

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Andika ini berjudul "Analisis Kualitas Website, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan Lazada". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas website terhadap kepercayaan pelanggan Lazada, serta pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan Lazada. Penelitian ini menggunakan metode Confirmatory Factor Analysis untuk menguji validitas instrumen dan Alpha Cronbach untuk menguji reliabilitasnya. Analisis jalur (path analysis) dengan menggunakan program Amos versi 21.0 digunakan sebagai teknik analisis. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 135 responden yang merupakan masyarakat di Yogyakarta yang telah melakukan pembelian online di website Lazada. Terdapat tiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu satu variabel eksogen, yaitu Kualitas Website, satu variabel mediator endogen, yaitu Kepercayaan, dan satu variabel endogen, yaitu Loyalitas Pelanggan.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siagin dan Cahyono ini berjudul "Analisis Kualitas Website, Kepercayaan, dan Loyalitas Pelanggan Online Shop". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas website terhadap kepercayaan dan pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan online shop di

Jawa Timur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 249 responden yang berada di lingkungan Universitas Kristen Petra. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu kualitas website sebagai variabel dependen, dan kepercayaan serta loyalitas sebagai variabel independent

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irshadi berjudul "Pengaruh Kualitas Website terhadap Keputusan Pembelian pada pengunjung Mataharimall.com". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji apakah ada pengaruh antara kualitas website Mataharimall.com terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif kausal dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu kualitas informasi, kualitas interaksi, dan usability, serta satu variabel endogen, yaitu keputusan pembelian.

2.2. Konsep Sistem Informasi

Sistem informasi suatu rangkaian yang terdiri dari 2 (dua) atau lebih komponen yang saling berhubungan dan saling berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan[1]. Pendapat lain mengatakan bahwa sistem adalah jaringan proses kerja yang saling terkait dan berkumpul guna untuk mencapai sebuah tujuan serta melakukan suatu kegiatan [2]

Oleh karena itu, sistem merupakan suatu rangkaian kerja dari komponen-komponen yang saling terkait dan terhubung satu sama lain. Sistem menerima input atau masukan, mengolahnya, dan menghasilkan output atau keluaran, dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan dalam suatu proses yang terstruktur.

Informasi merupakan data yang disajikan dalam suatu bentuk yang bermanfaat terhadap aktivitas pengambilan keputusan[3]. Pendapat lainnya, informasi merupakan sekumpulan fakta – fakta yang telah diolah menjadi bentuk data sehingga dapat digunakan oleh siapapun yang membutuhkan sebagai pengetahuan maupun pengambilan keputusan [4]

Dengan mengacu pada pemahaman di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem informasi adalah gabungan dari berbagai komponen yang membentuk sebuah sistem untuk memproses dan mengkomunikasikan informasi di dalam suatu organisasi sesuai dengan proses bisnis yang berlangsung.

2.3 Definisi pengukuran

Pengukuran merupakan kegiatan yang dilakukan secara sistematis agar memperoleh data dengan menggunakan skala tertentu serta mempertimbangkan beberapa aspek untuk menelusuri tujuan strategis tertentu[5]. Dalam kaitannya dengan sistem informasi, pengukuran dapat mengetahui tingkatan atau penilaian dari sebuah sistem. Dengan mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi hasil dari sebuah pengukuran, dapat menjadikannya permulaan untuk memahami kesenjangan yang ada pada objek penelitian.

Dari pemaparan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa pengukuran merupakan kegiatan yang sistematis yang dilakukan untuk memperoleh dan mengetahui tingkatan dari sebuah sistem sehingga mampu memahami kesenjangan yang ada.

2.4 Definisi Kualitas

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan [6]. Kualitas merupakan suatu capaian baik atau buruk nya serajat sesuatu. Adapun factor-faktor yang mempengaruhi kualitas yaitu diantaranya nya perspektif “stakeholders”, aspek pelayanan yang akan diukur dari suatu struktur, proses ataupun hasil, dan yang terakhir yaitu metode yang bertujuan untuk mengembangkan indicator itu sendiri ([7]). Kualitas merupakan aspek penting dimana setiap produk atau pun jasa akan dapat ternilai baik atau buruk nya melalui kualitas yang diberikan oleh konsumen.

ada lima perspektif dalam mengenali kualitas yang biasa digunakan, diantaranya ialah[8] :

1. Transcendental Approach, Ketika menggunakan pendekatan ini, orang dapat merasakan atau mengenal kualitasnya, tetapi menjelaskannya dengan jelas dan mengoperasionalisasinya sulit. Konsep ini dapat diilustrasikan dengan contoh dari promosi i-pod yang mengklaim bahwa suaranya berkualitas istimewa sehingga mendengarkannya menjadi nyaman.
2. Product-based Approach, Dalam pendekatan ini, kualitas dipandang sebagai ciri atau atribut yang dapat diukur dan diberikan angka. Sebagai contohnya, produsen

motor Harley Davidson menghasilkan motor dengan desain yang kuat, eksklusif, dan memberikan kesan kemewahan.

3. User-based Approach, Pendekatan ini didasarkan pada gagasan bahwa kualitas adalah subjektif dan tergantung pada perspektif individu. Produk yang paling memenuhi preferensi seseorang dianggap memiliki kualitas tinggi. Sebagai contoh, masyarakat Jepang merasa lebih nyaman menggunakan smartphone yang diproduksi secara lokal daripada yang berasal dari luar negeri. Penilaian kualitas dianggap baik atau buruk tergantung pada preferensi mereka.
4. Manufacturing-based Approach, Perspektif ini didasarkan pada aspek pasokan (supply-based) dan lebih fokus pada praktik rekayasa dan manufaktur. Dalam perspektif ini, kualitas didefinisikan sebagai kesesuaian dengan persyaratan yang ditetapkan. Sebagai contoh, program-program televisi menggunakan peringkat (rating) sebagai standar kelayakan tanpa memperhatikan penilaian masyarakat.
5. Value-based Approach, Pendekatan ini melihat kualitas dari sudut pandang nilai dan harga. Sebagai contohnya, bagi pengendara motor dengan penghasilan rata-rata, bensin premium dianggap memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan petromax, karena keduanya dapat digunakan untuk menjalankan motor, tetapi petromax dapat diperoleh dengan harga yang lebih murah.

Kualitas memiliki beberapa manfaat diantaranya manfaat untuk pelanggan dan untuk perusahaan.

Manfaat untuk pelanggan atau konsumen :

1. Kepuasan konsumen akan terjamin
2. Mengurangi keluhan terhadap suatu produk
3. Menambah kesetiaan konsumen
4. Konsumen akan merasa lebih diperhatikan dikarenakan kepentingan kualitas.

Manfaat untuk perusahaan :

1. Berkurangnya produk-produk yang gagal
2. Mempercepat penyelesaian masalah
3. Meningkatkan produktifitas perusahaan
4. Bertambahnya harga jual produk perusahaan.

2.5 Definisi Website

Website merupakan sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait antar satu halaman dan halaman yang lainnya, yang biasanya ditempatkan pada sebuah server web yang dapat diakses melalui jaringan internet maupun jaringan wilayah lokal (LAN)[9]. Website merupakan suatu halaman web yang saling berhubungan yang umumnya berada pada peladen (server) yang sama berisikan kumpulan informasi yang disediakan oleh perorangan, kelompok, atau organisasi. Tingginya kebutuhan informasi dan pelayanan yang dibutuhkan masyarakat akan membawa harapan adanya media pelayanan yang efektif dan efisien. Website yang mempunyai kualitas yang tinggi tentu akan berpengaruh pada organisasi dan masyarakat yang menggunakannya. Semakin tinggi kualitas pada suatu website, maka akan semakin banyak pengguna yang mengakses website tersebut. Secara sederhana, kualitas website itu sendiri dapat

diartikan sebagai tingkat keunggulan antara pelayanan yang diharapkan (expected service) dengan pelayanan yang diterima (perceived service) dalam suatu website oleh masyarakat sebagai penggunanya[10].

2.6 Definisi Kualitas Website

kualitas website mengevaluasi kualitas isi yang terdapat pada website dalam beberapa hal seperti navigasi, keindahan, fungsi, dan hal lainnya yang mempengaruhi. WebQual merupakan salah satu metode atau teknik pengukuran kualitas website berdasarkan persepsi pengguna akhir dikembangkan oleh Stuart Barnes dan Richard Vidgen[11].

2.7 Definisi Webqual 4.0

WebQual adalah suatu metode atau teknik pengukuran kualitas situs web berdasarkan persepsi pengguna akhir. Dalam pengembangannya sejak tahun 1998, WebQual telah mengalami beberapa iterasi dalam penyusunan dimensi dan pertanyaan, hingga mencapai versi terakhir yaitu WebQual 4.0 [12]. Metode ini merupakan pengembangan dari Servqual yang disusun oleh Parasuraman.

WebQual menggunakan pendekatan kualitas fungsi penyebaran (quality function deployment) atau QFD, yang merupakan suatu proses terstruktur dan disiplin yang digunakan untuk mengidentifikasi dan memahami keinginan pelanggan melalui setiap tahap pengembangan produk atau jasa serta implementasinya. QFD dimulai dengan mendengarkan "suara pelanggan" untuk menemukan kebutuhan kualitas yang diinginkan oleh pengguna. Kualitas ini kemudian dikembalikan kepada pelanggan dan

menjadi dasar evaluasi kualitas produk atau layanan. Pengguna juga diminta untuk menilai setiap aspek kualitas, yang membantu pemahaman tentang kualitas mana yang dianggap penting oleh pengguna dalam situasi tertentu[13].

WebQual digunakan sebagai instrumen untuk menilai kegunaan (usability), kualitas informasi (information quality), dan kualitas interaksi layanan (service interaction quality) dari situs web, terutama yang menawarkan fasilitas e-commerce dan pemasaran (sumber: <http://www.WebQual.co.uk>).

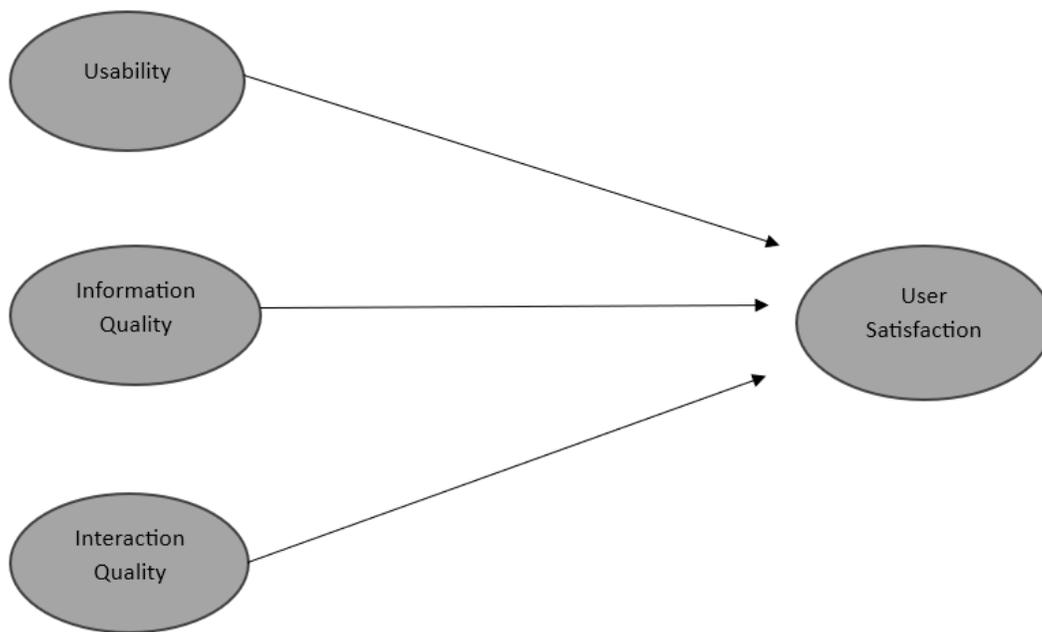
2.7.1 Dimensi Webqual 4.0

Perancangan penelitian melibatkan Langkah – Langkah dan strategi yang digunakan untuk merencanakan dan mengorganisir proses penelitian dengan cara yang sistematis dan terstruktur. Merancang penelitian dengan baik sangat penting untuk memastikan bahwa hasil penelitian memiliki validitas yang tinggi. Pada tahap ini perancangan penelitian akan diliputi oleh 3 dimensi yang bebas, dan 1 dimensi yang terikat pada metode webqual 4.0, yaitu :

- a. Kegunaan (usability) : Dimensi kegunaan (usability) dalam metode WebQual 4.0 menilai sejauh mana situs web memberikan manfaat yang relevan dan bermanfaat bagi pengguna. Fokusnya adalah pada kemampuan situs web untuk memenuhi kebutuhan pengguna dengan menyediakan informasi yang relevan, fungsionalitas yang memadai, dan utilitas yang diharapkan.
- b. Informasi (information quality) : Dimensi kualitas informasi (Information Quality) dalam konteks penelitian sistem informasi mengacu pada sejauh mana isi

informasi yang terdapat dalam sebuah situs web atau sumber lainnya memenuhi standar keunggulan. Ini melibatkan evaluasi apakah informasi tersebut sesuai untuk tujuan pengguna, termasuk aspek-aspek seperti keakuratan, format, dan relevansinya. Dengan kata lain, kualitas informasi melibatkan penilaian terhadap sejauh mana informasi tersebut dapat diandalkan, memiliki format yang tepat, dan relevan dengan kebutuhan pengguna.

- c. Interaksi Pelayanan (interaction quality) : Dimensi Interaksi Pelayanan (interaction quality) merujuk pada kualitas interaksi layanan yang dialami oleh pengguna saat mereka melakukan eksplorasi yang lebih mendalam di dalam suatu situs. Faktor ini tercermin dalam tingkat kepercayaan dan empati yang ditunjukkan, seperti isu-isu keamanan transaksi dan informasi, pengiriman produk, personalisasi, dan komunikasi dengan pemilik situs.
- d. Kepuasan Pengguna (user satisfaction) : Kepuasan Pengguna sistem (User satisfaction) adalah tanggapan dan umpan balik yang diberikan oleh pengguna setelah menggunakan sistem informasi. Sikap pengguna terhadap sistem informasi merupakan penilaian subjektif tentang sejauh mana pengguna menyukai sistem yang digunakan.



Gambar 2. 1 Model Webqual 4.0