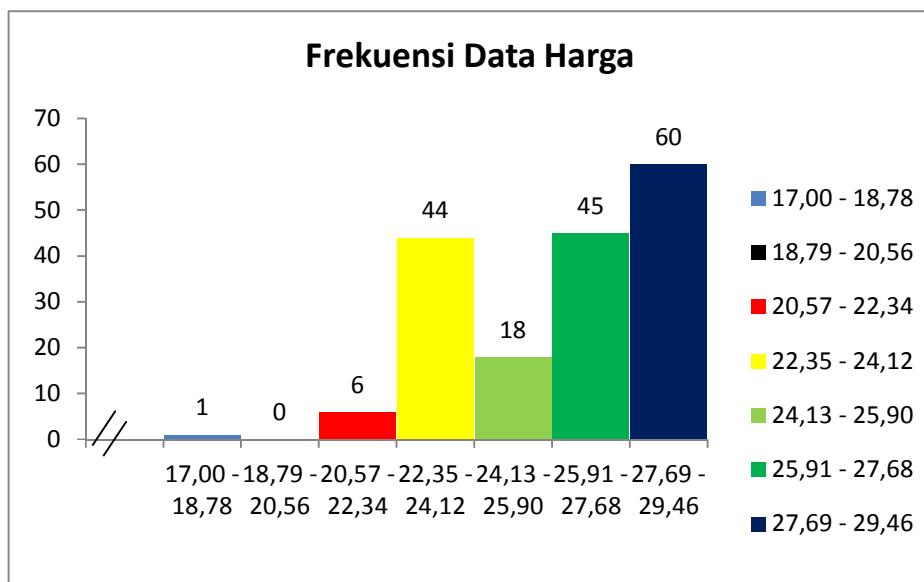
Tabel 16. Kelas frekuensi data Harga

No	Kelas Frekuensi	Frekuensi	Persentase
1	17,00 - 18,78	1	0,5%
2	18,79 - 20,56	0	0,0%
3	20,57 - 22,34	6	3,0%
4	22,35 - 24,12	44	22,0%
5	24,13 - 25,90	18	9,0%
6	25,91 - 27,68	45	22,5%
7	27,69 - 29,46	60	30,0%
8	29,47 - 31,24	22	11,0%
9	31,25 - 33,02	4	2,0%
		200	100,0%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 15, maka dapat digambarkan histogram

distribusi frekuensi Harga sebagai berikut:



Gambar 9. Histogram Frekuensi data Harga

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan data variabel Harga. kategori tersebut terdiri dari 5 kategori yaitu kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Hasil perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5.

Tabel 17. Kategori kecenderungan variabel Harga

No	Kategori	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif
1	Sangat Tinggi	$26 < X \leq 32$	112	56,00%
2	Tinggi	$22 < X \leq 26$	81	40,50%
3	Sedang	$18 < X \leq 22$	6	3,00%
4	Rendah	$14 < X \leq 18$	1	0,50%
5	Sangat Rendah	$8 < X \leq 14$	0	0,00%
Jumlah			200	

Sumber : Data diolah

Tabel 16 menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 112 responden (56%), tinggi sebanyak 81 responden (40,5%), sedang sebanyak 6 responden (3%), rendah sebanyak 1 responden

(0,5%), dan sangat rendah 0 responden (0%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Harga paling banyak memberikan penilaian sangat tinggi. Lebih jelasnya ditunjukkan dengan diagram *pie chart* di bawah ini.

d. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini merupakan variabel bebas atau independen. Kuesioner variabel Kepuasan Pelanggan terdiri dari 11 pernyataan. Skor tertinggi adalah 44 dan skor terendah adalah 11, Mean sebesar 35,52 dan standar deviasi 4,001.

Menurut Sugiyono (2007) distribusi frekuensi dari variabel Kepuasan Pelanggan dapat dihitung dengan menggunakan rumus *sturges*:

1) Menghitung Jumlah Kelas Interval

Jumlah n dalam penelitian ini yaitu sejumlah sampel yang berjumlah 200.

$$\text{Jadi kelas interval} = 1 + 3,3 \text{ Log } 200 = 9$$

2) Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned} \text{Rentang data} &= (\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}) + 1 \\ &= (42-24)+1= 19 \end{aligned}$$

3) Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned} \text{Panjang Kelas} &= \text{Rentang data} / \text{Jumlah kelas interval} \\ &= 19 / 9 = 2,11 \end{aligned}$$

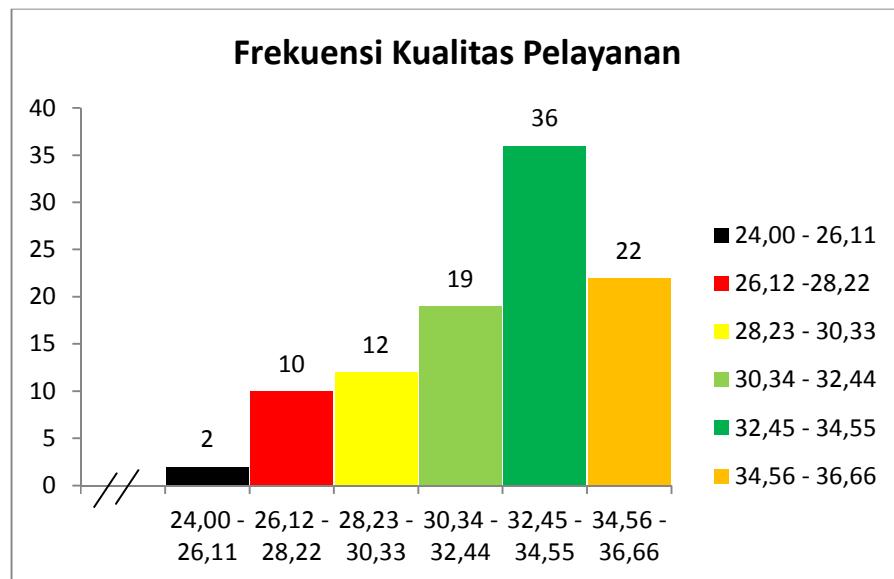
Berdasarkan perhitungan di atas, maka dapat disusun tabel distribusi frekuensi Kualitas Pelayanan sebagai berikut:

Tabel 18. Kelas frekuensi variabel Kualitas Pelayanan

No	Kelas Frekuensi	Frekuensi	Presentase
1	24,00 - 26,11	2	1,0%
2	26,12 - 28,22	10	5,0%
3	28,23 - 30,33	12	6,0%
4	30,34 - 32,44	19	9,5%
5	32,45 - 34,55	36	18,0%
6	34,56 - 36,66	22	11,0%
7	36,67 - 38,77	46	23,0%
8	38,78 - 40,88	38	19,0%
9	40,89 - 42,99	15	7,5%
		200	100,0%

Sumber : Data diolah

Berdasarkan tabel 17, maka dapat digambarkan histogram distribusi frekuensi Kualitas Pelayanan sebagai berikut:



Gambar 10. Histogram Frekuensi Kualitas Pelayanan

Data tersebut kemudian digolongkan ke dalam kategori kecenderungan data variabel Kualitas Pelayanan. kategori tersebut

terdiri dari 5 kategori yaitu kategori sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Hasil perhitungan dapat dilihat pada lampiran 5.

Tabel 19. Kategori Kecenderungan data Kualitas Pelayanan

No	Kategori	Interval	Frekuensi	Frekuensi Relatif
1	Sangat Tinggi	$36,25 < X \leq 44,5$	99	49,50%
2	Tinggi	$30,75 < X \leq 36,25$	77	38,50%
3	Sedang	$25,25 < X \leq 30,75$	22	11,00%
4	Rendah	$19,75 < X \leq 25,25$	2	1,00%
5	Sangat Rendah	$11,5 < X \leq 19,75$	0	0,00%
Jumlah			200	

Sumber : Data diolah

Tabel 18 menunjukkan bahwa kategori sangat tinggi sebanyak 112 responden (56%), tinggi sebanyak 81 responden (40,5%), sedang sebanyak 6 responden (3%), rendah sebanyak 1 responden (0,5%), dan sangat rendah 0 responden (0%). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa penilaian responden tentang variabel Kualitas Pelayanan paling banyak memberikan penilaian sangat tinggi.

4. Analisis Data

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan *1-sample kolmogorov-smirnov*.

Tabel 21. Hasil Uji Normalitas

	<i>Unstandarized Residual</i>	Kesimpulan
<i>Kolmogorov-Smimow Z</i>	0,820	Berdistribusi Normal
<i>Asmp. Sig. (2-tailed)</i>	0,512	

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji normalitas di atas, dapat dilihat bahwa nilai Sig. Sebesar 0,512 dengan nilai Sig > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

2) Uji linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui model yang digunakan linear atau tidak. Berdasarkan *output* statistik model regresi hasil perhitungan uji linearitas (lampiran 6) dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 20. Hasil perhitungan uji linearitas

Hubungan	<i>Deviation From Linearity</i>	Kriteria
X1 – Y	0,140	Linear
X2 – Y	0,064	Linear

Hubungan	Deviation From Linearity	Kriteria
X3 - Y	0,082	Linear

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji linearitas di atas untuk kedua model tersebut memiliki nilai $> 0,05$ yaitu X1 0,140, X2 0,064 dan X3 0,082. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model tersebut linear, sehingga dapat menggunakan uji regresi linear.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas untuk menguji terjadi atau tidaknya multikolinearitas antar variabel independen. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi, yakni dengan melihat dari sisi nilai tolerance dan lawan yaitu *variance inflation factor* (VIF). Nilai *cut off* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai tolerance $>0,1$ dan < 10 . Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel 15 berikut:

Tabel 21. Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Kesimpulan
1	Kualitas Sistem Informasi	0,364	2,745	Tidak terjadi Multikolinearitas
2	Harga	0,492	2,031	Tidak terjadi Multikolinearitas
3	Kualitas Pelayanan	0,425	2,352	Tidak terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel diketahui bahwa nilai *tolerance* semua variabel lebih dari 0,10 yang berarti tidak ada korelasi antar variabel

independen. Nilai VIF semua variabel independen lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil di atas menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antar variabel.

4) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Penelitian ini menggunakan *uji Glejser*, hasil uji *Glejser* dapat dilihat pada tabel 21.

Tabel 22. Hasil Uji Heteroskedastisitas

No	Variabel	Sig	Kesimpulan
1	Kualitas Sistem Informasi	0,853	Tidak mengandung Heteroskedastisitas
2	Harga	0,281	Tidak mengandung Heteroskedastisitas
3	Kualitas Pelayanan	0,522	Tidak mengandung Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah

Hasil uji *Glejser* di atas menunjukkan bahwa tidak ada satupun variabel independen yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai absolute Ut (ABSUT). Hal ini terlihat dari probabilitas signifikansnya di atas 5%. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

d. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Uji hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi linier sederhana dan analisis linier berganda.

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Regresi linear sederhana ini digunakan untuk menjawab hipotesis pertama dan kedua. Nilai masing-masing koefisien regresi diketahui dari hasil perhitungan dengan *output* model regresi.

- a) Pengaruh Kualitas Sistem Informasi (X_1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi sederhana dengan program model regresi maka diperoleh rangkuman hasil uji analisis regresi sederhana sebagai berikut:

Tabel 23. Hasil Uji Regresi Sederhana

		Nilai r		Nilai t		Sig
		r_{hitung}	r^2	t_{hitung}	t_{tabel}	
Konstanta	8,468					
Kualitas Sistem Informasi	0,667	0,822	0,676	20,303	1,652	0,000

Sumber : Data diolah

(1) Persamaan Regresi

Berdasarkan tabel 25, dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 8,468 dan koefisien regresi Kualitas Sistem Informasi sebesar 0,667 sehingga hasil tersebut dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$(Y) = 8,468 + 0,667 (X_1)$$

Berdasarkan persamaan yang telah dibuat dapat diketahui bahwa, apabila variabel Kualitas Sistem Informasi dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Pelanggan senilai 8,468. Dari persamaan di atas dapat diketahui juga bahwa jika Kualitas Sistem Informasi meningkat satu poin, maka nilai Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,667. Nilai koefisien regresi yang bernilai positif tersebut juga menunjukkan bahwa Kualitas Sistem Informasi berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

(2) Koefisien Determinasi Sederhana

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi sederhana r^2 sebesar 0,676. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 67,6% variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Sistem Informasi, sedangkan sisanya sebesar 32,4 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

(3) Uji Signifikansi Regresi Sederhana (Uji t)

Uji signifikansi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi dengan tingkat signifikan yang telah ditentukan, yaitu sebesar 0,05. Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 20,303. Jika dibandingkan dengan t_{tabel} pada tingkat

signifikansi 0,05 dengan $df= 200$ sebesar 1,652, maka t_{hitung} lebih besar dari $t_{tabel} 20,303 > 1,652$.

Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti pengaruh Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan signifikan. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) yang menyatakan bahwa Terdapat pengaruh positif Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta diterima.

b) Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi sederhana dengan program model regresi maka diperoleh rangkuman hasil uji analisis regresi sederhana sebagai berikut:

Tabel 24. Hasil Uji Regresi Sederhana

		Nilai r		Nilai t		Sig
		r_{hitung}	r^2	t_{hitung}	t_{tabel}	
Konstanta	10,204					
Harga	0,765	0,708	0,502	14,118	1,652	0,000

Sumber : Data diolah

(1) Persamaan Regresi

Berdasarkan tabel, maka dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 10,204 dan koefisien regresi Harga

sebesar 0,765 sehingga hasil tersebut dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$(Y) = 10,204 + 0,765 (X_2).$$

Berdasarkan persamaan yang telah dibuat dapat diketahui bahwa, apabila variabel Harga dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Pelanggan senilai 10,204. Dari persamaan di atas dapat diketahui juga bahwa jika Harga meningkat satu poin, maka nilai Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,765. Nilai koefisien regresi yang bernilai positif tersebut juga menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

(2) Koefisien Determinasi Sederhana

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi sederhana r^2 sebesar 0,502. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 50,2% variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Harga, sedangkan sisanya sebesar 49,8 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

(3) Uji Signifikansi Regresi Sederhana (Uji t)

Uji signifikansi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi dengan tingkat signifikan yang telah ditentukan, yaitu sebesar 0,05.

Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar

14,118. Jika dibandingkan dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan $df= 200$ sebesar 1,652, maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} $14,118 > 1,652$.

Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan signifikan. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H_2) yang menyatakan bahwa Terdapat pengaruh positif Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta diterima.

c) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X_3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi sederhana dengan program model regresi maka diperoleh rangkuman hasil uji analisis regresi sederhana sebagai berikut:

Tabel 25. Hasil Uji Regresi Sederhana

		Nilai r		Nilai t		Sig
		r_{hitung}	r^2	t_{hitung}	t_{tabel}	
Konstanta	11,193					
Kualitas Pelayanan	0,546	0,762	0,581	16,562	1,652	0,000

Sumber : Data diolah

(1) Persamaan Regresi

Berdasarkan tabel, maka dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 11,193 dan koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,546 sehingga hasil tersebut dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

$$(Y) = 11,193 + 0,546 (X_3).$$

Berdasarkan persamaan yang telah dibuat dapat diketahui bahwa, apabila variabel Kualitas Pelayanan dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Pelanggan senilai 11,193. Dari persamaan di atas dapat diketahui juga bahwa jika Kualitas Pelayanan meningkat satu poin, maka nilai Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,546. Nilai koefisien regresi yang bernilai positif tersebut juga menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

(2) Koefisien Determinasi Sederhana

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi sederhana r^2 sebesar 0,581. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 58,1% variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 41,9 % dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

(3) Uji Signifikansi Regresi Sederhana (Uji t)

Uji signifikansi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi dengan tingkat signifikan yang telah ditentukan, yaitu sebesar 0,05. Berdasarkan tabel, dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} sebesar 16,562. Jika dibandingkan dengan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan $df= 200$ sebesar 1,652, maka t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} $16,562 > 1,652$.

Nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 juga menunjukkan nilai yang lebih kecil dari nilai tingkat signifikansi sebesar 0,05 ($0,000 < 0,05$). Hal ini berarti pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan signifikan. Oleh karena itu, hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta diterima.

2) Analisis Regresi Berganda

Uji regresi linear berganda bertujuan untuk menguji hipotesis keempat (H4) yaitu variabel Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan (variabel independen) secara bersama-sama mempengaruhi variabel Kepuasan Pelanggan (variabel dependen). Berdasarkan lampiran 7, berikut ini adalah ringkasan hasil analisis regresi berganda:

Tabel 26. Hasil Uji Regresi Berganda

		Nilai R		Nilai t		Sig
		R _{hitung}	R ²	Adjusted R ²	F _{hitung}	
Konstanta	4,814					
Kualitas Sistem Informasi	0,379					
Harga	0,222					
Kualitas Pelayanan	0,206					

Sumber : Data diolah

a) Persamaan Regresi Berganda

Berdasarkan nilai koefisien dan nilai konstanta pada tabel di atas, dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 4,814 + 0,379X_1 + 0,222X_2 + 0,206X_3$$

Persamaan di atas dapat diartikan sebagai berikut:

α : Nilai konstanta sebesar 4,814, jika variabel independen dianggap konstan (variabel independen = 0), maka variabel dependennya yaitu Kepuasan Pelanggan sebesar 4,814.

b1 : Koefisien regresi Kualitas Sistem Informasi sebesar 0,379, artinya bahwa setiap kenaikan Kualitas Sistem Informasi 1 poin maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,379, dengan asumsi variabel Harga dan Kualitas Pelayanan konstan.

b2 : Koefisien regresi Harga sebesar 0,222, artinya bahwa setiap kenaikan Harga 1 poin maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,222, dengan asumsi variabel Kualitas Sistem Informasi dan Kualitas Pelayanan konstan.

b3 : Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,206, artinya bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan 1 poin maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,206, dengan asumsi variabel Kualitas Sistem Informasi dan Harga konstan.

b) Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Berdasarkan tabel 18 di atas dapat dilihat bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R²*) sebesar 0,744. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa sebesar 74,4 % variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 25,6% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model ini.

c) Uji signifikansi Regresi Berganda (Uji F)

Pengujian signifikansi regresi berganda dilakukan dengan cara membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} atau dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi dengan tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu

0,05. Berdasarkan tabel di atas maka diketahui bahwa F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu $193,777 > 3,04$ dan signifikansi 0,000 yang nilainya lebih kecil dibandingkan dengan tingkat signifikansi yang telah ditetapkan $0,000 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Hal ini berarti pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan signifikan. Oleh karena itu hipotesis keempat (H4) yang menyatakan Terdapat pengaruh positif Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta diterima.

e. Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

Berdasarkan hasil perhitungan dapat diketahui besarnya sumbangan relatif dan sumbangan efektif masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 27. Hasil Uji Sumbangan Relatif dan Efektif

Variabel	SR (%)	SE (%)
Kualitas Sistem Informasi	49 %	36,6 %
Harga	23 %	17,2 %
Kualitas Pelayanan	28 %	20,9 %

Sumber : Data diolah

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa besarnya sumbangan masing-masing variabel independen. Variabel Kualitas Sistem Informasi memiliki sumbangan relatif sebesar 49 % dan sumbangan efektif sebesar 36,6 %. Variabel Harga memiliki sumbangan relatif sebesar 23 % dan sumbangan efektif sebesar 17,2 %. Variabel Kualitas Pelayanan memiliki sumbangan relatif sebesar 28 % dan sumbangan efektif sebesar 20,9 %.

Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Sistem Informasi lebih dominan dan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Variabel Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan memberikan sumbangan efektif sebesar 74,8 % terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta dan sisanya sebesar 24,2 % dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mendukung hipotesis pertama bahwa Terdapat pengaruh positif Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 20,303 yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,652 ($20,303 > 1,652$). Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05

($0,000 < 0,05$) artinya bahwa variabel Kualitas Sistem Informasi berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,676, berarti bahwa 67,6% variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi Kualitas Sistem Informasi, sedangkan sisanya 32,4% dijelaskan oleh faktor lain. Nilai konstanta sebesar 8,468 berarti jika variabel Kualitas Sistem Informasi dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 8,468. Nilai koefisien regresi sebesar 0,667 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 poin, Kualitas Sistem Informasi akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,687, ini menyebabkan hubungan positif variabel Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

Berdasarkan total skor terendah pernyataan kuesioner pada variabel Kualitas Sistem Informasi yaitu aplikasi Gojek sering mengalami gangguan, pernyataan tersebut merupakan pernyataan negatif. Hal ini memiliki makna bahwa aplikasi Gojek yang digunakan oleh pelanggan gojek sering mengalami gangguan. Misalnya tidak kompatibel pada perangkat yang digunakan oleh pelanggan untuk mengakses aplikasi Gojek sehingga terjadi *force close* atau penghentian paksa pada aplikasi serta server gojek yang mengalami gangguan.

Dari hasil skor tertinggi pernyataan kuesioner pada variabel Kualitas Sistem Informasi yaitu aplikasi Gojek serbaguna dalam memenuhi kebutuhan saya. Hal ini menunjukkan bahwa aplikasi Gojek

sudah dianggap mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya. Akan tetapi untuk mengatasi persaingan di masa depan, Gojek tidak boleh berhenti berinovasi mengingat Gojek sebagai perusahaan teknologi yang menjual jasa oleh karena itu perlu perbaikan kualitas secara kontinu dan menyiapkan tambahan layanan pada aplikasi Gojek.

Kualitas Sistem Informasi menurut Davis (1989) diartikan sebagai *perceived ease of use* yang merupakan tingkat seberapa besar teknologi dirasakan relatif mudah untuk dipahami dan digunakan. Hal ini berarti seberapa besar kemudahan dalam menggunakan sistem informasi yang digunakan oleh pemakai sistem informasi, pelanggan Gojek merupakan pengguna dari sistem informasi. Gojek sebagai penyedia jasa ojek *online* harus mempunyai sistem informasi yang handal, mengingat terobosan yang dilakukan Gojek adalah berbasis *online* yang artinya Gojek harus mempunyai suatu sistem informasi yang efektif dan efisien bagi para pelanggannya. Kualitas Sistem Informasi dapat berjalan dengan baik, agar pelanggan Gojek akan memperoleh manfaat seperti kemudahan, fleksibilitas yang tinggi dan keamanan dalam menggunakan sistem informasi, sehingga konsumen akan merasa puas kepada perusahaan.

Kepuasan Pelanggan akan tercipta apabila suatu sistem informasi tersebut telah memberikan kemudahan bagi pelanggan Gojek. Jadi Kualitas Sistem Informasi yang baik akan menghasilkan Kepuasan Pelanggan. Hal ini juga ditunjukkan dengan penelitian Anggih Risdianto

(2014) yang membuktikan bahwa Kualitas Sistem Informasi berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat Kualitas Sistem Informasi yang diperoleh pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.

2. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mendukung hipotesis yang kedua bahwa Terdapat pengaruh positif Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 14,118 yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,652 ($14,118 > 1,652$). Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya bahwa variabel Harga berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,502, berarti bahwa 50,2% variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi Harga, sedangkan sisanya 49,8 % dijelaskan oleh faktor lain. Nilai konstanta sebesar 10,204 berarti jika variabel Harga dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 10,204. Nilai koefisien regresi sebesar 0,765 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 poin, Harga akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,765, ini menyebabkan hubungan positif variabel Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta.

Dilihat dari total skor terendah pernyataan kuesioner pada variabel Harga yaitu pada saat menggunakan jasa Gojek tarif yang diterapkan tidak sesuai dengan kualitas fasilitas yang digunakan, pernyataan tersebut merupakan pernyataan negatif. Hal ini memiliki makna bahwa fasilitas yang digunakan para *driver* seperti peralatan dan perlengkapan yang digunakan bernilai rendah, hal ini didasari oleh fasilitas yang digunakan *driver* masih belum sesuai ekspektasi dari pelanggan Gojek, karena masih banyaknya fasilitas yang kualitasnya tidak sama antara *driver* Gojek yang satu dengan yang lain.

Total skor tertinggi pernyataan kuesioner pada variabel Harga yaitu menurut saya, harga jasa Gojek sesuai dengan kemampuan saya. Hal ini mengindikasikan bahwa harga yang ditentukan oleh Gojek sudah sesuai dengan kemampuan pelanggannya.

Harga dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana Harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Hal ini juga dinyatakan oleh Kotler dan Amstrong (2008) yang mengungkapkan bahwa harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Indikator penilaian Harga dapat dilihat dari kesesuaian suatu pengorbanan dari konsumen terhadap nilai yang diterimanya setelah melakukan pembelian, dari situlah konsumen akan mempersepsikan dari produk atau jasa tersebut. Persepsi pelanggan dipengaruhi oleh

keterjangkauan harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk dan kesesuaian harga terhadap manfaat produk. Apabila hal tersebut dirasakan oleh pelanggan maka akan menciptakan Kepuasan Pelanggan. Hal ini didukung oleh penelitian Dessica (2016) yang mengungkapkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa semakin kompetitif tingkat Harga yang diperoleh pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mendukung hipotesis yang ketiga bahwa Terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 16,562 yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 yaitu sebesar 1,652 ($16,562 > 1,652$). Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu 0,05 ($0,000 < 0,05$) artinya bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,581, berarti bahwa 58,1% variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 41,9 % dijelaskan oleh faktor lain. Nilai konstanta sebesar 11,193 berarti jika variabel Kualitas Pelayanan

dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 11,193. Nilai koefisien regresi sebesar 0,546 menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 poin, Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,546, ini menyebabkan hubungan positif variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

Dilihat dari total skor terendah pernyataan kuesioner pada variabel Kualitas Pelayanan yaitu Gojek memiliki kendaraan dan atribut yang baik, berarti bahwa kendaraan dan atribut yang digunakan oleh *driver* Gojek belum memberikan kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh Gojek.

Sementara itu, total skor tertinggi pernyataan kuesioner pada variabel Kualitas Pelayanan yaitu Gojek memiliki kelengkapan berkendara sesuai dengan peraturan yang berlaku. Hal ini memiliki makna bahwa kelengkapan berkendara pada mitra Gojek sudah baik dan perlu dipertahankan.

Kualitas pelayanan didefinisikan Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono (2014) bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas Pelayanan berarti seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas pelayanan yang benar-benar mereka terima. Kualitas Pelayanan

biasanya dipengaruhi oleh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati yang diberikan oleh produsen kepada pelanggan. Jika semua hal yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan tersebut baik maka pelanggan akan membuat Kepuasan Pelanggan.

Kualitas Pelayanan yang tinggi secara konsisten akan membuat pelanggan senang hal ini akan membuat pelanggan merasakan kepuasan. Hal ini didukung oleh penelitian Dessica (2016) yang mengungkapkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat Kualitas Pelayanan yang diperoleh pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.

4. Pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian mendukung hipotesis yang keempat bahwa Terdapat pengaruh positif Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan oleh nilai konstanta sebesar 4,814 berarti jika variabel Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan dianggap konstan, maka nilai Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 4,814.

Nilai koefisien variabel Kualitas Sistem Informasi 0,379 yang berarti apabila Kualitas Sistem Informasi meningkat 1 poin, maka

Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,379 dengan asumsi variabel Harga dan Kualitas Pelayanan tetap.

Nilai koefisien variabel Harga sebesar 0,222 yang berarti apabila Harga meningkat 1 poin, maka nilai Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,222 dengan asumsi variabel Kualitas Sistem Informasi dan Kualitas Pelayanan tetap.

Nilai koefisien variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,206 yang berarti apabila Harga meningkat 1 poin, maka nilai Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 0,206 dengan asumsi variabel Kualitas Sistem Informasi dan Harga tetap. Nilai F_{hitung} sebesar 193,777 yang lebih besar dari F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% yaitu 3,040. Selain itu, nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05, artinya bahwa variabel Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,748, berarti bahwa 58,1% variasi Kepuasan Pelanggan dapat dijelaskan oleh variasi Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan, sedangkan sisanya 74,8 % dijelaskan oleh faktor lain.

Berdasarkan total skor terendah pernyataan kuesioner pada variabel Kepuasan Pelanggan yaitu *driver Gojek selalu memberi kembalian uang apabila uang yang saya berikan berlebih*. Hal ini mengindikasikan bahwa

driver Gojek tidak selalu mengembalikan uang kembalian pada pelanggan Gojek.

Total skor tertinggi pernyataan kuesioner pada variabel Kepuasan Pelanggan yaitu saya yakin Gojek selalu berusaha untuk memberikan jasa terbaik untuk kepuasan pelanggaan. Hal ini berarti bahwa pelanggan yakin bahwa Gojek akan berusaha untuk memberikan jasa terbaik untuk kepuasan pelanggan, ini berarti ekspektasi pelanggan Gojek tinggi, oleh karena itu Gojek harus mempertahankan kepuasan pelanggannya sehingga nanti akan menumbuhkan loyalitas pelanggan.

Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dari konsumen adalah apabila konsumen merasa apa yang diinginkannya terpenuhi dengan optimal. Hal ini senada dengan apa yang diungkapkan oleh Sumarwan (2003) bahwa kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan merupakan faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Kualitas Sistem Informasi yang baik akan membuat Kepuasan Pelanggan.

Bagi konsumen yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan karena mereka akan mendapatkan *value for money*. Kualitas Pelayanan yang baik juga akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa jika Kualitas Sistem Informasi yang baik, Harga yang kompetitif dan Kualitas Pelayanan yang baik secara bersama-sama akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Hasil penelitian ini relevan dengan penelitian Dessica (2016), hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas sistem, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu :

1. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa selain Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terdapat faktor-faktor lain yang digunakan untuk menilai Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Dilihat dari nilai Adjusted R^2 sebesar 0,744 yang berarti bahwa 74,4 % Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan sedangkan sisanya 25,6 % dipengaruhi variabel lain diluar penelitian ini.
2. Sampel dalam penelitian ini hanya terbatas pada pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta saja, sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan dalam lingkup yang lebih luas.
3. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengambilan data, sehingga data yang dihasilkan mempunyai kesempatan terjadi bias. Terjadinya suatu bias dalam penelitian ini bisa jadi akibat perbedaan persepsi antara peneliti dengan responden terhadap pernyataan yang diajukan, atau bisa juga disebabkan oleh responden

yang menjawab pernyataan di dalam kuesioner secara tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya oleh responden.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis mengenai pengaruh Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Sistem Informasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,667, nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $20,303 > 1,652$. Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 yang berarti bahwa Kualitas Sistem Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian ini diperoleh nilai r^2 sebesar 0,676, yang berarti bahwa 67,6% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi Kualitas Sistem Informasi pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Gojek pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,765, nilai t_{hitung} yang lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $14,118 > 1,652$. Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05 yang berarti bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. hasil pengujian ini

diperoleh nilai r^2 sebesar 0,502, yang berarti bahwa 50,2% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi Harga pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal tersebut ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,546, nilai t_{hitung} yang lebih besar dibandingkan t_{tabel} yaitu $16,562 > 1,652$. Selain itu nilai probabilitas signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05, yang berarti bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian ini diperoleh r^2 sebesar 0,581 yang berarti bahwa 58,1% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi Kualitas Pelayanan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.
4. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta. Hal ini ditunjukkan dengan koefisien regresi yang bernilai positif yaitu 0,379, 0,222 dan 0,206, nilai F_{hitung} yang lebih besar dibandingkan F_{tabel} $193,777 > 3,040$. Tingkat signifikansi sebesar 0,00 lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu 0,05. $Adjusted R^2$ (R^2) dalam penelitian ini diperoleh sebesar 0,748 yang berarti bahwa 74,8% Kepuasan Pelanggan dipengaruhi Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

B. Implikasi Penelitian

Implikasi penelitian berdasarkan kesimpulan di atas adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Sistem Informasi sangat penting bagi pengguna sistem informasi. Karena Kualitas Sistem Informasi akan membuat pengguna merasakan manfaat dari sistem informasi tersebut, baik dalam hal kemudahan, keandalan serta jaminan keamanan. Hasil dari penelitian ini adalah Kualitas Sistem Informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

Hal ini mengandung implikasi bahwa Gojek selaku penyedia sistem informasi perlu melakukan penerapan Kualitas Sistem Informasi yang efektif yang bertujuan untuk memudahkan pelanggan dan menjamin keamanan data pelanggan Gojek agar tidak terjadi lagi hal yang tak diinginkan. Semakin baik Kualitas Sistem Informasi, maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.

2. Harga merupakan suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa mengenai sejumlah uang yang akan diberikan untuk mendapatkan manfaat yang diinginkan atas jumlah nominal tersebut. Hasil penelitian menunjukkan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

Hal ini mengimplikasikan bahwa Gojek perlu menetapkan Harga yang kompetitif dari pesaing agar Gojek memperoleh keuntungan dan pelanggan merasakan manfaat atas kesesuaian dengan fasilitas yang

digunakan dan daya saing Harga. Semakin kompetitif Harga maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.

3. Kualitas Pelayanan mendefinisikan seberapa jauh perbedaan harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta.

Hal ini mengimplikasikan bahwa Gojek perlu memperhatikan pelayanannya terhadap pelanggan, dalam hal ini para *driver Gojek* dan *Customer Service* yang selalu dituntut untuk memberikan pelayanan yang optimal terhadap pelanggan, agar pelanggan akan merasakan manfaat dan bisa menciptakan loyalitas pelanggan. Semakin tinggi Kualitas Pelayanan akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disarankan:

1. Bagi Perusahaan Gojek di Kota Yogyakarta
 - a. *Driver Gojek* perlu menyiapkan uang kembalian sehingga apabila nanti pelanggan memberikan uang untuk membayar jasa Gojek akan siap untuk memberi kembalian uang.
 - b. Gojek selaku perusahaan transportasi yang berbasis aplikasi *online* harus membuat aplikasi yang kompatibel untuk semua jenis perangkat dan selalu memantau server agar selalu siap jika mengalami gangguan yang dirasakan oleh pelanggan Gojek..

- c. Gojek harus memperhatikan fasilitas yang digunakan oleh *driver* selaku mitra Gojek, Gojek juga dituntut untuk memberikan seleksi fasilitas yang boleh digunakan para *driver* sehingga nanti pelanggan akan merasa puas karena sesuai dengan fasilitas yang digunakan.
 - d. Gojek harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *driver* Gojek dalam hal menyangkut kendaraan dan atribut yang belum baik.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
- a. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya meliputi Kualitas Sistem Informasi, Harga dan Kualitas Pelayanan, dilihat dari nilai Adjusted R^2 sebesar 0,744 yang berarti bahwa 74,4 % Kepuasan Pelanggan pada jasa Gojek di Kota Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sedangkan sisanya 25,6 dipengaruhi oleh variabel di luar penelitian ini, sebaiknya untuk peneliti selanjutnya untuk menambah variabel yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan seperti kenyamanan, keamanan dan kompetisi.
 - b. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini masih sedikit dibandingkan pelanggan Gojek di Kota Yogyakarta. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah sampel, agar hasil penelitiannya mendekati kondisi yang sebenarnya.
 - c. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai teknik pengambilan data, sehingga data yang dihasilkan mempunyai kesempatan terjadi

bias. Oleh karena itu disarankan untuk peneliti selanjutnya untuk menambahkan teknik pengambilan data lainnya seperti wawancara agar terhindar dari bias sehingga data yang diperoleh sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggih Risdiyanto. (2011). Pengaruh Kualitas informasi, kualitas sistem dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pengguna pada sistem informasi klinik. Yogyakarta : UNY
- Adi Nugroho. (26 September 2016). *Sistem Gojek bobol, pelanggan diteror*. Diambil pada tanggal 6 Januari 2017, dari <http://www.boombastis.com/sistem-Gojek-jebol/79963>
- Aulia Susanti (16 Juli 2016). *Waduh ribuan akun Gojek dibobol*. Diambil pada tanggal 5 Januari 2017, dari <https://www.labana.id/view/waduh-ribuan-akun-Gojek-dibobol-dan-diperjualbelikan-di-internet/>
- Azhar, Susanto. (2004). *Sistem Informasi Manajemen Konsep dan Pengembangannya*. Bandung: Lingga Jati
- Davis, Fred D .(1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology* : MIS Quarterly
- Delone and McLean. (1992). “*Information System Success : The Quest for Dependent Variable* “ Information System Research,
- Dessica Dinar Sari. (2016). Pengaruh kualitas produk Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen sim card gsm Prabayar XI Yogyakarta : UNY
- Duwi Priyatno. (2013). *Olah Data Statistik Dengan Program PSPP*. Yogyakarta : Mediakom
- Fadil, Zaki dan Priyono. (2015). *Teknik Marketing itu Mudah Perencanaan Marketing Strategis untuk mengurus Bisnis*. Yogyakarta: Second Hope
- Ginting, Anasta. (2012) *Not Just A Smile Inovasi Merancang, Implementasi Serta Evaluasi Service Excellence*. Jakarta: PT Gramedia
- Gita Gowinda Kirana. (2010). *Analisa Perilaku Penerimaan Wajib pajak Terhadap Penggunaan E-Filling (kajian Empiris di Wilayah Kota Semarang)*. Skripsi Universitas Diponegoro.
- Imam Ghazali. (2011). *Aplikasi Bisnis Multivarians*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegоро.
- Irawan, H.D. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Penerbit Gramedia.

- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keprilakuan*, Edisi I, Yogyakarta: Andi Offset
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. (1999). *Principle of Marketing*, 8th Edition. New Jersey: Prentice-Hall.
- Kotler, Phillip & Kevin Lane Keller. (2006). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Livari, Juhani. (2005). *An Empirical Test of The Delone- Mc-Lean Model Of Information System Success, Data For Advance ini Information System (DFA)*. ISSN:1532-0936. Volume 36. ProQuest Company
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- McLeod Raymond. (2007). *Manajement Information Systems*. 10th.ed., Upper Saddle River : Pearson Education.
- Malhotra K. Naresh. (2010). *Marketing Research An Applied Orientation, Fourth Edition*. New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Mardikawati, Woro dan Farida, Naili. (2013). “*Pengaruh Nilai Pelanggan dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan, Melalui Kepuasan Pelanggan pada Pelanggan Bus Efisiensi*”. Jurnal Administrasi Bisnis. Semarang: Universitas Diponegoro
- Nash, J.F., and Martin, B.R. (1984). “*Accounting Information System*”. New York : Mac Millan Publishing Company. First Edition.
- Nasution. (2005). “*Total Quality Management*”. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Nismi Wima Tiarasari. (2012). Pengaruh kualitas sistem, kualitas Informasi dan Kualitas Pelayanan Siserm Terhadap Minat Nasabah Untuk Menggunakan ATM Setor Tunai. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta
- Nirwana. (2012). *Pemasaran Jasa*. Malang : Alta Pustaka
- Nova, Firsan. (2012). *Republic Relations*. Jakarta: Media Bangsa
- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan, dan Marzuki. (2004). *Statistik Terapan: Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, Cetakan Ketiga (Revisi). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

- Onno W Purbo dan Aang Arif Wahyudi. (2001). *Mengenal e-Commerce*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Oliver. (2005). “*A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.*” *Journal of Marketing Research*, 1980, 460
- Poeradisastra, T. (2010). *Pelayanan Mengesankan vs. Pelayanan Menyebalkan*. Majalah SWA No. 21/XXVI/4-13 Oktober
- Rao, Purba. (1996). “*Measuring Costumer Perceptions Through Factor Analysis*” *The Asian Manager*, February-March, pp 28-32
- Retna, Wulan. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Pakuan Tirta Bogor. Skripsi. STIE Kesatuan Bogor
- Rivera (7 Januari 2017) *Aplikasi tidak resmi sumber masalah bagi Gojek*. Diambil pada tanggal 17 Januari 2017, dari <https://Gojekdriver.wordpress.com/2016/01/07/aplikasi-tidak-resmi-sumber-masalah-server-Gojek/>
- Smith, S.M. and Albaum, G.S. (2010). *Measuring RespondentInformation: Attitudes, Satisfaction, Loyalty, and Behavior. An Introduction to Marketing Research*.
- Sopiah dan Syihabudhin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel*. Yogyakarta: CV Andi Soegiharto. (2001). “Influence Factors Affecting The Performance of Accounting Information Systems”. *Gajah Mada International Journal of Business*. May.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- _____.(2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. (2003). “*Perilaku Konsumen: Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran*”. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Suharsimi, Arikunto. (2008). *Prosedur Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sutrisno Hadi. (2001). *Statistik*. Yogyakarta : Andi Offset

- Sunyoto. (2014). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Buku Seru
- Stanton, William J. (1998). *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh, Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2014). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- _____. (2007). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Umar, Husein. (1997). *Study Kelayakan Bisnis. Edisi Ketiga*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Parasuraman A, Zheitmal VA.(1998) *SERVQUAL: a multipleitem scale for measuring consumer perceptions of service quality*. J Retailing.
- Payne,Adrian (2001) *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : Andi Offset
- Whenny Khistianto (2011) Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan loyalitas pelanggan dalam melakukan online shopping.Malang : Universitas Brawijaya
- Yoga Hastyadi. (20 Mei 2016). *Gojek akui kehabisan uang gara-gara tarif murah*. Diambil pada tanggal 10 Januari 2017, dari <http://tekno.kompas.com/read/2016/05/02/11181767/Gojek.Akui.Kehabisan.Uang.gara-gara.Tarif.Murah>
- Zahira Fadillah. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan toko online lazada. Jakarta : Universitas Darma Persada

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Pengantar

Assalamualaikum wr.wb

Perkenalkan nama saya Halim Prawiranata, Saya mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta mengadakan penelitian untuk skripsi saya.

Penelitian saya berjudul " Pengaruh Kualitas Sistem informasi, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan" (Studi Kasus Pelanggan Gojek) untuk itu perkenankan saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjadi responden dan menjawab seluruh pertanyaan atau yang telah disediakan. Saya mengharapkan jawaban yang objektif karena tidak akan mempengaruhi status dan penilaian Bapak/Ibu/Saudara sebagai responden.

Saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara telah meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner ini.

NEXT

Never submit passwords through Google Forms.

Identitas Responden

Nama *

Your answer

Jenis Kelamin *

- Laki-laki
- Perempuan

Usia *

- < 15 Tahun
- 16 - 20 Tahun
- 21 - 25 Tahun
- 26 - 30 Tahun
- 31-35 Tahun
- > 36 Tahun

Jenis Pekerjaan *

- Pelajar
- Mahasiswa
- PNS/POLRI/TNI
- Wiraswasta
- Lain-lain

Pengeluaran Bapak/Ibu/ Saudara Per bulan (diluar cicilan) *

- 500 ribu - 1 juta
- 1 juta - <= 1,5 juta
- >1,5 juta - <= 2 juta
- > 2 juta - < = 2,5 juta
- > 2,5 - < = 3 juta
- > 3 juta

Pernahkah Bapak/Ibu/Saudara menggunakan jasa Gojek ?

- Ya
- Tidak, Stop di sini dan terima kasih

Sudah berapa kali Bapak/Ibu/Saudara menggunakan jasa Gojek ? *

- 1-3
- 3-5
- 6-8
- 9-11
- >11

BACK

NEXT

Daftar Pertanyaan Kuesioner

Petunjuk Pengisian

Mohon Bapak/Ibu/Saudara untuk mengklik satu jawaban berdasarkan apa yang Bapak/Ibu/Saudara alami.

Kepuasan Pelanggan

	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Saya merasa jasa Gojek yang diberikan sesuai dengan apa yang saya harapkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saya yakin Gojek selalu berusaha untuk memberikan jasa terbaik untuk kepuasan pelanggan Gojek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saya merasa jasa yang diberikan Gojek sesuai dengan tarif yang saya bayarkan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gojek tidak mengenakan tarif sesuai dengan harga yang tertera pada aplikasi Gojek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Driver Gojek selalu memberi kembalian uang apabila uang yang saya berikan berlebih	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jasa Gojek memberikan kepuasan dalam kemudahan prosedur pembayaran baik secara tunai maupun memakai Go-Pay	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh Gojek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kepuasan masih saya rasakan ketika kembali menggunakan jasa Gojek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saya puas dengan jasa Gojek dibandingkan dengan jasa ojek konvensional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kualitas Sistem Informasi

	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Mudah bagi saya untuk mempelajari Aplikasi Gojek	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dalam menggunakan Aplikasi Gojek, Saya tidak membutuhkan usaha ekstra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplikasi Gojek dapat merespon dan memberikan konfirmasi dengan cepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplikasi Gojek memiliki kemampuan yang cepat dalam memperbaiki masalah	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jika saya bingung atau melakukan kesalahan dalam menggunakan Aplikasi Gojek, mudah bagi saya untuk mendapat jalan keluar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplikasi Gojek sering mengalami gangguan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplikasi Gojek memiliki fleksibilitas yang tinggi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplikasi Gojek serbaguna dalam memenuhi kebutuhan saya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saya tidak khawatir dengan keamanan sistem informasi Aplikasi Gojek dalam menjaga data pribadi saya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aplikasi Gojek menjamin keamanan transaksi bagi penggunanya dengan fitur yang lengkap	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Harga

	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Menurut saya, harga jasa Gojek terjangkau untuk semua kalangan masyarakat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menurut saya, harga jasa Gojek sesuai dengan kemampuan saya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menurut saya, harga jasa Gojek yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang tersedia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Menurut saya, pada saat menggunakan jasa Gojek tarif yang diterapkan tidak sesuai dengan kualitas produk yang digunakan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<hr/>				
Harga jasa Gojek lebih murah dibandingkan dengan ojek konvensional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harga yang ditawarkan jasa Gojek cukup kompetitif dibandingkan dengan ojek online lainnya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harga jasa Gojek yang ditetapkan melalui Go-Pay memberikan manfaat yang lebih baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Harga jasa Gojek sesuai dengan manfaat yang saya harapkan pada saat menggunakannya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kualitas Pelayanan

	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju
Gojek memiliki kendaraan dan atribut yang baik	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gojek memiliki kelengkapan berkendara dengan peraturan berlalu lintas yang berlaku	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gojek memberikan atribut tambahan untuk pelanggan (Masker, jas hujan, plastik)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saya yakin Gojek sangat bisa diandalkan dalam setiap kondisi (Customers Service 24 jam)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Driver Gojek tidak mengantarkan pelanggan ke tempat tujuan dengan tepat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Driver / Customers Service memberikan solusi atas permasalahan pelanggan dalam pemesanan layanan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Driver Gojek datang tepat waktu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Driver Gojek terampil dalam mengemudikan kendaraan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Driver / Customers Service memiliki pengetahuan yang memadai untuk menjawab pertanyaan saya	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Driver / Customers Service memberikan perhatian lebih terhadap pelanggan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gojek adalah transportasi yang mengutamakan keselamatan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

LAMPIRAN 2
TABEL DATA UJI INSTRUMEN

1. Data Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Kepuasan Pelanggan									Skor total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	28
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	32
5	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
6	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
7	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30
8	3	3	3	4	2	3	3	3	3	27
9	3	3	3	2	3	2	3	3	3	25
10	3	4	3	4	4	3	4	4	3	32
11	3	3	4	4	2	3	3	3	3	28
12	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
13	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
14	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30
15	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
16	3	3	3	4	3	2	2	3	3	26
17	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
19	3	4	4	4	3	4	4	3	4	33
20	4	4	3	2	3	3	4	4	4	31
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
23	3	4	4	4	3	4	4	4	4	34
24	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
25	3	3	3	1	3	3	3	3	3	25
26	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
27	3	3	4	4	2	3	3	3	4	29
28	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
29	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27

2. Data Variabel Kualitas Sistem Informasi

No	Kualitas Sistem Informasi										Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	30
2	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	32
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
5	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	20
6	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
10	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	33
11	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	26
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	28
14	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	28
15	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	31
16	3	3	2	4	4	3	2	3	3	3	30
17	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	25
18	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	34
19	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
20	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
21	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
22	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
23	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
24	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	31
25	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
26	3	3	3	2	2	3	2	3	1	2	24
27	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
28	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	30
29	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
30	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29

3. Data Variabel Harga

4. Data Variabel Kualitas Pelayanan

No	Kualitas Pelayanan											Skor total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	37
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	32
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	34
5	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	31
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
7	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	37
8	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
11	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	24
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
13	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	31
14	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	29
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	32
16	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	26
17	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	32
18	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	39
19	3	3	2	3	4	3	3	2	2	4	3	32
20	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	34
21	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	39
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	41
25	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31
26	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	28
27	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	38
28	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	33
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
30	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	30

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Uji Validitas

a. Kepuasan Pelanggan

Correlations

		Item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	Item_8	Item_9	Skor_t otal
Item_1	Pearso n Correlat ion	1	,582* ,	,272 *,	- ,065	,577* *,	,389* *,	,553* *,	,709* *,	,484* *,	,640**
	Sig. (2-tailed)		,001	,146	,734	,001	,034	,002	,000	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearso n Correlat ion	,582* ,	1	,505* *,	,245	,630* *,	,630* *,	,938* *,	,843* *,	,558* *,	,892**
	Sig. (2-tailed)	,001		,004	,192	,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearso n Correlat ion	,272	,505* *,	1	,335	,236	,748* *,	,505* *,	,354	,649* *,	,718**
	Sig. (2-tailed)	,146	,004		,070	,210	,000	,004	,055	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearso n Correlat ion	-,065	,245	,335	1	0,00 0	,245	,157	,116	,096	,403*
	Sig. (2-tailed)	,734	,192	,070		1,00 0	,192	,406	,542	,615	,027
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearso n Correlat ion	,577* *,	,630* *,	,236	0,00 0	1	,385* *,	,564* *,	,683* *,	,359	,658**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,210	1,00 0		,036	,001	,000	,051	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pearso n Correlat ion	,389* ,	,630* *,	,748* *,	,245	,385* *,	1	,694* *,	,473* *,	,669* *,	,810**
	Sig. (2-tailed)	,034	,000	,000	,192	,036		,000	,008	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearso n Correlat ion	,553* *,	,938* *,	,505* *,	,157	,564* *,	,694* *,	1	,790* *,	,549* *,	,862**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,004	,406	,001	,000		,000	,002	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_8	Pearson Correlation	,709*	,843*	,354	,116	,683*	,473*	,790*	1	,562*	,813**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,055	,542	,000	,008	,000		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_9	Pearson Correlation	,484*	,558*	,649*	,096	,359	,669*	,549*	,562*	1	,735**
	Sig. (2-tailed)	,007	,001	,000	,615	,051	,000	,002	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Skor_total	Pearson Correlation	,640*	,892*	,718*	,403*	,658*	,810*	,862*	,813*	,735*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,027	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

b. Kualitas Sistem Informasi

Correlations

	Item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	Item_8	Item_9	item_10	skor_total
Item_1	Pearson Correlation	1	,567**	,567**	,443*	,616**	,297	,641**	,639**	,635**	,457*
	Sig. (2-tailed)		,001	,001	,014	,000	,111	,000	,000	,011	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	,567**	1	,508**	,496**	,458*	,266	,574**	,573**	,403*	,634*
	Sig. (2-tailed)	,001		,004	,005	,011	,156	,001	,001	,027	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	,567**	,508**	1	,099	,458*	,159	,574**	,477**	,486**	,522*
	Sig. (2-tailed)	,001	,004		,602	,011	,400	,001	,008	,006	,003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

item_4	Pearson	,443*	,496**	,099	1	,668**	,107	,479**	,481**	,504**	,451*	,657**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,014	,005	,602		,000	,573	,007	,007	,005	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearson	,616**	,458*	,458*	,668**	1	,317	,568**	,533**	,735**	,639*	,834**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,011	,011	,000		,087	,001	,002	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pearson	,297	,266	,159	,107	,317	1	,270	,165	,135	,145	,385*
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,111	,156	,400	,573	,087		,149	,383	,477	,444	,035
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson	,641**	,574**	,574**	,479**	,568**	,270	1	,553**	,721**	,666*	,828**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,001	,007	,001	,149		,002	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_8	Pearson	,639**	,573**	,477**	,481**	,533**	,165	,553**	1	,404*	,499*	,735**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,008	,007	,002	,383	,002		,027	,005	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_9	Pearson	,635**	,403*	,486**	,504**	,735**	,135	,721**	,404*	1	,695*	,797**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,027	,006	,005	,000	,477	,000	,027		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_10	Pearson	,457*	,634**	,522**	,451*	,639**	,145	,666**	,499**	,695**	1	,786**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,011	,000	,003	,012	,000	,444	,000	,005	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson	,807**	,751**	,668**	,657**	,834**	,385*	,828**	,735**	,797**	,786*	1
	Correlation											

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,035	,000	,000	,000	,000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

c. Harga

Correlations

		Item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	Item_8	skor_total
item_1	Pearson Correlation	1	,712**	,681**	,558**	,745**	,404*	,681**	,660**	,837**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000	,027	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	,712**	1	,814**	,650**	,660**	,567**	,814**	,772**	,895**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	,681**	,814**	1	,587**	,473**	,664**	,695**	,766**	,842**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,001	,008	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearson Correlation	,558**	,650**	,587**	1	,542**	,420*	,564**	,743**	,760**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001		,002	,021	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pearson Correlation	,745**	,660**	,473**	,542**	1	,473**	,696**	,699**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,008	,002		,008	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pearson Correlation	,404*	,567**	,664**	,420*	,473**	1	,456*	,648**	,694**
	Sig. (2-tailed)	,027	,001	,000	,021	,008		,011	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pearson Correlation	,681**	,814**	,695**	,564**	,696**	,456*	1	,738**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,001	,000	,011		,000	,000

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_8	Pearson Correlation	,660**	,772**	,766**	,743**	,699**	,648**	,738**	,738**	,904**	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
skor_total	Pearson Correlation	,837**	,895**	,842**	,760**	,825**	,694**	,849**	,849**	,904**	,904**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Kualitas Pelayanan

Correlations

		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Item_6	Item_7	Item_8	Item_9	Item_10	Item_11	skor_total
Item_1	Pearson Correlation	1	,662**	,450*	,374*	,443*	,307	,427*	,424*	,339	,273	,523*	,652**
	Sig. (2-tailed)		,000	,013	,042	,014	,098	,019	,019	,067	,144	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_2	Pearson Correlation	,662**	1	,388*	,464**	,661**	,402*	,425*	,711**	,299	,346	,640*	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000		,034	,010	,000	,028	,019	,000	,109	,061	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_3	Pearson Correlation	,450*	,388*	1	,586**	,349	,480**	,313	,420*	,432*	,305	,482*	,707**
	Sig. (2-tailed)	,013	,034		,001	,059	,007	,092	,021	,017	,101	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_4	Pearson Correlation	,374*	,464**	,586**	1	,428*	,510**	,449*	,502**	,383*	,472*	,587*	,744**
	Sig. (2-tailed)												
	N												

	Sig. (2-tailed)	,04 2	,01 0	,00 1		,01 8	,00 4	,01 3	,00 5	,03 7	,008 ,	,001 ,	,000 ,
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_5	Pears on Correlation	,44 3*	,66 1**	,34 9	,42 8*	1	,40 9*	,63 5**	,35 8	,46 9**	,596* *	,553* *	,739**
	Sig. (2-tailed)	,01 4	,00 0	,05 9	,01 8		,02 5	,00 0	,05 2	,00 9	,001 ,	,002 ,	,000 ,
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_6	Pears on Correlation	,30 7	,40 2*	,48 0**	,51 0**	,40 9*	1	,47 6**	,29 2	,39 7*	,402* ,	,549* *	,667**
	Sig. (2-tailed)	,09 8	,02 8	,00 7	,00 4	,02 5		,00 8	,11 8	,03 0	,028 ,	,002 ,	,000 ,
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_7	Pears on Correlation	,42 7*	,42 5*	,31 3	,44 9*	,63 5**	,47 6**	1	,50 9**	,76 9**	,575* *	,494* *	,765**
	Sig. (2-tailed)	,01 9	,01 9	,09 2	,01 3	,00 0	,00 8		,00 4	,00 0	,001 ,	,005 ,	,000 ,
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Item_8	Pears on Correlation	,42 4*	,71 1**	,42 0*	,50 2**	,35 8	,29 2	,50 9**	1	,43 4*	,134 ,	,396* ,	,645**
	Sig. (2-tailed)	,01 9	,00 0	,02 1	,00 5	,05 2	,11 8	,00 4		,01 6	,480 ,	,030 ,	,000 ,
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_9	Pears on Correlation	,33 9	,29 9	,43 2*	,38 3*	,46 9**	,39 7*	,76 9**	,43 4*	1	,518* *	,557* *	,717**
	Sig. (2-tailed)	,06 7	,10 9	,01 7	,03 7	,00 9	,03 0	,00 0	,01 6		,003 ,	,001 ,	,000 ,
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_10	Pears on Correlation	,27 3	,34 6	,30 5	,47 2**	,59 6**	,40 2*	,57 5**	,13 4	,51 8**	1	,630* *	,667**
	Sig. (2-tailed)	,14 4	,06 1	,10 1	,00 8	,00 1	,02 8	,00 1	,48 0	,00 3		,000 ,	,000 ,
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
item_11	Pears on Correlation	,52 3**	,64 0**	,48 2**	,58 7**	,55 3**	,54 9**	,49 4**	,39 6*	,55 7**	,630* *	1	,808**
	Sig. (2-	,00 3	,00 0	,00 7	,00 1	,00 2	,00 2	,00 5	,03 0	,00 1	,000 ,		,000 ,

		tailed)												
skor_t otal	N	Pearson Correlation												1
		.65 2**	.73 4**	.70 7**	.74 4**	.73 9**	.66 7**	.76 5**	.64 5**	.71 7**	.667* *	.808* *	30	
Sig. (2- tailed)	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0	,000 000	,000 000	30	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Kepuasan Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,865	9

b. Variabel Kualitas Sistem Informasi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,898	10

c. Variabel Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	8

d. Variabel Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,895	11

LAMPIRAN 4

DATA PENELITIAN

1. Kepuasan Pelanggan

No	Jawaban Item Pernyataan									Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	
1	3	4	3	4	3	3	3	4	4	31
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
4	3	3	2	2	2	3	2	2	2	21
5	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
8	3	3	4	3	4	3	3	3	2	28
9	4	3	3	3	4	4	4	4	3	32
10	2	3	3	4	3	3	3	3	3	27
11	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
12	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
13	3	3	3	4	2	3	3	3	3	27
14	3	3	4	3	3	4	3	3	3	29
15	3	2	3	4	4	4	3	3	4	30
16	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
17	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
18	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
20	3	3	2	3	3	3	3	3	4	27
21	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
22	3	3	3	3	2	1	3	4	3	25
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
24	4	3	3	4	4	3	3	3	3	30
25	3	3	3	2	3	3	2	3	4	26
26	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
29	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
30	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
31	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
32	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
33	3	3	4	4	3	3	3	3	3	29
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
35	3	4	4	4	3	4	4	3	3	32

No	Jawaban Item Pernyataan									Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	
36	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
37	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
38	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30
39	3	3	3	4	2	3	3	3	3	27
40	3	3	3	2	3	2	3	3	4	26
41	3	4	3	4	4	3	4	4	3	32
42	3	3	4	4	2	3	3	3	3	28
43	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
44	3	3	3	3	3	2	3	3	3	26
45	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30
46	4	3	3	3	3	3	3	3	3	28
47	3	3	3	4	3	2	2	3	3	26
48	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
49	4	4	4	4	2	4	4	4	4	34
50	3	4	4	4	3	4	4	3	4	33
51	4	4	3	2	3	3	4	4	4	31
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
53	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
54	3	4	4	4	3	4	4	4	4	34
55	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
56	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
57	3	3	3	4	2	3	3	3	3	27
58	3	3	4	4	2	3	3	3	4	29
59	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
60	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
62	3	3	3	4	4	3	3	3	3	29
63	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
64	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
65	3	3	3	3	2	3	4	3	4	28
66	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
67	3	4	4	4	1	3	3	3	4	29
68	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
69	3	3	2	3	3	3	3	3	3	26
70	3	3	3	4	4	4	4	4	3	32
71	3	3	3	3	1	3	3	3	4	26
72	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35

No	Jawaban Item Pernyataan									Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	
73	3	3	3	3	2	3	3	3	3	26
74	3	4	3	4	3	4	3	3	4	31
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
77	3	3	4	3	3	4	4	4	3	31
78	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
79	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
80	3	4	4	4	3	4	3	3	4	32
81	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
82	3	3	3	2	3	3	3	3	3	26
83	4	3	4	4	4	3	4	4	3	33
84	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
85	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
86	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
87	3	4	3	4	4	4	3	4	4	33
88	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
89	3	4	4	4	4	3	4	4	3	33
90	4	3	4	4	3	4	4	4	3	33
91	3	4	4	4	3	4	4	4	4	34
92	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
93	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
94	3	4	4	4	4	4	4	4	3	34
95	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
96	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
97	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34
98	3	4	3	4	4	4	3	4	4	33
99	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33
100	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34
101	3	4	4	3	3	4	4	3	3	31
102	3	4	3	3	3	4	4	4	3	31
103	3	4	3	4	3	4	4	4	3	32
104	3	4	4	3	3	4	3	4	3	31
105	2	3	4	3	4	4	4	3	3	30
106	4	3	4	3	3	4	3	4	3	31
107	3	3	3	4	3	4	3	4	4	31
108	3	4	4	4	3	3	4	3	4	32
109	3	4	3	4	3	4	3	4	4	32

No	Jawaban Item Pernyataan									Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	
110	4	4	3	4	4	3	3	3	2	30
111	3	3	4	3	3	4	2	4	4	30
112	4	4	3	3	4	4	3	4	4	33
113	4	4	3	1	2	3	4	4	3	28
114	4	4	4	3	3	4	3	4	4	33
115	3	4	4	3	3	4	4	3	3	31
116	3	4	4	4	4	3	4	4	3	33
117	3	4	4	3	4	3	4	4	4	33
118	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34
119	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32
120	3	3	4	4	3	4	4	4	4	33
121	3	4	4	3	2	3	4	4	4	31
122	3	3	3	4	3	3	4	3	3	29
123	3	4	4	4	3	4	3	4	3	32
124	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
125	3	4	4	4	4	4	4	3	4	34
126	4	4	3	3	3	3	3	4	4	31
127	3	4	4	3	3	4	4	3	4	32
128	4	4	3	3	3	4	4	4	3	32
129	4	3	4	4	3	4	4	4	4	34
130	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
131	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
132	4	4	4	3	3	3	4	4	3	32
133	4	4	4	3	3	4	4	3	3	32
134	4	4	3	4	3	4	3	3	4	32
135	4	4	3	3	3	3	4	4	4	32
136	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
137	4	4	3	3	3	3	3	4	4	31
138	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
139	3	3	3	4	3	3	4	3	3	29
140	3	4	4	4	3	4	4	3	4	33
141	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
142	4	3	3	3	3	4	4	3	4	31
143	3	3	3	3	3	4	4	4	3	30
144	3	3	4	4	3	4	4	4	4	33
145	4	4	3	3	4	4	3	4	3	32
146	3	4	3	4	3	4	2	3	3	29

No	Jawaban Item Pernyataan									Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	
147	4	4	3	4	4	4	3	4	3	33
148	3	3	4	3	3	4	3	3	3	29
149	3	4	4	4	4	4	3	4	4	34
150	4	3	4	4	3	3	4	4	3	32
151	3	4	3	1	4	4	3	4	4	30
152	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
153	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33
154	4	4	3	3	4	3	4	4	4	33
155	3	4	4	4	4	3	4	3	4	33
156	3	4	4	4	4	3	4	4	4	34
157	4	4	3	3	3	4	3	3	3	30
158	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
159	4	4	4	4	4	3	4	3	3	33
160	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
161	4	3	3	4	4	4	3	4	4	33
162	4	3	4	4	4	4	3	3	3	32
163	4	4	3	4	3	4	3	3	3	31
164	4	4	3	4	4	4	3	3	4	33
165	4	4	3	3	3	3	3	3	4	30
166	3	3	3	4	3	4	4	3	3	30
167	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
168	4	3	4	4	4	4	4	3	3	33
169	4	4	4	3	3	4	3	3	3	31
170	4	4	3	1	4	3	4	4	3	30
171	4	4	4	3	3	3	4	3	3	31
172	3	3	4	4	3	3	4	3	3	30
173	4	4	4	3	3	3	3	3	3	30
174	4	3	3	3	3	4	4	3	3	30
175	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34
176	4	4	4	4	3	4	3	3	3	32
177	4	4	3	4	4	3	3	3	3	31
178	3	4	4	4	3	4	4	4	3	33
179	3	4	4	3	4	4	3	3	4	32
180	3	3	3	4	3	4	3	3	4	30
181	4	4	4	3	3	4	4	3	3	32
182	4	4	3	4	3	3	4	3	3	31
183	3	4	4	4	4	3	3	3	3	31

No	Jawaban Item Pernyataan									Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	
184	3	3	3	3	4	4	4	4	4	32
185	4	4	4	4	3	4	4	3	3	33
186	3	3	4	4	3	4	3	3	3	30
187	4	4	3	3	3	4	4	3	3	31
188	4	4	3	3	3	4	3	3	4	31
189	3	3	4	3	3	3	2	2	4	27
190	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
191	3	3	3	3	3	4	3	3	2	27
192	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
193	4	3	3	4	4	3	3	3	4	31
194	2	3	3	3	3	4	4	4	3	29
195	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35
196	3	4	3	4	4	4	3	3	3	31
197	4	4	3	4	4	4	3	4	3	33
198	4	3	3	3	4	4	3	4	4	32
199	3	3	3	3	4	3	3	4	4	30
200	3	4	4	4	4	3	4	4	3	33
Jumlah	675	702	675	685	642	693	680	679	683	6114

2. Kualitas Sistem Informasi

No	Jawaban Item Pernyataan										Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	
1	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	29
2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	29
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	26
5	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	28
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
9	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	32
10	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	27

No	Jawaban Item Pernyataan										Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	
11	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
13	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	28
14	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	29
15	3	3	3	2	2	4	3	3	4	4	31
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29
17	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	27
18	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	27
19	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
20	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	26
21	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	26
22	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	25
23	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	27
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
25	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	24
26	3	3	3	3	3	4	2	2	1	3	27
27	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
29	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
30	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	27
31	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4	33
32	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	30
33	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	32
34	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
35	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
36	2	3	3	2	2	2	4	2	4	3	27
37	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
38	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	36
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
41	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	33
42	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	31
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
44	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	28
45	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	28
46	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	31

No	Jawaban Item Pernyataan										Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	
47	3	3	2	4	4	2	2	3	3	3	29
48	2	3	2	3	3	4	3	3	2	4	29
49	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
50	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	36
51	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	31
52	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
53	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
54	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	38
55	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	37
56	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	29
57	3	3	3	4	2	3	2	3	4	4	31
58	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	33
59	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	30
60	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	29
61	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	28
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
63	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
64	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	35
65	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	31
66	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	28
67	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	32
68	4	4	2	4	2	3	3	4	3	3	32
69	3	3	3	2	4	3	2	4	3	4	31
70	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	35
71	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	30
72	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	37
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
74	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	33
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
76	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	32
77	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	31
78	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	29
79	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
80	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	34
81	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	27
82	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29

No	Jawaban Item Pernyataan										Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	
83	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
84	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
85	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
86	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	37
87	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	38
88	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
89	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37
90	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	35
91	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	38
92	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	36
93	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
94	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	38
95	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	36
96	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	37
97	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	37
98	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	36
99	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	36
100	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
101	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	34
102	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	35
103	4	4	3	4	3	1	4	3	4	3	33
104	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	35
105	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	36
106	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	35
107	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	33
108	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
109	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	34
110	3	4	3	2	2	2	3	4	3	3	29
111	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	34
112	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	35
113	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	35
114	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	35
115	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	33
116	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	35
117	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	36
118	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	37

No	Jawaban Item Pernyataan										Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	
119	4	4	4	3	2	4	3	3	4	3	34
120	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	35
121	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36
122	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	34
123	3	3	2	4	3	2	4	3	4	3	31
124	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	34
125	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	36
126	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	35
127	3	4	4	4	4	2	4	3	3	4	35
128	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
129	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
130	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	34
131	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
132	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	35
133	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	36
134	3	4	4	3	4	2	4	4	3	4	35
135	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	32
136	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	37
137	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	32
138	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	36
139	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	36
140	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	35
141	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37
142	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	34
143	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	36
144	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	35
145	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	33
146	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	35
147	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	36
148	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	35
149	3	4	4	3	4	2	4	4	4	3	35
150	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	32
151	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	36
152	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	35
153	4	4	4	3	2	2	4	4	4	3	34
154	3	4	4	3	4	3	4	4	4	2	35

No	Jawaban Item Pernyataan										Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	
155	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	32
156	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	37
157	3	3	4	3	3	4	3	4	4	2	33
158	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	36
159	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	34
160	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	38
161	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	36
162	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	33
163	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
164	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	32
165	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	32
166	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	36
167	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	37
168	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	35
169	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	33
170	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	36
171	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	36
172	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	35
173	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	30
174	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	32
175	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
176	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	34
177	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	33
178	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	34
179	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	33
180	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	34
181	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	35
182	3	3	4	3	2	3	3	4	4	2	31
183	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	34
184	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	36
185	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	34
186	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	36
187	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	35
188	3	4	4	3	2	4	3	4	4	3	34
189	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	32
190	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	35

No	Jawaban Item Pernyataan										Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	
191	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	28
192	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
193	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	35
194	3	2	2	4	2	4	2	3	3	3	28
195	3	2	4	3	2	4	3	2	2	4	29
196	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	34
197	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	36
198	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	35
199	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	33
200	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	36
Jumlah	650	679	677	659	644	641	646	681	678	673	6628

3. Harga

No	Jawaban Item Pernyataan								Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	
1	3	3	4	4	4	2	3	3	26
2	3	3	3	3	3	3	3	3	24
3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
4	3	3	3	3	3	3	3	3	24
5	4	4	3	3	2	3	3	3	25
6	2	3	3	3	3	3	4	3	24
7	3	3	3	3	3	3	3	3	24
8	4	3	3	3	4	4	3	4	28
9	4	4	4	4	3	4	4	4	31
10	2	3	3	3	3	3	3	3	23
11	2	4	3	3	4	3	3	4	26
12	3	3	3	4	3	3	3	3	25
13	3	3	3	4	3	4	3	3	26
14	4	4	3	3	4	3	3	4	28
15	2	3	3	3	3	3	3	3	23
16	3	3	3	3	3	3	3	3	24
17	3	4	3	3	3	3	3	3	25
18	3	3	3	3	3	3	3	3	24
19	3	3	3	2	2	2	3	3	21
20	3	3	3	2	3	3	4	3	24
21	3	3	2	3	3	3	3	3	23
22	4	3	3	2	4	3	3	3	25
23	2	2	2	2	3	3	3	3	20
24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
25	3	4	2	2	3	3	3	3	23
26	3	3	3	4	3	3	3	3	25
27	4	4	3	2	4	3	3	3	26
28	3	3	3	3	3	3	3	3	24
29	3	3	3	2	3	3	3	3	23
30	3	3	3	3	3	2	3	3	23
31	3	3	3	3	3	3	3	3	24
32	3	3	3	4	2	3	3	3	24

No	Jawaban Item Pernyataan								Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	
33	4	3	3	3	4	3	3	3	26
34	3	3	3	3	3	3	3	3	24
35	3	3	3	3	3	3	4	3	25
36	2	2	2	4	1	2	2	2	17
37	3	3	3	2	3	3	3	3	23
38	3	3	3	3	4	3	4	4	27
39	3	3	3	2	3	3	3	3	23
40	3	3	3	2	3	4	3	3	24
41	4	3	3	4	4	3	3	4	28
42	2	3	3	3	3	3	3	3	23
43	3	3	3	3	3	3	3	3	24
44	2	3	2	3	3	3	3	3	22
45	4	4	3	3	4	2	4	3	27
46	2	3	3	3	2	3	3	3	22
47	3	3	3	3	3	3	3	3	24
48	3	3	3	2	3	3	3	3	23
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	3	3	3	3	4	4	3	3	26
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	4	2	4	4	4	4	30
54	4	4	4	3	4	4	4	4	31
55	4	3	3	3	4	3	4	3	27
56	3	3	3	3	3	3	3	3	24
57	3	3	3	3	3	2	3	3	23
58	3	3	2	2	4	3	3	3	23
59	3	3	3	3	3	3	3	3	24
60	3	3	3	3	2	3	3	3	23
61	3	3	3	3	3	3	3	3	24
62	3	3	3	4	3	3	3	3	25
63	4	4	4	3	4	4	4	4	31
64	4	3	3	3	4	4	4	4	29
65	3	3	3	3	3	3	3	3	24
66	3	3	3	2	3	3	3	3	23
67	4	4	4	3	3	4	2	4	28
68	3	3	3	2	3	3	4	3	24
69	3	3	3	2	3	3	2	2	21

No	Jawaban Item Pernyataan								Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	
70	3	3	3	4	3	3	4	4	27
71	3	3	3	2	3	3	3	3	23
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	3	3	3	3	2	3	3	3	23
74	4	4	4	4	4	3	4	4	31
75	3	3	3	3	3	3	3	3	24
76	3	3	3	3	2	2	3	3	22
77	4	3	3	3	3	3	3	3	25
78	3	3	3	3	3	2	3	3	23
79	4	3	3	3	4	2	3	3	25
80	4	4	4	4	4	3	4	4	31
81	3	3	3	2	3	3	3	3	23
82	3	4	3	3	3	4	3	3	26
83	4	4	3	4	4	4	4	4	31
84	4	4	4	4	4	3	4	4	31
85	4	4	4	4	3	4	4	4	31
86	4	4	4	4	3	3	4	4	30
87	3	4	3	4	3	4	4	4	29
88	4	4	4	4	4	4	3	4	31
89	4	4	4	4	3	4	4	3	30
90	4	3	4	4	4	3	4	4	30
91	3	4	3	4	3	4	4	3	28
92	3	4	4	3	3	4	4	4	29
93	3	4	4	4	4	4	4	3	30
94	4	4		4	3	3	4	3	25
95	4	4	4	4	3	4	4	4	31
96	3	4	4	4	3	4	3	4	29
97	4	4	4	4	3	4	4	4	31
98	3	4	4	3	4	4	4	4	30
99	4	4	3	3	4	4	4	4	30
100	3	4	4	3	4	4	4	4	30
101	4	3	3	4	3	4	3	4	28
102	3	4	4	4	3	4	3	3	28
103	3	4	3	3	3	4	4	4	28
104	3	3	4	4	3	4	4	4	29
105	4	3	3	3	4	4	3	4	28
106	4	3	4	4	3	3	4	3	28

No	Jawaban Item Pernyataan								Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	
107	4	4	3	3	3	4	4	3	28
108	3	3	3	3	3	3	4	4	26
109	4	3	4	4	4	4	3	4	30
110	4	4	3	3	4	4	3	4	29
111	3	3	4	4	3	4	3	4	28
112	4	4	4	3	3	4	4	3	29
113	3	4	4	3	3	4	3	4	28
114	3	4	4	4	3	4	3	4	29
115	3	4	3	3	3	4	4	2	26
116	4	3	4	3	3	4	4	3	28
117	3	4	4	4	3	3	4	4	29
118	3	4	3	3	3	4	4	4	28
119	4	3	4	4	4	3	4	3	29
120	3	4	3	3	4	3	3	4	27
121	3	4	3	4	3	4	4	3	28
122	3	4	3	4	4	3	3	3	27
123	3	4	3	3	4	3	4	3	27
124	4	4	3	4	3	4	3	4	29
125	3	4	3	3	3	4	4	4	28
126	3	4	3	3	4	3	3	2	25
127	3	4	3	4	3	3	4	3	27
128	4	4	4	4	3	4	3	3	29
129	3	4	4	3	3	4	4	4	29
130	3	4	4	3	3	3	4	3	27
131	4	4	4	3	3	4	4	3	29
132	3	4	3	3	3	3	4	3	26
133	3	4	3	3	3	4	4	4	28
134	3	4	4	3	3	3	4	4	28
135	2	3	4	4	4	4	3	4	28
136	3	3	4	4	3	4	4	3	28
137	3	3	4	2	3	4	3	3	25
138	3	3	4	2	3	4	3	4	26
139	3	3	3	3	3	4	4	3	26
140	3	4	3	3	3	3	4	4	27
141	3	3	4	3	3	4	4	4	28
142	3	3	4	3	2	3	4	4	26
143	3	4	4	3	3	4	4	4	29

No	Jawaban Item Pernyataan								Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	
144	4	3	4	4	3	3	4	3	28
145	3	3	4	4	3	3	3	2	25
146	3	3	3	4	4	4	3	4	28
147	3	3	2	2	3	4	3	3	23
148	3	3	3	3	4	4	3	3	26
149	4	3	4	3	3	2	4	4	27
150	3	3	4	3	3	4	3	4	27
151	3	3	4	3	4	4	3	4	28
152	3	4	3	4	3	4	4	3	28
153	3	3	4	1	4	4	3	4	26
154	4	3	4	3	3	4	4	3	28
155	3	3	4	2	2	3	4	4	25
156	3	4	4	2	4	4	3	3	27
157	3	3	4	2	4	3	4	3	26
158	4	4	4	4	3	4	3	3	29
159	3	4	3	4	3	4	3	4	28
160	4	4	4	3	3	4	4	4	30
161	3	4	4	3	3	4	3	4	28
162	3	4	3	4	4	3	3	4	28
163	3	4	3	4	3	3	4	3	27
164	3	4	4	2		3	4	3	23
165	3	4	4	4	3	3	4	4	29
166	3	3	4	4	4	3	3	4	28
167	4	4	3	4	3	3	3	3	27
168	3	4	3	3	3	4	4	4	28
169	3	4	3	4	3	4	4	3	28
170	3	3	4	3	3	4	3	4	27
171	3	4	4	2	3	2	3	3	24
172	3	4	3	2	3	3	4	3	25
173	3	3	3	3	4	4	4	3	27
174	4	3	3	4	4	3	3	3	27
175	3	3	3	2	4	4	3	3	25
176	3	4	3	4	4	4	3	3	28
177	3	4	4	4	3	4	2	3	27
178	3	4	3	3	4	4	3	3	27
179	3	3	4	3	3	3	3	3	25
180	3	4	4	3	3	4	4	4	29

No	Jawaban Item Pernyataan								Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	
181	3	4	3	4	3	4	4	4	29
182	3	3	4	4	3	2	4	3	26
183	4	4	3	3	3	4	4	4	29
184	3	4	4	4	3	3	4	3	28
185	3	3	4	4	3	4	3	3	27
186	3	3	2	4	3	4	4	3	26
187	4	4	3	4	3	3	4	3	28
188	3	3	4	3	3	3	4	3	26
189	3	3	4	4	3	3	3	4	27
190	3	4	4	4	3	3	3	3	27
191	3	3	4	4	4	3	3	3	27
192	3	3	3	3	4	4	4	4	28
193	3	3	4	4	3	3	4	3	27
194	3	4	3	4	3	4	4	3	28
195	3	4	3	2	3	4	3	3	25
196	3	4	3	4	4	3	4	3	28
197	3	3	4	4	4	4	4	3	29
198	3	3	4	3	2	2	3	3	23
199	3	3	4	3	3	4	4	3	27
200	4	4	4	4	3	4	4	3	30
	646	689	670	644	645	677	687	670	5326

4. Kualitas Pelayanan

No	Jawaban Item Pernyataan											Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	
1	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	35
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	26
5	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	31
6	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	26
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
8	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	32
9	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	35
10	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	32
11	4	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	28
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
13	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	33
14	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	33
15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
16	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	32
17	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31
18	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	30
19	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	32
20	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	32
21	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	30
22	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	27
23	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	30
24	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31
25	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	24
26	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	30
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
30	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	28

No	Jawaban Item Pernyataan											Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
33	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	37
34	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	32
35	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	34
36	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	31
37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
38	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	37
39	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	30
40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
42	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	24
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
44	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	31
45	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	29
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	32
47	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	26
48	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	32
49	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	39
50	3	3	2	3	4	3	3	2	2	4	3	32
51	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	34
52	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	39
53	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	40
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
55	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	40
56	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	31
57	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	28
58	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	37
59	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	33
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
61	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	30
62	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	36
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	42
64	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	34
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
66	4	4	4	2	3	4	3	3	3	2	3	35

No	Jawaban Item Pernyataan											Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	
67	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	29
68	3	3	2	2	4	3	2	4	2	3	2	30
69	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	27
70	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	36
71	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	32
72	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	42
73	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	31
74	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	38
75	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
76	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	30
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
78	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	32
79	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	34
80	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	37
81	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	28
82	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
83	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	40
84	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	42
85	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	41
86	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	40
87	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	40
88	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	41
89	4	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	39
90	4	4	3	4	1	4	4	3	4	4	4	39
91	3	4	4	4	2	4	4	4	3	4	3	39
92	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	41
93	3	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	38
94	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	40
95	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	39
96	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	42
97	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	40
98	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	41
99	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	38
100	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	42
101	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	38
102	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	36

No	Jawaban Item Pernyataan											Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	
103	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	37
104	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	40
105	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	39
106	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	38
107	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	37
108	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	40
109	3	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	37
110	3	4	3	4	4	2	3	3	4	4	3	37
111	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	31
112	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	37
113	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	37
114	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	38
115	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	39
116	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	37
117	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	38
118	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	37
119	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	38
120	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	38
121	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	39
122	3	2	4	2	3	2	3	2	3	3	3	30
123	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	38
124	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	34
125	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	37
126	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	38
127	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	38
128	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	39
129	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	41
130	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	38
131	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	40
132	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	36
133	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4		37
134	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	41
135	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	36
136	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	40
137	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	39
138	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	39

No	Jawaban Item Pernyataan											Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	
139	3	3	4	4	4	2	3		4	3	4	34
140	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	39
141	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	40
142	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	33
143	4	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3	38
144	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	37
145	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	38
146	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	38
147	3	4	3	3	1	3	3	4	3	3	4	34
148	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	35
149	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	39
150	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	40
151	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	41
152	3	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	39
153	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	42
154	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	38
155	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	39
156	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	41
157	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	36
158	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	4	36
159	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	38
160	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	40
161	3	4	3	4	1	4	3	4	3	3	3	35
162	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	35
163	3	3	2	3	4	4	2	3	3	4	4	35
164	4	3	4	4	2	3	4	3	3	4	2	36
165	3	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	37
166	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	38
167	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	33
168	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	38
169	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	33
170	3	3	4	3	2	2	4	3	3	2	4	33
171	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	40
172	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	39
173	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	35
174	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	37

No	Jawaban Item Pernyataan											Skor total
	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Item 7	Item 8	Item 9	Item 10	Item 11	
175	3	4	3	4	1	4	3	3	4	3	3	35
176	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	38
177	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	36
178	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	39
179	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	37
180	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	37
181	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	36
182	2	3	2	2	2	3	2	4	3	3	2	28
183	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	39
184	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	37
185	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	40
186	3	3	2	4	1	4	3	3	4	3	3	33
187	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	39
188	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	38
189	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	4	29
190	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	38
191	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	36
192	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	38
193	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	38
194	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	37
195	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	36
196	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	34
197	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	40
198	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	41
199	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	36
200	4	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	39
Jumlah	632	670	635	650	644	641	639	650	652	639	651	7103

LAMPIRAN 5

**PERHITUNGAN DISTRIBUSI
FREKUENSI DAN DISTRIBUSI
KECENDERUNGAN VARIABEL**

1. Perhitungan Distribusi Frekuensi Dan Kecenderungan Variabel

Statistics					
	Kepuasan_Pelanggan	Kualitas_Sistem	Harga	Kualitas_Pelayanan	
N	Valid	200	200	200	200
	Missing	0	0	0	0
Mean		30,57	33,14	26,63	35,52
Std. Error of Mean		,203	,250	,188	,283
Median		31,00	34,00	27,00	36,00
Mode		33	35	28	33
Std. Deviation		2,865	3,530	2,653	4,001
Variance		8,206	12,463	7,038	16,010
Range		15	16	15	18
Minimum		21	24	17	24
Maximum		36	40	32	42
Sum		6114	6628	5326	7103

a. Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan_Pelanggan					
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent	
21	1	,5	,5	,5	
25	1	,5	,5	1,0	
26	20	10,0	10,0	11,0	
27	19	9,5	9,5	20,5	
28	17	8,5	8,5	29,0	
29	10	5,0	5,0	34,0	
30	19	9,5	9,5	43,5	
Valid	31	24	12,0	55,5	
	32	25	12,5	68,0	
	33	31	15,5	83,5	
	34	24	12,0	95,5	
	35	8	4,0	99,5	
	36	1	,5	100,0	
	Total	200	100,0	100,0	

b. Variabel Kualitas Sistem Informasi

Kualitas_Sistem

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	24	1	,5	,5
	25	1	,5	1,0
	26	3	1,5	2,5
	27	8	4,0	6,5
	28	8	4,0	10,5
	29	18	9,0	19,5
	30	18	9,0	28,5
	31	11	5,5	34,0
	32	13	6,5	40,5
	33	14	7,0	47,5
	34	18	9,0	56,5
	35	29	14,5	71,0
	36	25	12,5	83,5
	37	11	5,5	89,0
	38	13	6,5	95,5
	39	8	4,0	99,5
	40	1	,5	100,0
Total		200	100,0	100,0

c. Variabel Harga

Harga

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	1	,5	,5
	20	1	,5	1,0
	21	2	1,0	2,0

22	3	1,5	1,5	3,5
23	21	10,5	10,5	14,0
24	23	11,5	11,5	25,5
25	18	9,0	9,0	34,5
26	19	9,5	9,5	44,0
27	26	13,0	13,0	57,0
28	39	19,5	19,5	76,5
29	21	10,5	10,5	87,0
30	11	5,5	5,5	92,5
31	11	5,5	5,5	98,0
32	4	2,0	2,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

d. Variabel Kualitas Pelayanan

Kualitas_Pelayanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
24	2	1,0	1,0	1,0
26	3	1,5	1,5	2,5
27	2	1,0	1,0	3,5
28	5	2,5	2,5	6,0
29	3	1,5	1,5	7,5
30	9	4,5	4,5	12,0
31	8	4,0	4,0	16,0
32	11	5,5	5,5	21,5
Valid	33	14,0	14,0	35,5
	34	4,0	4,0	39,5
	35	4,5	4,5	44,0
	36	6,5	6,5	50,5
	37	10,5	10,5	61,0
	38	12,5	12,5	73,5
	39	10,5	10,5	84,0
	40	8,5	8,5	92,5
	41	4,5	4,5	97,0

42	6	3,0	3,0	100,0
Total	200	100,0	100,0	

1. Menentukan Tabel Distribusi Frekuensi Data Kepuasan Pelanggan

a. Jumlah Kelas interval adalah

$$= 1 + 3,3 \log 200$$

$$= 1 + 3,3 (2.30103)$$

$$= 1 + 7,593399$$

$$= 8,593399 \text{ dibulatkan menjadi } 9$$

b. Menghitung Rentang Data

$$\text{Rentang Data} = (\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum})$$

$$(36-21)+1 = 16$$

c. Menghitung Panjang Kelas

$$\text{Panjang Kelas} = \text{Rentang Data} / \text{Jumlah kelas} : 16/9 = 1,77778$$

dibulatkan menjadi 2

1) Perhitungan Penentuan kategori

2) Skor Maksimal $4 \times 9 = 36$

3) Skor minimal $1 \times 9 = 9$

4) Mean Ideal (M_i) $= \frac{1}{2}(36+9) = 22,5$ dibulatkan menjadi 23

5) Standar deviasi Ideal (S_i) $= \frac{1}{6}(36-9)$

$$= 4,5$$

Penentuan Kategori

a) Sangat Tinggi $= M_i + 1,5S_i < X \leq M_i + 3S_i$

$$= 23 + 1,5 (4,5) < X \leq 23 + 3 (4,5)$$

$$= 29,75 < X \leq 36,5$$

b) Tinggi $= M_i + 0,5S_i < X \leq M_i + 1,5S_i$

$$= 23 + 0,5 (4,5) < X \leq 23 + 1,5 (4,5)$$

$$= 25,25 < X \leq 29,75$$

c) Sedang $= Mi - 0,5Si < X \leq Mi + 0,5Si$
 $= 23 - 0,5 (4,5) < X \leq 23 + 0,5 (4,5)$
 $= 20,75 < X \leq 25,25$

d) Rendah $= Mi - 1,5Si < X \leq Mi - 0,5Si$
 $= 23 - 1,5 (4,5) < X \leq 23 - 0,5 (4,5)$
 $= 16,25 < X \leq 20,75$

e) Sangat Rendah $= Mi - 3Si < X \leq Mi - 1,5Si$
 $= 23 - 3 (4,5) < X \leq 23 - 1,5 (4,5)$
 $= 9,5 < X \leq 16,25$

2. Menentukan Tabel Distribusi Frekuensi Data Kualitas Sistem

- a. Jumlah Kelas interval adalah
 $= 1 + 3,3 \log 200$
 $= 1 + 3,3 (2.30103)$
 $= 1 + 7,593399$
 $= 8,593399$ dibulatkan menjadi 9

- b. Menghitung Rentang Data

$$\text{Rentang Data} = (\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum})$$

$$(40-24)+1= 17$$

- c. Menghitung Panjang Kelas

$$\text{Panjang Kelas} = \text{Rentang Data} / \text{Jumlah kelas} : 17/9 = 1,8888$$

dibulatkan menjadi 2

- 1) Perhitungan Penentuan kategori
- 2) Skor Maksimal $4 \times 10 = 40$

- 3) Skor minimal $1 \times 10 = 10$
- 4) Mean Ideal (M_i) $= \frac{1}{2}(40+10) = 25$
- 5) Standar deviasi Ideal (S_i) $= \frac{1}{6}(40-10)$
 $= 5$

Penentuan Kategori

- a) Sangat Tinggi $= M_i + 1,5S_i < X \leq M_i + 3S_i$
 $= 25 + 1,5 (5) < X \leq 25 + 3 (5)$
 $= 32,5 < X \leq 40$
 $\approx 32 < X \leq 40$
- b) Tinggi $= M_i + 0,5S_i < X \leq M_i + 1,5S_i$
 $= 25 + 0,5 (5) < X \leq 25 + 1,5 (5)$
 $= 27,5 < X \leq 32,5$
 $\approx 27 < X \leq 32$
- c) Sedang $= M_i - 0,5S_i < X \leq M_i + 0,5S_i$
 $= 25 - 0,5 (5) < X \leq 25 + 0,5 (5)$
 $= 22,5 < X \leq 27,5$
 $\approx 22 < X \leq 27$
- d) Rendah $= M_i - 1,5S_i < X \leq M_i - 0,5S_i$
 $= 25 - 1,5 (5) < X \leq 25 - 0,5 (5)$
 $= 17,5 < X \leq 22,5$
 $\approx 17 < X \leq 22$
- e) Sangat Rendah $= M_i - 3S_i < X \leq M_i - 1,5S_i$
 $= 25 - 3 (5) < X \leq 25 - 1,5 (5)$
 $= 10 < X \leq 17,5$
 $\approx 10 < X \leq 17$

3. Menentukan Tabel Distribusi Frekuensi Data Harga

a. Jumlah Kelas interval adalah

$$= 1 + 3,3 \log 200$$

$$= 1 + 3,3 (2,30103)$$

$$= 1 + 7,593399$$

= 8, 593399 dibulatkan menjadi 9

b. Menghitung Rentang Data

$$\text{Rentang Data} = (\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum})$$

$$(32-17)+1= 16$$

c. Menghitung Panjang Kelas

$$\text{Panjang Kelas} = \text{Rentang Data} / \text{Jumlah kelas} : 16/9= 1,77778 \\ \text{dibulatkan menjadi 2}$$

1) Perhitungan Penentuan kategori

2) Skor Maksimal $4 \times 8 = 32$

3) Skor minimal $1 \times 8 = 8$

4) Mean Ideal (M_i) $= \frac{1}{2}(32+8) = 20$

5) Standar deviasi Ideal (S_i) $= \frac{1}{6}(32-8)$

$$= 4$$

Penentuan Kategori

a) Sangat Tinggi $= M_i + 1,5S_i < X \leq M_i + 3S_i$

$$= 20 + 1,5 (4) < X \leq 20 + 3 (4)$$

$$= 26 < X \leq 32$$

b) Tinggi $= M_i + 0,5S_i < X \leq M_i + 1,5S_i$

$$= 20 + 0,5 (4) < X \leq 20 + 1,5 (4)$$

$$= 22 < X \leq 26$$

c) Sedang $= M_i - 0,5S_i < X \leq M_i + 0,5S_i$

$$\begin{aligned}
 &= 20 - 0,5 (4) < X \leq 20 + 0,5 (4) \\
 &= 18 < X \leq 22
 \end{aligned}$$

d) Rendah

$$\begin{aligned}
 &= Mi - 1,5Si < X \leq Mi - 0,5Si \\
 &= 20 - 1,5 (4) < X \leq 20 - 0,5 (4) \\
 &= 14 < X \leq 18
 \end{aligned}$$

e) Sangat Rendah

$$\begin{aligned}
 &= Mi - 3Si < X \leq Mi - 1,5Si \\
 &= 20 - 3 (4) < X \leq 20 - 1,5 (4) \\
 &= 8 < X \leq 14
 \end{aligned}$$

4. Menentukan Tabel Distribusi Frekuensi Data Kualitas Pelayanan

a. Jumlah Kelas interval adalah

$$\begin{aligned}
 &= 1 + 3,3 \log 200 \\
 &= 1 + 3,3 (2,30103) \\
 &= 1 + 7,593399 \\
 &= 8,593399 \text{ dibulatkan menjadi } 9
 \end{aligned}$$

b. Menghitung Rentang Data

$$\begin{aligned}
 \text{Rentang Data} &= (\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}) \\
 (42-24)+1 &= 19
 \end{aligned}$$

c. Menghitung Panjang Kelas

$$\begin{aligned}
 \text{Panjang Kelas} &= \text{Rentang Data} / \text{Jumlah kelas} : 19/9 = 2,1111 \text{ dibulatkan} \\
 &\text{menjadi } 2
 \end{aligned}$$

- 1) Perhitungan Penentuan kategori
- 2) Skor Maksimal $4 \times 11 = 44$
- 3) Skor minimal $1 \times 11 = 11$
- 4) Mean Ideal (M_i) $= \frac{1}{2}(44+11) = 27,5$ dibulatkan menjadi 28
- 5) Standar deviasi Ideal (S_i) $= \frac{1}{6}(44-11)$

$$= 5,5$$

Penentuan Kategori

a) Sangat Tinggi $= Mi + 1,5Si < X \leq Mi + 3Si$
 $= 28 + 1,5 (5,5) < X \leq 28 + 3 (5,5)$
 $= 36,25 < X \leq 44,5$

b) Tinggi $= Mi + 0,5Si < X \leq Mi + 1,5Si$
 $= 28 + 0,5 (5,5) < X \leq 28 + 1,5 (5,5)$
 $= 30,75 < X \leq 36,25$

c) Sedang $= Mi - 0,5Si < X \leq Mi + 0,5Si$
 $= 28 - 0,5 (5,5) < X \leq 28 + 0,5 (5,5)$
 $= 25,25 < X \leq 30,75$

d) Rendah $= Mi - 1,5Si < X \leq Mi - 0,5Si$
 $= 28 - 1,5 (5,5) < X \leq 28 - 0,5 (5,5)$
 $= 19,75 < X \leq 25,25$

e) Sangat Rendah $= Mi - 3Si < X \leq Mi - 1,5Si$
 $= 28 - 3 (5,5) < X \leq 28 - 1,5 (5,5)$
 $= 11,5 < X \leq 17$

LAMPIRAN 6

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		200
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1,76671555
	Absolute	,058
Most Extreme Differences	Positive	,046
	Negative	-,058
Kolmogorov-Smirnov Z		,820
Asymp. Sig. (2-tailed)		,512

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

2. Uji Linearitas

a. Kualitas Sistem Informasi (X1) * Kepuasan Pelanggan (Y)

Report

Kepuasan

Sistem	Mean	N	Std. Deviation
24	26,00	1	.
25	25,00	1	.
26	25,33	3	3,786
27	26,75	8	,886
28	27,25	8	1,488
29	27,78	18	2,315
30	27,44	18	1,294
31	29,45	11	2,115
32	30,23	13	2,127
33	30,86	14	1,231
34	31,72	18	1,320
35	31,86	29	1,481
36	31,92	25	1,631
37	34,09	11	,831
38	33,69	13	1,251
39	34,00	8	,926
40	34,00	1	.
Total	30,57	200	2,865

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Sistem	(Combined)	1158,471	16	72,404	27,921	,000
	Between Groups	Linearity	1	1103,129	425,399	,000
		Deviation from Linearity	15	3,689	1,423	,140
	Within Groups		183	2,593		
	Total	1633,020	199			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan * Sistem	,822	,676	,842	,709

b. Harga (X2) * Kepuasan Pelanggan (Y)

Report

Kepuasan

Harga	Mean	N	Std. Deviation
17	26,00	1	.
20	27,00	1	.
21	26,50	2	,707
22	27,00	3	1,000
23	27,90	21	2,300
24	27,17	23	1,800
25	30,17	18	3,092
26	29,95	19	2,172
27	31,50	26	2,102
28	31,59	39	1,788
29	32,38	21	1,499
30	33,36	11	,809
31	33,45	11	1,293
32	34,50	4	1,291
Total	30,57	200	2,865

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Harga	(Combined)	900,798	13	69,292	17,602	,000
	Between Groups	Linearity	1	819,228	208,101	,000
		Deviation from Linearity	12	6,798	1,727	,064
	Within Groups		186	3,937		
	Total		199			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan * Harga	,708	,502	,743	,552

c. Kualitas Pelayanan (X3) * Kepuasan Pelanggan (Y)

Report

Kepuasan

Pelayanan	Mean	N	Std. Deviation
24	27,00	2	1,414
26	24,67	3	3,215
27	25,50	2	,707
28	27,20	5	2,168
29	28,67	3	1,528
30	27,67	9	,707
31	27,00	8	1,852
32	27,73	11	1,902
33	28,64	28	2,376
34	31,13	8	2,588
35	30,89	9	2,369
36	31,38	13	2,103
37	31,19	21	1,750
38	31,96	25	1,274
39	32,57	21	1,568
40	33,24	17	1,251
41	33,00	9	1,414
42	34,33	6	,816
Total	30,57	200	2,865

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan * Pelayanan	(Combined)	1031,202	17	60,659	18,344	,000
	Between Groups	948,429	1	948,429	286,821	,000
	Linearity	82,773	16	5,173	1,565	,082
	Deviation from Linearity	601,818	182	3,307		
	Within Groups	1633,020	199			
Total						

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Kepuasan * Pelayanan	,762	,581	,795	,631

3. Uji Multikolinearitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 ^a	,748	,744	1,449

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga, Sistem

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1221,262	3	407,087	193,777
	Residual	411,758	196	2,101	,000 ^b
	Total	1633,020	199		

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga, Sistem

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,814	1,108	4,346	,000		
	Sistem	,379	,048	,467	,000	,364	2,745
	Harga	,222	,055	,205	,000	,492	2,031
	Pelayanan	,206	,039	,287	,000	,425	2,352

a. Dependent Variable: Kepuasan

4. Uji Heteroskedastisitas

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,464	3	1,155	1,407	,242 ^b
	Residual	160,844	196	,821		
	Total	164,308	199			

a. Dependent Variable: RES2

b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga, Sistem

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,479	,692	3,581	,000		
	Sistem	,006	,030	,186	,853	,364	2,745
	Harga	-,037	,034	-,109	,281	,492	2,031
	Pelayanan	-,016	,025	-,069	,522	,425	2,352

a. Dependent Variable: RES2

LAMPIRAN 7

UJI HIPOTESIS

1. Analisis Regresi Sederhana

a. Kualitas Sistem Informasi (X1) * Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,822 ^a	,676	,674	1,636

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Sistem

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1103,129	1	1103,129	412,197	,000 ^b
	Residual	529,891	198	2,676		
	Total	1633,020	199			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Sistem

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8,468	1,095	7,735	,000
	Kualitas_Sistem	,667	,033		

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Harga (X2) *Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,708 ^a	,502	,499	2,027

- a. Predictors: (Constant), Harga
b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	819,228	1	819,228	199,322	,000 ^b
	Residual	813,792	198	4,110		
	Total	1633,020	199			

- a. Dependent Variable: Kepuasan
b. Predictors: (Constant), Harga

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	10,204	1,450	7,039	,000
	Harga	,765	,054	14,118	,000

- a. Dependent Variable: Kepuasan

c. Kualitas Pelayanan (X3) * Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,762 ^a	,581	,579	1,859

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	948,429	1	948,429	274,308	,000 ^b
	Residual	684,591	198	3,458		
	Total	1633,020	199			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1	(Constant)	11,193	1,177	9,507	,000
	Kualitas_Pelayanan	,546	,033	,762	16,562

a. Dependent Variable: Kepuasan

2. Analisis Regresi Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,865 ^a	,748	,744	1,449

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga, Kualitas_Sistem

b. Dependent Variable: Kepuasan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1221,262	3	407,087	193,777	,000 ^b
	Residual	411,758	196	2,101		
	Total	1633,020	199			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Pelayanan, Harga, Kualitas_Sistem

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4,814	1,108		4,346	,000
	Kualitas_Sistem	,379	,048	,467	7,851	,000
	Harga	,222	,055	,205	4,016	,000
	Kualitas_Pelayanan	,206	,039	,287	5,223	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

LAMPIRAN 8

SUMBANGAN RELATIF DAN

EFEKTIF

Lampiran Hasil Perhitungan Sumbangan Relatif dan Sumbangan Efektif

➤ Koefisien Regresi

$$Y = 4,814 + 0,379 X_1 + 0,222 X_2 + 0,206 X_3$$

Diketahui

$$A1 = 0,379$$

$$\sum X_1 \cdot Y = 6599 \times 6083 = 40.141.717$$

$$A2 = 0,222$$

$$\sum X_2 \cdot Y = 5300 \times 6083 = 32.239.900$$

$$A3 = 0,206$$

$$\sum X_3 \cdot Y = 7068 \times 6083 = 42.994.644$$

$$R^2 = 0,748$$

$$\begin{aligned} JK_{reg} &= (0,379)(40.141.717) + (0,222)(32.239.900) + \\ & (0,206)(42.994.644) \\ &= 15.213.711 + 7.157.258 + 8.856.897 \\ &= 31.227.865 \end{aligned}$$

➤ Sumbangan Relatif (SR%)

$$\begin{aligned} X1 = SR \% &= \frac{\alpha \sum X_1 \cdot Y}{JK_{reg}} \times 100 \% \\ &= \frac{15.213.711}{31.227.865} \times 100 \% \\ &= 0,49 \times 100 \% \\ &= 49 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} X2 = SR \% &= \frac{\alpha \sum X_2 \cdot Y}{JK_{reg}} \times 100 \% \\ &= \frac{7.157.258}{31.227.865} \times 100 \% \\ &= 0,23 \times 100 \% \\ &= 23 \% \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 X3 = SR \% &= \frac{\alpha \sum X3.Y}{JKreg} \times 100 \% \\
 &= \frac{8.856.897}{31.227.865} \times 100 \% \\
 &= 0,28 \times 100 \% \\
 &= 28 \%
 \end{aligned}$$

➤ Sumbangan Efektif (SE %)

$$\begin{aligned}
 X1 = SE \% &= SR \% \times R^2 \\
 &= 49 \% \times 0,748 \\
 &= 36,6 \%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 X2 = SE \% &= SR \% \times R^2 \\
 &= 23 \% \times 0,748 \\
 &= 17,2 \%
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 X3 = SE \% &= SR \% \times R^2 \\
 &= 28 \% \times 0,748 \\
 &= 20,9 \%
 \end{aligned}$$