

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Tinjauan Empiris

Diperlukan penelitian sebelumnya supaya mendukung penelitian ini dan memberikan informasi lebih lanjut tentang subjek penelitian. Oleh karena itu, temuan penelitian terdahulu dilampirkan pada bab ini.

Tabel 2.1 Kajian Referensi Penelitian 1

Judul Penelitian	Peneliti & tahun Penelitian
Analisa Kepuasan Pengguna ShopeePayLater Menggunakan Model Delone & Mclean	Gandung Satriyono, Meme Rukmini, Edwina Prastiwi S. R., dan Nabilla Deva Kristina. (2022)
Tujuan	Ruang lingkup
Untuk mengukur kepuasan individu pada pengguna ShopeePayLater di Kota Kediri berdasarkan kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, serta kualitas layanan.	Penelitian ini mengukur kepuasan individu dalam menggunakan ShopeePayLater di Kota Kediri yang diukur dengan Model Delone & Mclean. Dalam pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan teknik pendekatan <i>non probability sampling</i> dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden kuisisioner. Pengujian yang dilakukan yaitu Uji validasi, Uji Reliabilitas, Uji T, Uji F, dan Uji koefisien determinasi.
Hasil Penelitian	
Hasil penelitian yang didapatkan yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, dan kualitas layanan berpengaruh parsial terhadap kepuasan penggunaan. Kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, dan kualitas layanan juga berpengaruh simultan terhadap kepuasan penggunaan.	
Perbedaan dengan penelitian yang akan di lakukan	
Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian penulis yaitu pada variabel yang digunakan dan pemilihan sampel. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas sistem,	

kualitas informasi, penggunaan, serta kualitas layanan sebagai variabel independen dan kepuasan pengguna sebagai variabel dependen. Sampel yang dipilih tidak tertuju pada sebuah daerah. Sedangkan penelitian penulis menggunakan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan sebagai variabel independen. Variabel kepuasan pengguna dan intensi penggunaan sistem sebagai variabel dependen. Sampel yang dipilih adalah pengguna ShopeePayLater di Kota Malang.

Tabel 2.2 Kajian Referensi Penelitian 2

<b>Judul Penelitian</b>	<b>Peneliti &amp; tahun Penelitian</b>
Analisis Kepuasan Pelanggan Pengguna ShopeePayLater Menggunakan Delone & McLean Model	Sayyidah Nafisah dan Sulthan Atha Muhammad. (2023)
<b>Tujuan</b>	<b>Ruang lingkup</b>
Untuk mengetahui keterkaitan antara faktor-faktor yang mempengaruhi kebahagiaan pengguna ShopeePayLater di Indonesia melalui kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, dan kualitas layanan sebagai variabel independen serta kepuasan pengguna sebagai variabel dependen.	Penelitian ini menggunakan objek penelitian pengguna ShopeePayLater di Indonesia. Mengadopsi model DeLone & McLean dengan lima variabel utama, yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, kualitas layanan, dan kepuasan pengguna. Sampel yang digunakan sebanyak 100 responden. Data dianalisis menggunakan teknik statistik yaitu regresi berganda dan alat analisis SPSS.
<b>Hasil Penelitian</b>	
Hasil penelitian yang didapatkan yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, dan kualitas layanan memberikan dampak positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan.	
<b>Perbedaan dengan penelitian yang akan di lakukan</b>	
Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian penulis yaitu pada variabel yang digunakan dan pemilihan sampel. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, serta kualitas layanan sebagai variabel independen dan kepuasan pengguna sebagai variabel dependen. Sampel yang dipilih lebih luas yaitu pengguna ShopeePayLater di Indonesia. Sedangkan penelitian penulis menggunakan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan sebagai variabel independen. Variabel kepuasan pengguna dan intensi penggunaan sistem sebagai variabel dependen. Sampel yang dipilih adalah pengguna ShopeePayLater di Kota Malang.	

Tabel 2.3 Kajian Referensi Penelitian 3

<b>Judul Penelitian</b>	<b>Peneliti &amp; tahun Penelitian</b>
Analisis Kepuasan Pengguna ShopeePayLater Menggunakan Model Delone & McLean	Ali Akbar Rismayadi, Dede Kartika Dewi, dan Iedam Fardian Anshori. (2020)
<b>Tujuan</b>	<b>Ruang lingkup</b>
Untuk menganalisis hubungan antara variabel independen seperti kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, dan penggunaan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pengguna ShopeePayLater di Kota Bandung menggunakan model DeLone & McLean.	Penelitian ini menggunakan objek penelitian pengguna ShopeePayLater di Kota Bandung. Menggunakan sampel sebanyak 100 responden. Data dianalisis menggunakan teknik statistik yaitu regresi berganda dan alat analisis SPSS.
<b>Hasil Penelitian</b>	
Hasil penelitian yang didapatkan yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, dan penggunaan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Namun, kualitas layanan tidak memberikan pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna. Sedangkan kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, dan penggunaan secara simultan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pengguna.	
<b>Perbedaan dengan penelitian yang akan di lakukan</b>	
Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian penulis yaitu pada variabel yang digunakan dan pemilihan sampel. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, penggunaan, serta kualitas layanan sebagai variabel independen dan kepuasan pengguna sebagai variabel dependen. Sampel yang dipilih yaitu pengguna ShopeePayLater di Kota Bandung. Sedangkan penelitian penulis menggunakan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan sebagai variabel independen. Variabel kepuasan pengguna dan intensi penggunaan sistem sebagai variabel dependen. Sampel yang dipilih adalah pengguna ShopeePayLater di Kota Malang.	

Tabel 2.4 Kajian Referensi Penelitian 4

<b>Judul Penelitian</b>	<b>Peneliti &amp; tahun Penelitian</b>
Analisis Sistem <i>E-Wallet</i> Menggunakan <i>D&amp;M Model Success</i> Terhadap Kepuasan Pengguna (Studi Kasus Pada ShopeePaylater)	Nabrin Ivora Silaban. (2022)
<b>Tujuan</b>	<b>Ruang lingkup</b>
Untuk menganalisis tingkat kepuasan pengguna ShopeePayLater di Yogyakarta	Penelitian ini menggunakan objek penelitian pengguna ShopeePayLater di

menggunakan Model DeLone & McLean. Melihat pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna melalui variabel intervening yaitu <i>net benefits</i> .	Yogyakarta menggunakan Model DeLone & McLean. Data yang digunakan sebanyak 160 responden dan diolah menggunakan SPSS 25.
<b>Hasil Penelitian</b>	
Hasil penelitian yang didapatkan yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kepuasan pengguna memiliki dampak signifikan terhadap <i>net benefits</i> .	
<b>Perbedaan dengan penelitian yang akan di lakukan</b>	
Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian penulis yaitu pada variabel yang digunakan dan pemilihan sampel. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan sebagai variabel independen, kepuasan pengguna sebagai variabel dependen serta <i>net benefits</i> sebagai variabel intervening. Sampel yang dipilih yaitu pengguna ShopeePayLater di Yogyakarta. Sedangkan penelitian penulis menggunakan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan sebagai variabel independen. Variabel kepuasan pengguna dan intensi penggunaan sistem sebagai variabel dependen. Sampel yang dipilih adalah pengguna ShopeePayLater di Kota Malang.	

Tabel 2.5 Kajian Referensi Penelitian 5

<b>Judul Penelitian</b>	<b>Peneliti &amp; tahun Penelitian</b>
Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen ShopeePayLater di Pekanbaru	Dewi Sartika dan Sri Mulyana. (2023)
<b>Tujuan</b>	<b>Ruang lingkup</b>
Untuk mengetahui pengaruh variabel kemudahan dan kepercayaan terhadap kepuasan pengguna ShopeePayLater di Pekanbaru.	Penelitian ini menggunakan objek penelitian pengguna ShopeePayLater di Pekanbaru. Sampel yang diambil sebanyak 57 responden. Data dianalisis menggunakan analisis berganda menggunakan alat analisis SPSS.
<b>Hasil Penelitian</b>	
Hasil penelitian yang didapatkan yaitu variabel kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna ShopeePayLater. Sedangkan variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna ShopeePayLater.	
<b>Perbedaan dengan penelitian yang akan di lakukan</b>	

Perbedaan utama antara penelitian ini dan penelitian penulis yaitu pada variabel yang digunakan dan pemilihan sampel. Penelitian ini menggunakan kepercayaan dan kemudahan sebagai variabel independen dan kepuasan pengguna sebagai variabel dependen. Sampel yang dipilih yaitu pengguna ShopeePayLater di Pekanbaru. Sedangkan penelitian penulis menggunakan variabel kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan sebagai variabel independen. Variabel kepuasan pengguna dan intensi penggunaan sistem sebagai variabel dependen. Sampel yang dipilih adalah pengguna ShopeePayLater di Kota Malang.

## 2.2 Tinjauan Teoritis

### 2.2.1 *E-commerce*

#### a. Pengertian *E-commerce*

*E-commerce (electronic commerce)* atau system jual beli elektronik memiliki beberapa definisi, sehingga penting supaya mencantumkan uraian pengertian dari para pakar. Berikut yaitu beberapa definisi *e-commerce* berdasar para ahli:

- 1) *E-commerce* yakni suatu sistem jual-beli yang dilakukan secara elektronik melalui komputer menjadi mediator supaya transaksi bisnis (Laudon & Traver, 1998).
- 2) *E-commerce* yaitu aktivitas perbelanjaan *online* melalui jaringan internet dan media *online* lainnya (Kalakota & Whinston, 1997).
- 3) *E-commerce* yaitu pemanfaatan teknologi digital, terutama internet supaya menciptakan, mengirim, mengkomunikasikan, dan mendukung nilai yang diciptakan di hubungan bisnis (Chaffey D. , 2002).
- 4) *E-commerce* yaitu pemanfaatan internet dan teknologi terkait supaya menjual barang dan jasa (Schneider, 2018).

5) *E-commerce* mencakup semua transaksi bisnis yang melibatkan pertukaran produk atau pelayanan melalui media elektronik (Chaffey & Hemphill, 2021).

#### **b. Peran *e-commerce* Pada Perusahaan**

Menurut (Rahmidani, 2015) pemanfaatan *e-commerce* di perusahaan berhasrat supaya memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi dan produktivitas, serta mempercepat proses transaksi. Beberapa faktor yang mendorong perusahaan supaya memanfaatkan *e-commerce* antar lain yaitu mempercepat komunikasi dengan pelanggan, meningkatkan kepuasan pelanggan, membangun merek, mempromosikan produk, mempermudah akses ke pasar global., dan menmampukan keuntungan-keuntungan seperti terbukanya aliran penmampuan.

Para ahli seperti Yau (2002), Widani et al. (2019), dan Dewi dan Darma (2014) menuturkan bahwa *e-commerce* harus membawa manfaat positif bagi operasional bisnis perusahaan. Ada enam manfaat positif yang diberikan oleh *e-commerce* kepada operasional bisnis, yaitu meningkatkan efisiensi, mengurangi biaya, memperbaiki kontrol atas barang, memperbaiki rantai distribusi, mempercepat proses transaksi, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut sumber-sumber tersebut, *e-commerce* memberikan dampak positif kepada operasional bisnis perusahaan, terutama di hal peningkatan efisiensi dan produktivitas serta percepatan proses transaksi.

### **2.2.2 Kualitas Sistem**

Mutu suatu sistem berhubungan dengan penilaian kepada sistem informasi itu sendiri, terutama di hal interaksi antar pengguna dengan sistem tersebut. Berasas pandangan Nelson, Todd, dan Wixom (2014), mutusistem bisa dievaluasi melalui lima dimensi utama: keandalan, fleksibilitas, integrasi, aksesibilitas, dan waktu respons sistem. Ciri-ciri mutusistem mencakup ketersediaan perangkat, keandalan perangkat, kemudahan pemanfaatan, dan waktu respons. Faktor-faktor ini menjadi penentu utama apakah sebuah sistem informasi akan diadopsi atau tidak.

#### a) Reliabilitas sistem

Mutusistem berasas reliabilitas diukur dengan sejauh mana sistem mampu menggenapkan harapan pengguna dan pemangku kepentingan tentang stabilitas dan ketahanan kepada kerusakan atau kegagalan. Reliabilitas sistem menunjukkan kemampuan sistem supaya mengimplementasikan tugas-tugasnya dengan minimal gangguan atau kegagalan.

#### b) Fleksibilitas sistem

Mutuinformasi dari suatu sistem informasi yang fleksibel mencerminkan kemampuannya supaya menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan pengguna dan lingkungan bisnis. Sistem informasi yang fleksibel mampu dengan cepat dan mudah mengakomodasi perubahan tersebut.

#### c) Integrasi sistem

Mutuinformasi dari sebuah sistem informasi yang terintegrasi ditentukan oleh kemampuannya di menggabungkan informasi dari berbagai sumber

secara efektif. Sistem informasi yang baik harus mampu mengintegrasikan informasi dari berbagai sumber dengan mudah dan cepat.

d) Aksesibilitas sistem

Aksesibilitas sistem menunjukkan seberapa mudah dan efisien sistem mampu diakses dan dimanfaatkan oleh semua pemangku kepentingan. Fokus utama yaitu memberikan akses yang sama dan memastikan bahwa sistem mampu diakses oleh orang-orang dengan berbagai tingkat kemampuan dan kebutuhan, termasuk mereka yang mungkin memiliki keterbatasan fisik atau kognitif. Mutusistem yang aksesibel termasuk antarmuka pengguna yang ramah, panduan yang jelas, dukungan supaya berbagai perangkat, dan kepatuhan kepada standar aksesibilitas.

e) Waktu respon sistem

Mutusistem berbasis waktu respon mencakup kemampuan sistem supaya merespons permintaan dan interaksi pengguna dengan cepat dan efisien, yang mencakup waktu antar pengguna memberikan input atau permintaan ke sistem dan menerima tanggapan atau hasil dari sistem tersebut. Sistem dengan waktu respons yang baik mampu meningkatkan pengalaman pengguna, meningkatkan produktivitas, dan mengurangi rasa stres pengguna karena waktu tunggu yang lama.

### **2.2.3 Kualitas Informasi**

Informasi yaitu data yang telah diproses dan diinterpretasikan sehingga memberikan makna dan nilai bagi penerimanya. Menurut (Bawden & Robinson,

2012), informasi yaitu pesan yang disampaikan oleh suatu tanda atau rangkaian tanda yang mampu diinterpretasikan oleh penerima pesan. Informasi mampu berupa teks, gambar, suara, atau kombinasi dari ketiganya. Namun, tidak semua informasi memiliki mutu yang sama, sehingga perlu dilakukan evaluasi kepada kualitas informasi tersebut.

Mutu informasi mengacu pada mutu hasil yang dijamin oleh sistem informasi, yang umumnya berupa laporan (DeLone & McLean, 2003). Mutu ini mampu dievaluasi berdasar lima dimensi utama meliputi: keakuratan, ketepatan waktu, kelengkapan, relevansi, dan konsistensi. Indikator yang membentuk mutu informasi meliputi:

- a) Akurasi (*accuracy*): Informasi harus akurat dan bebas dari kesalahan. Ketidakakuratan mampu terjadi akibat gangguan pada sumber informasi atau karena kesengajaan, yang mampu merusak atau mengubah data asli.
- b) Ketepatan waktu (*timeliness*): Informasi harus disajikan sesuai dengan waktu yang diperlukan oleh pengguna. Ketepatan waktu menunjukkan kecepatan sistem di memberikan informasi yang dibutuhkan.
- c) Kelengkapan (*completeness*): Sistem informasi harus mampu menyediakan informasi bermututinggi, terutama jika informasi tersebut krusial bagi pengguna di pengambilan keputusan. Informasi yang komprehensif mencakup semua data yang diperlukan oleh pengguna.
- d) Relevansi (*relevance*): Informasi perlu memberikan manfaat bagi penggunanya. Tingkat relevansi informasi bisa berbeda supaya masing-masing individu.

- e) Konsistensi (*consistency*): Informasi harus konsisten di waktu dan ruang. Konsistensi menunjukkan bahwa data yang diejawantahkan oleh sistem informasi seragam dan tidak bertentangan dengan informasi yang telah disediakan sebelumnya.

#### **2.2.4 Kualitas Layanan**

Kualitas layanan yaitu persepsi pelanggan tentang sejauh mana harapan mereka terpenuhi atau dilampaui oleh kinerja pelayanan (Perks & Ha, 2005). Jurnal tersebut mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan yang mampu dimanfaatkan menjadi indikator pengukur kualitas layanan, yaitu:

- a) Keamanan (*Security*): Menurunkan tingkat perlindungan dan keamanan yang diberikan kepada informasi pribadi pelanggan selama bertransaksi online. Ini mencakup upaya-upaya supaya melindungi data pribadi dan keuangan pelanggan dari akses yang tidak sah.
- b) Privasi (*Privacy*): Menunjukkan sejauh mana informasi pribadi pelanggan diperlakukan dan dijaga kerahasiaannya oleh organisasi. Penting supaya memastikan bahwa informasi pribadi tidak disalahgunakan atau diakses tanpa izin.
- c) Kepercayaan (*Trust*): Merupakan elemen kunci di membentuk kualitas layanan online. Kepercayaan melibatkan keyakinan pelanggan bahwa organisasi akan menggenapkan janji-janji mereka, baik itu terkait dengan pengiriman produk, kualitas layanan, atau perlindungan data pelanggan.

- d) Kemudahan Pemanfaatan (*Ease of Use*): Menilai seberapa mudah pelanggan mampu berinteraksi dengan situs web atau platform online. Faktor-faktor seperti navigasi yang intuitif, desain yang ramah pengguna, dan proses transaksi yang lancar mampu meningkatkan kualitas layanan.
- e) Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*): Memberikan pandangan tentang sejauh mana pelanggan disenangi melalui pelayanan yang disuguhkan. Kepuasan pelanggan sering menjadi indikator yang kuat supaya menilai kualitas layanan secara keseluruhan.

### **2.2.5 Kepuasan Pengguna**

(H & S., 2018) Kepuasan pengguna yaitu “perasaan positif atau negatif yang muncul setelah pelanggan menganalogikan antar harapan mereka dengan kinerja aktual produk atau pelayanan”. Kepuasan pelanggan sangat penting di memengaruhi loyalitas pelanggan dan citra merek. Pada penelitian (DeLone & McLean, 1992) menuturkan bahwa “suatu perasaan senang maupun kecewa yang muncul sesudah menganalogikan kinerja suatu produk maupun jasa dengan harapannya”. Pada penelitian tersebut termampu empat indikator yang mampu memengaruhi kepuasan pengguna, yaitu:

- a) Kualitas sistem (*System Quality*): Mengukur sejauh mana sistem informasi mampu menggenapkan kebutuhan dan harapan pengguna terkait kehandalan, kecepatan, dan performa.
- b) Kualitas informasi (*Information Quality*): Mengukur mutu informasi yang diberikan oleh sistem, termasuk keakuratan, kelengkapan, dan relevansinya.

- c) Penerimaan (*Acceptance*): Mengukur sejauh mana pengguna mampu menerima dan merasa nyaman saat memanfaatkan sistem.
- d) Pemanfaatan (*Use*): Mengukur seberapa sering dan seberapa intens pengguna memanfaatkan sistem.

### **2.2.6 Intensi Penggunaan Sistem**

Intensi pemanfaatan sistem mampu dibayangkan menjadi niat atau keinginan seseorang supaya memanfaatkan suatu sistem atau teknologi. (H & S., 2018). Di penelitian pemasaran dan perilaku konsumen, intensi pengguna sering dimanfaatkan supaya mengukur sejauh mana pengguna berencana mengimplementasikan tindakan tertentu, seperti membeli produk atau memanfaatkan pelayanan. Indikator pembentuk intensi pemanfaatan sistem yaitu persepsi pengguna tentang kemudahan pemanfaatan dan manfaat yang dimampukan dari pemanfaatan sistem. Indikator pengukur intensi pemanfaatan sistem menurut (Davis, 1989), yaitu:

- a) Pandangan Kemudahan Pemanfaatan (*Perceived Ease of Use*): Seberapa besar kepercayaan pengguna pemanfaatan sistem akan bebas dari masalah dan mudah dimanfaatkan.
- b) Persepsi Kebermanfaatan (*Perceived Usefulness*): Seberapa besar keyakinan pengguna bahwa pemanfaatan sistem akan meningkatkan kinerja atau hasil yang mereka harapkan.