

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Teori Dasar**

##### **2.1.1 Sistem Informasi**

Sistem informasi dikenal sebagai sistem di dalam suatu organisasi yang bertujuan untuk mengolah serta menyediakan informasi yang dibutuhkan oleh pihak yang bersangkutan (R. W. Sari et al., 2019). Dapat diartikan juga sistem informasi adalah sekumpulan dari beberapa elemen yang berinteraksi dalam membentuk suatu kesatuan dengan tujuan mencapai sebuah *device* (Junita & Silalahi, 2021).

Sistem informasi adalah komponen-komponen yang saling berkaitan yang bekerja sama dalam mengumpulkan, mengelola, menyimpan, dan menampilkan informasi untuk mendukung pengambilan keputusan, koordinasi, pengaturan, analisis dan visualisasi pada sebuah organisasi (Mulyanto et al., 2020).

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan sistem informasi merupakan sekumpulan komponen yang bekerja sama dan berkaitan dalam mengumpulkan, mengelola, menyimpan, dan menampilkan informasi untuk mencapai sebuah tujuan dalam mengambil keputusan, mengkoordinasi, mengatur, menganalisis dan mengvisualisasi dalam organisasi.

Dalam (Rochman et al., 2019) menyebutkan bahwa terdapat 6 poin yang termasuk di dalam komponen semua jenis sistem informasi:

1. *Hardware* merupakan perangkat keras dari sebuah sistem informasi dalamnya berisi seluruh perangkat keras yang digunakan secara fisik baik

oleh komputer server atau komputer *client*. Beberapa contoh dari *hardware* yaitu monitor, printer, memori, CPU, *keyboard*, *harddisk* dan yang memiliki peran lain dalam jaringan komputer.

2. *Software* merupakan perangkat lunak yang dimiliki sistem informasi, yaitu sebuah program *operating system* (OS) untuk memantau, mengatur, mengolah dan juga mengkaji data. *Software* juga diketahui sebagai kumpulan program komputer yang dapat menolong sistem informasi mengoperasikan kewajibannya dan dapat dijalankan selanjutnya.
3. *Database* (Basis Data) adalah kumpulan data dalam sistem informasi yang tertata atas tabel dan *file*. Diketahui bahwa sistem informasi memberikan informasi yang didapat dari satu ataupun sejumlah data yang diinput dan diproses, maka diperlukannya sebuah aplikasi untuk pengarsipan, pengolahan, dan penyajian data dan informasi secara terkomputerisasi.
4. *Network* (Jaringan) adalah media untuk menghubungkan elemen atau antar subsistem, sehingga memungkinkan terjadinya jalinan yang cepat dalam melangsungkan pertukaran data dan informasi.
5. Prosedur merupakan representasi atas suatu data tertentu dikerjakan dan dianalisa agar dapat menghasilkan produk dari sebuah sistem informasi.
6. *User* (Pengguna) merupakan pihak yang memiliki tanggung jawab dalam mengoperasikan dan melakukan perkembangan pada sistem informasi tersebut.

### 2.1.2 Analisis

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Analisis merupakan penyelidikan terhadap suatu peristiwa (perbuatan, karangan, dan lainnya) untuk mendapatkan fakta yang tepat (asal usul, sebab penyebab, sebenarnya dan hal lainnya). Secara umum, analisis adalah tindakan yang memuat sejumlah kegiatan seperti menguraikan, menyeleksi, memisahkan suatu materi atau informasi menjadi kelompok yang lebih kecil sehingga dapat lebih mudah dipahami (Sepang et al., 2019). Sedangkan menurut (Halawa et al., 2020) analisis merupakan proses melihat balik ulasan penelitian yang berguna untuk memverifikasi data analisis statistik yang telah ditentukan sebelumnya.

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan analisis adalah sebuah tindakan melihat kembali ulasan penyelidikan, penguraian, dan pemisahan terhadap suatu peristiwa ataupun informasi untuk mendapatkan fakta atau informasi yang lebih tepat dan mudah dipahami.

### 2.1.3 Website

Menurut Yuhefizar dalam (Kinaswara et al., 2019) *website* merupakan kumpulan semua halaman web yang berguna untuk memperlihatkan beragam informasi berbentuk tulisan, gambar dan suara dari sebuah domain yang dibentuk dari suatu rangkaian yang saling terkait. Suatu halaman web yang sudah terhubung antara yang satu dengan yang lain disebut sebagai *hyperlink*, sedangkan teks yang terhubung dengan teks yang lain dikenal sebagai *hypertext*.

Menurut Jasmandi dalam (Hendrawan et al., 2020) *website* adalah kumpulan dari halaman-halaman web beserta *file* pendukungnya, seperti gambar, video, dan

*file* digital lainnya yang diletakkan di *host* atau web server yang umumnya dapat diakses menggunakan internet.

Berdasarkan definisi diatas maka dapat disimpulkan *website* adalah kumpulan dari semua halaman dari *website* dengan *file* pendukungnya yang memperlihatkan berbagai informasi yang terbentuk dari rangkaian yang saling terhubung dan diletakkan dalam web server yang dapat diakses menggunakan internet.

### 2.1.3.1 Jenis-Jenis *Website*

Dalam (Dewi & Wardijono, 2021) mengklasifikasikan jenis-jenis *website* berdasarkan berbagai kategori, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Berdasarkan sifatnya

##### a. *Website* dinamis

Dikenal sebagai sebuah *website* yang menyediakan *content* atau isi yang selalu berganti-ganti setiap saat. contohnya *website* berita, seperti, [www.kompas.com](http://www.kompas.com), [www.detik.com](http://www.detik.com), dan lain sebagainya.

##### b. *Website* statis

Merupakan *website* yang *content* ataupun isinya sangat jarang diubah . Bahasa pemrograman yang digunakan HTML dan belum memanfaatkan database, contohnya web *profile* organisasi, dan lain lain.

#### 2. Berdasarkan fungsinya

##### a. *Personal web*

Merupakan *website* yang dimiliki seseorang (individu) yang memiliki isi informasi pribadi seseorang.

b. *Commercial web*

Merupakan website yang isinya adalah konten lengkap yang mendeskripsikan semua informasi yang dimiliki sebuah perusahaan.

c. *Government web*

Merupakan *website* yang dimiliki oleh instansi pemerintahan dan pendidikan mempunyai tujuan agar dapat memberikan pelayanan kepada pengguna mulai dari layanan berita, e-mail, dan jasa-jasa lainnya.

d. *Non-profit organization web*

Merupakan sebuah web yang dipunyai oleh organisasi yang bersifat non-profit atau tidak bersifat bisnis.

3. Berdasarkan bahasa pemrograman yang digunakan

a. *Server side*

Merupakan *website* yang menggunakan bahasa pemrograman yang tergantung kepada tersedianya server, seperti PHP, ASP dan lain sebagainya. Jika tidak ada server, website yang dibangun menggunakan bahasa pemrograman di atas tidak dapat berfungsi sebagaimana mestinya.

b. *Client side*

Merupakan *website* yang tidak membutuhkan server dalam menjalankannya dan cukup diakses melalui *browser* saja.

### 2.1.3.2 Kriteria *Website* yang baik

Dalam (R. W. Sari et al., 2019) menjelaskan bahwa dari buku dengan judul *Step by Step WEB Design; Theory and Practices*, terdapat sejumlah karakter yang bisa dikatakan sebagai karakter *website* yang baik antara lain:

1. Kegunaan (*Usability*)

Berhubungan dengan pertanyaan “bisakah pengguna mendapatkan cara untuk menggunakan situs web tersebut dengan efektif” atau *usability* diartikan sebagai pengalaman *user* dalam berinteraksi dengan situs web atau internet hingga pengguna dapat menjalankannya dengan sederhana dan efisien.

2. Sistem Navigasi (Struktur)

Navigasi adalah format yang membantu pengguna dalam mendeteksi jalur yang mudah ketika mengeksplorasi situs web. Navigasi dapat dilihat dalam beragam media seperti tulisan, gambar, dan animasi.

3. *Graphic Design* (Desain grafis)

Kepuasan visual pengguna secara subjektif yang melibatkan seperti apa desainer visual situs web tersebut mengajak mata pengguna menikmati dan mengeksplorasi situs web lewat warna, *layout*, bentuk, dan tipografi.

4. Kompatibilitas (*Compatibility*)

Situs web harus kompatibel, harus memberikan opsi lain bagi *browser* yang tidak dapat melihat situsnya.

5. Lama respon (*Loading time*)

Penggunaan lama respon akan sangat berpengaruh bagi pengguna disebabkan karena semakin cepat respon *browser* yang dipakai maka semakin efisien juga pengguna dalam mengumpulkan informasi. Akan tetapi jika ketika menggunakan halaman web respon yang didapat lama sampai memakan waktu beberapa detik memungkinkan pengguna untuk menutup *browser*.

#### 6. Konten (*Contents*)

Konten yang baik akan menarik, signifikan dan layak untuk dijadikan incaran pengguna situs web. Model penulisan dan bahasa yang digunakan wajib cocok dengan incaran pengguna. Kurangi kesalahan penulisan, kemudian tata bahasan, serta tanda baca dalam setiap halaman, *header* dan judulnya.

#### 7. Fungsionalitas (*Functionality*)

Sebaik apakah sebuah situs web berjalan sesuai dengan aspek teknologinya, ini bisa meliputi programmer dengan *script*-nya, misalnya HTML (DHTML), PHP, ASP, *ColdFusion*, CGI, SSI, dan lain-lain.

#### 8. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Beranda web harus bisa dipergunakan oleh setiap orang baik itu orang tua, remaja, anak-anak, serta orang cacat. Ada beragam gangguan yang dijumpai dari pihak pengguna untuk dapat menikmati beranda web seperti untuk beranda fisik, bagaimana meningkatkan pengguna konten saat satu atau lebih indra diberhentikan atau diminimalisir kerjanya terutama untuk user

yang memiliki kesulitan dan kekurangan indra penglihatan. Selain itu ada juga gangguan infrastruktur contohnya akses internet yang lambat.

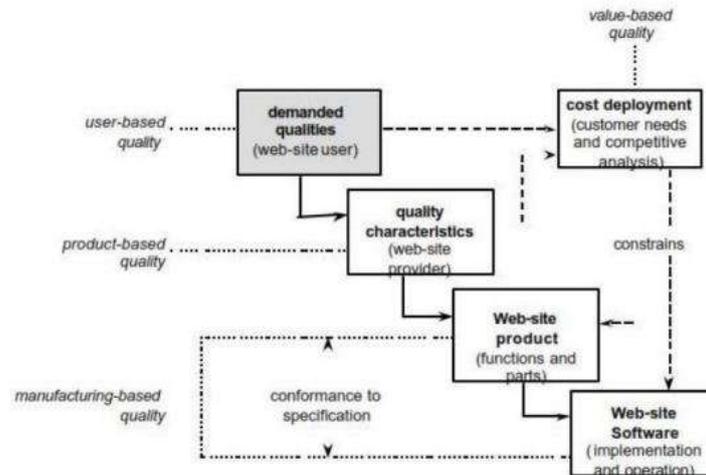
#### 9. Interaktivitas (*Interactivity*)

Interaktivitas adalah segala hal yang meliputi pengguna situs web sebagai pengalaman pengguna dengan situs web tersebut. Fondasi dari interaktivitas adalah *hyperlinks* (link) dan prosedur *feedback*. Gunakanlah *hyperlink* untuk membantu pengguna ke topik lebih lanjut, sumber berita, topik terkait, atau lainnya.

#### 2.1.4 *Webqual 4.0*

*Webqual* adalah suatu metode pengukuran kualitas *website* berdasarkan persepsi dari pengguna akhir, sudah ditingkatkan sejak tahun 1998 dan juga sudah menghadapi beberapa iterasi dalam penyusunan poin-poin pertanyaannya. Pengembangannya sudah mencapai versi 4.0 yang disusun berdasarkan penelitian 3 area yaitu kualitas informasi, kualitas interaksi, dan kemudahan penggunaan (Nofirman et al., 2019).

*Webqual* menjadi salah satu tindakan yang efektif dalam berinteraksi dan berbisnis dengan pelanggan. Metode *Webqual* dikembangkan oleh Stuart Barnes dan Richard Vidgen menjadi salah satu metode yang dikembangkan dari metode *Servqual Zeithaml* dan sebelumnya sering digunakan pada dalam mengukur kualitas jasa pada *Webqual* yang berlandaskan pada *Quality Function Deployment* (QFD).



**Gambar 2.1** *Quality Function Deployment Website*

Sumber: (Ramadan, 2020)

*Webqual* merupakan sebuah proses yang terstruktur dan teratur dalam mengenali dan membawa suara pelanggan melewati setiap tahap peningkatan produk dan atau jasa pelaksanaannya (Sulistyowati & Meisiana, 2019).

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diketahui fakta bahwa *webqual* merupakan suatu alat praktis dalam berkomunikasi dan bertransaksi pengukurannya didasarkan pada persepsi dari pengguna akhir dan sudah dikembangkan mencapai versi 4.0.

#### 2.1.4.1 Dimensi *Webqual* 4.0

Terdapat beberapa pendeskripsian tiap-tiap dimensi *Webqual* 4.0 menurut beberapa sumber, yaitu:

1. Menurut (Riyanto & Bachri, 2019)

- a. *Information Quality*

Berpokok pada penelitian tentang sistem informasi. Sejumlah pertanyaan yang ditingkatkan pada bagian ini disusun bedasar pada literatur yang berfokus pada kualitas dari data, informasi dan sistem.

b. *Service Intercation Quality*

Berpokok pada penelitian tentang kualitas pelayanan yang tentang marketing, perdagangan bentuk elektronik (*e-commerce*), dan sistem informasi.

c. *Usability*

Berpokok pada penelitian tentang bidang *Human Computer Interaction* (HCI) tentang pengaruh atau dampak antara manusia, komputer dan web *usability*.

2. Menurut (Fathoni et al., 2019)

a. *Usability Quality*

Merupakan mutu yang mempunyai hubungan atas rancangan *website* seperti penampilan, kemudahan penulusuran, serta pencarian.

b. *Information Quality*

Merupakan mutu yang berlandaskan isi dari *website*, pantas atau tidaknya informasi untuk kenginan dan tujuan si pengguna seperti keakuratan, struktur, serta keterlibatannya.

c. *Service Interaction Quality*

Merupakan mutu yang berlandaskan pada pelayanan interaksi yang dioperasikan si pengguna ketika menggunakan *website* ke bidang yang lebih lebar, kemudian terwujud keyakinan dan empati contohnya

perasaan aman dalam bertransaksi dan membagikan informasi melalui *website*.

3. Menurut (Winardi et al., 2021)

- a. *Usability* (kegunaan) adalah prespektif penilaian kualitas penggunaan *website* yang diukur dari segi interaksi dan desain dari *website*.
- b. *Information quality* (kualitas informasi) adalah prespektif penilaian yang diukur dari kualitas informasi terhadap pengguna *website* tersebut.
- c. *Service interaction quality* (kualitas layanan interaksi) adalah prespektif penilaian yang diukur dari layanan *website* dan juga keamanan informasi pengguna.

4. Menurut (Apriliani et al., 2020)

- a. *Usability* (kegunaan) adalah sebuah mutu yang berhubungan dengan konsep sebuah *website*, dimisalkan tampilan pada *website*, kemudahan dalam pencarian dan penggambaran yang diberikan pengguna.
- b. *Information quality* (kualitas informasi) adalah sebuah mutu diketahui dari isi yang ada dalam *website*, pantas atau tidaknya informasi diteruskan seperti informasi yang tepat, format dan keterkaitannya.
- c. *Service interaction quality* (kualitas layanan interaksi) adalah sebuah mutu yang memiliki hubungan dengan pengalaman dan perasaan pengguna ketika menavigasi *website*.

Berdasarkan uraian dimensi *webqual* 4.0 di atas maka peneliti menggunakan teori menurut (Apriliani et al., 2020) sebagai bahan acuan dalam

penjabaran indikator dimensi *webqual* 4.0, indikator-indikator tersebut dapat perhatikan tabel dibawah ini:

**Tabel 2. 1** Dimensi Penggunaan pada *Webqual* 4.0

No	Deskripsi Indikator
1	Mudah untuk mempelajari pengoperasian <i>website</i> oyoos.com.
2	<i>Website</i> oyoos.com jelas dan mudah dipahami
3	Mudah untuk bernavigasi/menelusuri <i>website</i> oyoos.com
4	<i>Website</i> oyoos.com mudah untuk digunakan
5	<i>Website</i> oyoos.com memiliki tampilan yang menarik

**Tabel 2. 2** Dimensi Kualitas Informasi pada *Webqual* 4.0

No	Deskripsi Indikator
1	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi yang akurat
2	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi yang terpercaya
3	Informasi yang di sajikan <i>website</i> oyoos.com <i>up to date</i>
4	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi yang relevan dengan apa yang dibutuhkan
5	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi dengan bahasa yang mudah dipahami
6	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi yang lengkap dan terperinci
7	Informasi yang di sajikan <i>website</i> oyoos.com menggunakan format yang umum

**Tabel 2. 3** Dimensi Kualitas Interaksi pada *Webqual* 4.0

No	Deskripsi Indikator
1	<i>Website</i> oyoos.com memiliki reputasi baik
2	Aman saat berinteraksi melalui <i>website</i> oyoos.com
3	<i>Website</i> oyoos.com sangat menjaga informasi pribadi
4	<i>Website</i> oyoos.com memberikan ruang untuk personalisasi pengguna
5	<i>Website</i> oyoos.com memberikan ruang untuk komunitas
6	<i>Website</i> oyoos.com memberikan kemudahan untuk berkomunikasi
7	Semua layanan dalam <i>website</i> oyoos.com berjalan dengan baik dan optimal

### 2.1.5 Kepuasan Pengguna

Pada tingkat ini kepuasan pengguna sebagai pemeran penting, bagi perusahaan ataupun untuk pemerintahan dalam memberikan pelayanan. Menurut Kotler dalam (Nofirman et al., 2019) Kepuasan adalah perasaan gembira maupun rasa sedih seseorang atas suatu produk yang didapatkan dari hasil membandingkan kinerja produk dan keinginan dengan tujuan-tujuannya, sedangkan menurut Westbrook & Reilly menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah pandangan emosional terhadap pengalaman yang memiliki kaitan dengan produk atau jasa yang diperoleh.

Kualitas pelayanan yang baik terhadap pengguna bisa menambah nilai tambah bagi perusahaan dan menambah rasa kepuasan pelanggan terhadap perusahaan, sehingga meningkatkan daya saing dan manfaat bagi perusahaan. Tingkat kepuasan pengguna terbagi atas 3 tingkat, yaitu tidak puas, puas, dan sangat puas. Tingkat kepuasan pengguna merupakan ulasan bagi perusahaan untuk memperbaiki ataupun merubah dan juga menginovasi produk dan layanan untuk mengembangkan dan menjaga kepuasan konsumen terhadap produk dan layanan (Septa & Umar, 2019).

Berdasarkan sejumlah definisi kepuasan dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pengguna adalah perasaan yang dialami pengguna website terhadap pengalaman setelah membandingkan layanan atau kinerja *website* dengan harapan juga keinginan terhadap layanan *website* tersebut.

### 2.1.5.1 Indikator Kepuasan Pengguna

Menurut Kotler&Keller Dalam (Wachyuni & Wiweka, 2020) menjabarkan aspek-aspek yang diketahui sebagai pembentuk kepuasan pengguna:

1. *Re-Purchase*

Kepercayaan konsumen dapat mengembangkan keinginan konsumen untuk membeli kembali produk atau jasa.

2. *Word of mouth*

Respon dari perspektif konsumen ketika menikmati dan merasa puas dengan produk atau jasa, secara khusus dapat berbentuk tanggapan atau rekomendasi.

3. *Brand Image*

Merek mempunyai beberapa fungsi seperti mengumpulkan informasi, memberikan karakter atau pembeda, menciptakan perasaan yang positif, meningkatkan kepekaan konsumen dan memberikan keuntungan bagi pelanggan, memberikan perasaan sesuai antara *brand* dengan sebuah produk, sampai memberikan alasan untuk membeli produk.

4. *Kualitas Produk (Product Quality)*

Dengan memiliki kualitas produk yang baik, konsumen akan merasa puas dalam melakukan transaksi.

5. *Harga (Price)*

Harga merupakan hal sensitif bagi pelanggan biasanya harga murah itulah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

#### 6. *Kualitas Service (Service Quality)*

Apabila jasa yang diperoleh pelanggan sinkron dengan yang diinginkan maka kualitas pelayanan dipresepsikan baik dan memuaskan, sebaliknya jika jasa yang diterima tidak sesuai dengan keinginan maka kualitas pelayanan dipresepsikan buruk. Dalam hal ini jasa atau pelayanan yang diberikan mempengaruhi kepuasan pengguna.

#### 7. *Faktor Emosional (Emotional Factor)*

Merupakan faktor yang mempengaruhi model hidup seseorang, emosi berpengaruh langsung terhadap kepuasan pengguna dan merupakan peran penting terutama dalam bidang jasa

Terdapat tujuh indikator yang dijadikan fondasi dalam penilaian kepuasan pengguna dalam (Wachyuni & Wiweka, 2020) dengan tujuan dapat menyajikan informasi mengenai kondisi kepuasan pengguna dalam menggunakan *website* oyoos.com, dapat diperhatikan pada tabel di bawah ini:

**Tabel 2. 4** Indikator Kepuasan Pengguna

No	Deskripsi Indikator
1	Saya akan mengunjungi <i>website</i> oyoos.com kembali
2	Saya mendengar hal positif tentang <i>website</i> oyoos.com
3	Saya senang berinteraksi menggunakan <i>website</i> oyoos.com
4	Kualitas dalam penggunaan <i>website</i> oyoos.com sangat baik
5	Harga yang diberikan <i>website</i> oyoos.com sudah sesuai dengan yang diinginkan
6	<i>Website</i> oyoos.com memberikan informasi yang jelas mengenai data pelanggan, jadwal, metode dan jumlah pembayaran konsumen
7	Informasi data yang diberikan terjaga dengan baik

## 2.2 Penelitian Terdahulu

1. Penelitian oleh (Nofirman et al., 2019) berjudul “Pengaruh Kualitas *Website* BPS Kab. Siak Terhadap Kepuasan Pengguna *Website* Menggunakan Metode *Webqual 4.0*” dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa ketiga variabel memberikan kontribusi sebesar 63,80% terhadap kepuasan pengguna, dimana variabel yang memberikan kontribusi terbesar terhadap kepuasan pengguna adalah kemudahan penggunaan 36,40% sedangkan yang memberikan kontribusi terkecil adalah kualitas interaksi sebesar 9,20%.
2. Penelitian oleh (Ramadan, 2020) berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas *Website* Admin PMB BSI-Group Terhadap Kepuasan Pengguna Menggunakan Metode *Webqual 4.0*” dari penelitian yang dilakukan diketahui bahwa variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *website*, variabel kualitas informasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *website*, variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna *website*.
3. Penelitian oleh (Tulodo & Solichin, 2019) berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi Dan *Perceived Usefulness* Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care Dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan” Berdasarkan analisa dan pembahasan pada bagian sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, kualitas informasi dan *perceived usefulness*

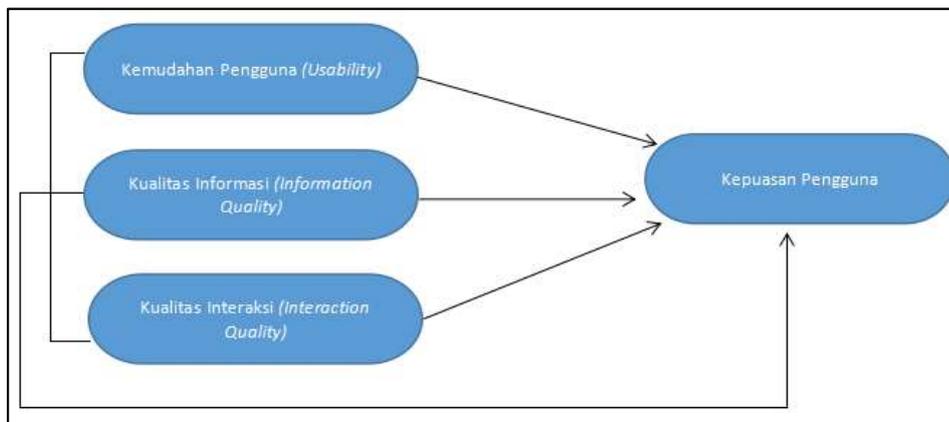
berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, dan kepuasan pengguna terhadap kinerja individu.

4. Penelitian oleh (Riyanto & Bachri, 2019) berjudul “Analisis Pengukuran Kualitas *Website* Terhadap Kepuasan Pengguna Berdasarkan *Webqual 4.0*” Berdasarkan analisis deskriptif yang sudah dikerjakan pengguna berpendapat bahwa kualitas yang diinginkan pada kualitas *website* masuk kedalam kelompok sangat penting. Kemudian performa kualitas *website* yang diharapkan pengguna tergolong cukup rendah dan pengguna berpendapat bahwa kualitas yang diharapkan pada kualitas *website* Ebill Tour masuk kedalam kategori cukup baik. Berlainan dengan penilaian pada tingkat kepuasan yang mempunyai hasil masih sangat kurang dibandingkan dengan harapan pengguna. Jadi, pengguna *website* belum merasa puas terhadap kualitas yang diberikan.
5. Penelitian oleh (Latief & Canta, 2022) berjudul “Analisis Kualitas *Website* SMK Negeri 2 Penajam Paser Utara Menggunakan Metode *Webqual 4.0*” Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui bahwa *website* SMK Negeri 2 Penajam Paser Utara belum memuaskan kebutuhan pengguna, dari 4 variabel yang ditingkatkan, sesudah dilakukan analisis dua hipotesis memiliki pengaruh positif dan signifikan atas pengguna *website* SMK Negeri 2 Penajam Paser Utara, dari hasil uji t variabel *Usability* dan variabel *Interaction Quality* mempunyai nilai positif dan secara bersamaan memiliki pengaruh positif dan juga signifikan. Sementara satu hipotesis tidak

memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap pengguna *website* SMK Negeri 2 Penajam Paser Utara yaitu Variabel *Information Quality*.

6. Penelitian oleh (M. N. K. Sari & Utamajaya, 2022) berjudul “Pengaruh Kualitas *Website* Traveloka Menggunakan *Webqual* 4.0 Terhadap Kepuasan Pengguna” Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan terhadap kepuasan pengguna pada komunitas Traveloka di telegram, diperoleh bahwa kualitas penggunaan dan kualitas interaksi tidak berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna *website* Traveloka, sedangkan kualitas informasi berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pengguna *website* Traveloka artinya setiap peningkatan kualitas informasi akan meningkatkan kepuasan pengguna terhadap *website*.
7. Penelitian oleh (Az-zahra et al., 2022) berjudul “Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Kawasan Agrowisata Cicantayan Menggunakan *Webqual* 4.0” Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui bahwa hasil analisis variabel kualitas kegunaan, kualitas informasi, dan kualitas interaksi mendapatkan kategori sangat baik. Setelah dilakukan analisis regresi, didapatkanlah hasil yang menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh pada variabel kemudahan, kualitas informasi, kualitas interaksi terhadap kepuasan pengguna. Berdasarkan hasil uji regresi kemudahan, kualitas informasi dan kualitas interaksi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

### **2.3 Kerangka Pemikiran**



**Gambar 2.2** Kerangka Pemikiran

**Sumber:** (Penulis, 2022)

## 2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut maka terdapat 4 hipotesis dan juga rumusan masalah dan tujuan penelitian.

1. Ho: Tingkat Kemudahan Pengguna (*Usability*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak baik.  
H1: Tingkat Kemudahan Pengguna (*Usability*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House baik.
2. Ho: Tingkat Kualitas Informasi (*Information Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak baik.  
H2: Tingkat Kualitas Informasi (*Information Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House cukup baik.
3. Ho: Tingkat Kualitas Layanan (*Interaction Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak baik.  
H3: Tingkat Kualitas Layanan (*Interaction Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House cukup baik.

4. Ho: Tingkat Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak baik.

H4: Tingkat Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House cukup baik.

5. Ho: Kemudahan Pengguna (*Usability*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

H5: Kemudahan Pengguna (*Usability*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

6. Ho: Kualitas Informasi (*Information Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

H6: Kualitas Informasi (*Information Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

7. Kualitas Layanan (*Interaction Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

H7: Kualitas Layanan (*Interaction Quality*) pada sistem informasi OYO Kara Guest House mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

8. Ho: *Usability, Information Quality, Interaction Quality* secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kualitas Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).

H8: *Usability, Information Quality, Interaction Quality* secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kualitas Kepuasan Pengguna (*User Satisfaction*).