

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI DAN KUALITAS LAYANAN  
TERHADAP SIKAP DALAM PENGGUNAAN SISTEM APLIKASI  
DENGAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING PADA JASA TRANSPORTASI ONLINE  
(GOJEK) DI YOGYAKARTA  
(Studi Kasus pada Pengguna Jasa Transportasi  
Ojek Online Gojek di Yogyakarta)**

**Putri Aprilia Isnaini**

*Alumnus Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta,  
e-mail: putriapriliaisnaini@gmail.com*

**Ida Bagus Nyoman Udayana**

*Fakultas Ekonomi, Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta,  
ibn.udayana@yahoo.co.id*

**Abstract**

*This writing is done to determine the effect of information quality and service quality on attitudes in the use of application systems with the ease of use of the system as an intervening variable in online transportation services (gojek) in Yogyakarta. The sample in this study is customers who use online motorcycle transportation services in Yogyakarta. The sampling technique uses accidental sampling technique. Data collection is done by distributing online questionnaires through the Google form and distributed with social media such as WhatsApp and Instagram on a 1-4 scale to measure 4 indicators. The results of this study show 1) the quality of information affects the ease of use, 2) the quality of service affects the ease of use, 3) the quality of information influences attitudes in use, 4) the quality of services does not affect attitudes in use, and 5) ease of use attitude in use.*

**Keywords:** *information quality, service quality, ease of use, attitude in use*

**PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi, persaingan bisnis menjadi semakin tajam baik di pasar domestik (nasional) maupun internasional. Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan untuk melakukan perubahan orientasi terhadap cara mereka mengeluarkan produk, mempertahankan produknya, menarik pelanggan dan menanggapi pesaing (Tjiptono, 2005:30). Di era kemajuan teknologi pada

saat ini internet menjadi batu loncatan dalam segala hal. Pemanfaatan internet benar-benar sangat dibutuhkan. Salah satunya adalah pembuatan sistem aplikasi transportasi secara online, sistem ini menampilkan informasi mengenai hal-hal sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan dikehendaki. Saat ini, aplikasi online sebagai sarana pendukung menjadi sebuah pilihan yang menarik untuk dikembangkan

oleh setiap perusahaan guna memperlancar kegiatan-kegiatan dari perusahaan tersebut. Gojek merupakan salah satu penyedia pelayanan jasa transportasi online melalui aplikasi yang tersedia pada sistem operasi Android dan iOS.

Mengingat Gojek adalah perusahaan jasa yang begitu diminati maka sikap positif dan negatif pelanggan menjadi tolak ukur keberhasilan perusahaan. Faktor yang menumbuhkan sikap yang positif dan negatif pelanggan contohnya yaitu kualitas sistem informasi yang memudahkan pelanggan menggunakan sistem. Sistem informasi menurut Nash (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.

Faktor yang menumbuhkan sikap positif dan negatif konsumen adalah kualitas pelayanan. 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 atau bahkan melebihi ekspektasi mereka. Namun, maka hal lain yang tidak kalah penting adalah kemudahan dalam penggunaan sistem aplikasi yang digunakan. Kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Jika

seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan, maka dia akan menggunakannya (Hartono, 2008). Jadi kemudahan penggunaan sistem haruslah memudahkan penggunanya dalam menggunakan sistem aplikasi yang dibuat oleh suatu perusahaan.

## KAJIAN PUSTAKA

### Teori Kualitas Informasi

Kualitas informasi merujuk pada informasi yang dihasilkan oleh sistem informasi. Agar informasi yang disajikan dalam bentuk laporan dapat digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan, maka dituntut untuk dapat menyajikan informasi yang relevan, akurat dan tepat waktu. Kualitas informasi juga berarti menentukan kesuksesan desain dari suatu website dimana jika desain ini mudah dipahami dan dimengerti oleh pengguna, maka sistem informasi tersebut dapat dikatakan sukses (Ratih, 2009 dalam Kirana, 2010). Kesuksesan sistem informasi dinilai dari tingkat kegunaan informasi yang didapat untuk membuat dan menyajikan laporan-laporan dalam pembuatan keputusan. (DeLone dan McLean, 1992). Kesuksesan sistem informasi dapat dinilai dari persepektif informasi yang dihasilkan oleh sistem tersebut.

### Teori Kualitas Layanan

Konsep kualitas layanan pada dasarnya memberikan persepsi secara konkrit mengenai kualitas suatu layanan yang diberikan oleh penyedia *software* aplikasi sistem informasi. Konsep kualitas layanan ini merupakan suatu revolusi secara menyeluruh, permanen, dalam mengubah cara pandang manusia dalam menjalankan atau mengupayakan usaha-usahanya yang berkaitan dengan proses dinamis, berlangsung, terus menerus di dalam memenuhi harapan, keinginan dan

kebutuhan. Pengertian kualitas layanan menurut Stemvelt yang diterjemahkan oleh Purwoko (2004:210) menyatakan bahwa: "Konsep kualitas layanan adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk menjadi suatu proses yang dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan."

### **Teori Kemudahan Penggunaan**

Pengertian *Perceived ease of use* (Persepsi kemudahan dalam penggunaan) adalah bagaimana mudahnya internet untuk digunakan sebagai media belanja (Mansur, 2014). Dimana pengguna (user) yakin bahwa menggunakan sistem ini akan membebaskannya dari kesulitan, dalam artian bahwa *system online shopping* ini mudah dalam penggunaannya melakukan aktivitas berbelanja bagi penggunanya. Menurut (Wen, Prybutok, and Xu, 2011) menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan adalah dimana konsumen merasakan bahwa belanja di toko berbasis web akan meningkatkan belanjanya serta sejauh mana konsumen merasakan kemudahan interaksi dengan situs web dan dapat menerima informasi produk yang ia butuhkan. Kemudahan penggunaan adalah variabel yang sangat penting untuk menerima sistem informasi karena dasar penggunaan system. Sebuah sistem yang sulit digunakan akan dianggap kurang bermanfaat oleh pengguna dan mungkin akan ditinggalkan pengguna.

### **Teori Sikap**

La Pierre (dalam Azwar, 2003) mendefinisikan sikap sebagai suatu pola perilaku, tendensi atau kesiapan antisipatif,

predisposisi untuk menyesuaikan diri dalam situasi sosial, atau secara sederhana, sikap adalah respon terhadap stimuli sosial yang telah terkondisikan. Menurut Sarnoff (dalam Sarwono, 2000) mengidentifikasi sikap sebagai kesediaan untuk bereaksi (*disposition to react*) secara positif (*favorably*) atau secara negatif (*unfavorably*) terhadap obyek-obyek tertentu. D.Krech dan R.S Crutchfield (dalam Sears, 1999) berpendapat bahwa sikap sebagai organisasi yang bersifat menetap dari proses motivasional, emosional, perseptual dan kognitif mengenai aspek dunia individu. Sikap merupakan hasil dari faktor genetik dan proses belajar dan selalu berhubungan dengan suatu obyek atau produk, sikap biasanya memberikan penilaian (menerima atau menolak) terhadap obyek atau produk yang dihadapinya.

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Pengaruh Kualitas Informasi dan Kemudahan Penggunaan**

Kualitas informasi juga berarti menentukan kesuksesan desain dari suatu website dimana jika desain ini mudah dipahami dan dimengerti oleh pengguna, maka sistem informasi tersebut dapat dikatakan sukses. 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. Kepuasan pelanggan akan tercipta apabila suatu sistem informasi tersebut telah memberikan kemudahan bagi pelanggan. Berdasarkan hal tersebut maka terdapat dugaan:

$H_1$  : *Kualitas Informasi berpengaruh positif terhadap kemudahan penggunaan sistem*

### **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kemudahan Penggunaan**

Kualitas pelayanan berarti seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas layanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan maka pelayanan tersebut dianggap memuaskan pelanggan dan memudahkan pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut. Jadi semakin tinggi kualitas layanan yang di dapatkan konsumen semakin mudah maka konsumen merasa puas. Berdasarkan hal tersebut maka terdapat dugaan

*H<sub>2</sub> : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kemudahan dalam penggunaan sistem.*

### **Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Sikap dalam Penggunaan Sistem**

Kesuksesan sistem informasi dapat dinilai dari persepektif informasi yang dihasilkan oleh sistem tersebut. Seberapa baik informasi yang dihasilkan jika informasi tersebut tidak memiliki kegunaan dan manfaat bagi para penggunanya, maka informasi tersebut dapat dikatakan belum sukses. Kesuksesan informasi dinilai dari seberapa baiknya informasi sehingga dapat menjadikan informasi tersebut bagi kebutuhan pengguna. Berdasarkan hal tersebut maka terdapat dugaan

*H<sub>3</sub> : Kualitas informasi berpengaruh positif terhadap sikap dalam penggunaan sistem.*

### **Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Sikap dalam Penggunaan Sistem**

Berkaitan dengan kualitas pelayanan, jika pelanggan atau konsumennya harapannya tercapai maka konsumen tersebut akan merasakan adanya kepuasan

menggunakan jasa pelayanan yang diberikan. Persaingan yang terjadi di dunia bisnis online saat ini baik pada aspek produk maupun jasa layanan, semuanya bermula pada bagaimana agar konsumen merasa senang sehingga mereka berlomba-lomba memberikan layanan terbaik bagi konsumennya. Oleh karena itu, dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan dan memasarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak, sehingga hal ini akan sangat mempengaruhi perilakunya didalam menentukan sikap untuk memperoleh barang atau jasa tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka terdapat dugaan

*H<sub>4</sub> : Kualitas layanan berpengaruh positif terhadap sikap dalam penggunaan sistem.*

### **Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Sikap dalam Penggunaan Sistem**

Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) merupakan sesuatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu. Persepsi Kemudahan Penggunaan mempengaruhi tingkat Penggunaan sistem aplikasi. Semakin tinggi tingkat Persepsi Kemudahan Penggunaan, maka sikap konsumen akan semakin sering pula menggunakan aplikasi yang diberikan. Berdasarkan hal tersebut maka terdapat dugaan

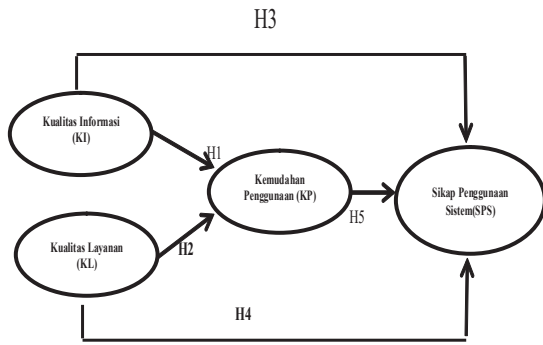
*H<sub>5</sub> : Kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap sikap dalam penggunaan sistem.*

Model penelitian disajikan pada gambar 1 berikut.

## **METODE PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen pengguna layanan jasa transportasi online (GOJEK). Sampel dalam penelitian ini konsumen pengguna



Gambar 1 Model Penelitian

layanan transportasi online GOJEK di Yogyakarta. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 orang.

**Sumber dan Data yang Digunakan**

Pada penelitian ini menggunakan data primer. Dan teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data melalui formulir-formulir yang berisi

pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada seseorang.

**Defenisi Operasional Variabel Penelitian**

Menurut Sugiyono ( 2017:39) defenisi operasional variabel adalah suatu atribut seseorang atau obyek, atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu untuk ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Sehingga dalam defenisi operasional tersebut disimpulkan bahwa variabel diperlukan untuk menentukan jenis, indikator, serta skala dari variabel-variabel yang terikat dalam penelitian.

Dalam penelitian ini terdapat empat variabel yaitu variabel independen, variabel dependen dan variabel intervening. Variabel independen dilambangkan dengan KI dan KL, variabel intervening dilambangkan sebagai KP dan variabel dependen dilambangkan sebagai SPS.

**Tabel 1 Variabel dan Indikator**

Variabel	Indikator dan literatur	STS	TS	N	S	ST
Kualitas Infomasi	Akurat ( <i>Accurate</i> )	-	2,0%	29,0%	60,0%	9,0%
	Ketepatan Waktu ( <i>Timeliness</i> )	-	5,0%	26,0%	63,0%	6,0%
Kualitas Layanan	Keandalan ( <i>Reliability</i> )	-	7,0%	24,0%	46,0%	23,0%
	Bukti Fisik ( <i>Tangible</i> )	-	4,0%	27,0%	62,0%	7,0%
Kemudahan Penggunaan	Kemudahan Situs	-	-	16,0%	67,0%	17,0%
	Kecepatan akses	-	1,0%	24,0%	67,0%	8,0%
Sikap dalam Penggunaan Sistem	Kepuasan Pelanggan	-	3,0%	24,0%	65,0%	8,0%
	Keefektifan	1,0%	2,0%	21,0%	63,0%	13,0%

Sumber : Data diolah tahun 2019

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas dan Releabilitas

**Tabel 1 Uji Validitas dan Releabilitas**

Item	$R_{xy}$ hitung	Keterangan	Variabel	Alpha Cronbach	nilai kritis	Keteranan
KI.1	0,799	Valid	KI	0,789	0,6	Reliabel
KI.2	0,813	Valid	KL	0,774	0,6	Reliabel
KI.3	0,734	Valid	KP	0,809	0,6	Reliabel
KI.4	0,738	Valid	SPS	0,817	0,6	Reliabel
KI.5	0,685	Valid				
KL.1	0,732	Valid				
KL.2	0,565	Valid				
KL.3	0,731	Valid				
KL.4	0,746	Valid				
KL.5	0,716	Valid				
KP.1	0,798	Valid				
KP.2	0,759	Valid				
KP.3	0,804	Valid				
KP.4	0,844	Valid				
KP.5	0,863	Valid				
SPS.1	0,851	Valid				
SPS.2	0,779	Valid				
SPS.3	0,858	Valid				
SPS.4	0,757	Valid				

sumber : Data diolah tahun 2019

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan seperti yang telah disajikan diatas diketahui bahwa semua butir pertanyaan memiliki  $r$ -hitung  $>$   $r$ -tabel, maka semua butir pertanyaan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Tahap selanjutnya adalah uji reliabilitas, hasil dari uji reliabilitas penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel di penelitian ini memiliki nilai koefisien *Cronbach Alpha*  $>$  0.6, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Pada penelitian ini, uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Pengujian ini menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji K-S dengan menggunakan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berkontribusi normal jika signifikan lebih dari 0,05 atau 5%.



Berikut ini adalah hasil pengujian normalitas dengan uji *Kolmogorov Smirnov*:

1) Persamaan I

**Tabel 3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	1,014
Asymp. Sig. (2-tailed)	,256

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas dari *kolmogorof Smirnov* (Asymp.sig) lebih besar dari 0,05 yaitu  $0,256 > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa model pada regresi residual data terdistribusi normal.

2) Persamaan II

**Table 4 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Unstandardized Residual
Kolmogorov-Smirnov Z	1,266
Asymp. Sig. (2-tailed)	,081

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

**Uji Multikolonieritas**

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Hasil uji multikolonieritas menggunakan metode *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah jika nilai VIF  $> 10$ . Hasil uji multikolonieritas dapat dilihat pada tabel berikut :

1) Persamaan I

Hasil Uji Multikolonieritas disajikan pada tabel 5.

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas dengan variabel dependent Kemudahan Penggunaan, variabel independen memiliki nilai tolerance  $> 0,10$  dan  $VIF < 10$ . Maka, ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

2) Persamaan II

Hasil Uji Multikolonieritas disajikan pada tabel 6.

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas dengan variabel dependent Kemudahan Penggunaan seperti disajikan pada tabel 6, variabel independen memiliki nilai tolerance

**Tabel 5 Uji Multikolonieritas**

Variabel Independen	Toleranc e	VIF	Keterangan
Kualitas Informasi (KI)	0,629	1,590	Tidak terjadi Multikolonieritas
Kualitas Layanan (KL)	0,629	1,590	Tidak terjadi Multikolonieritas

Variabel dependen : kemudahan penggunaan

Berdasarkan hasil uji normalitas dapat diketahui bahwa nilai probabilitas dari *kolmogorof Smirnov* (Asymp.sig) lebih besar dari 0,05 yaitu  $0,081 > 0,05$  , maka dapat disimpulkan bahwa model pada regresi residual data terdistribusi normal.

$> 0,10$  dan  $VIF < 10$ . Maka, ini menunjukkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi multikolonieritas.

**Tabel 6 Uji Multikolonieritas**

Variabel Independen	Toleranc e	VIF	Keterangan
Kualitas Informasi (KI)	0,579	1,728	Tidak terjadi Multikolonieritas
Kualitas Layanan (KL)	0,578	1,731	Tidak terjadi Multikolonieritas
Kemudahan Penggunaan (KP)	0,690	1,450	Tidak terjadi Multikolonieritas

Variabel dependen : sikap dalam penggunaan sistem

### Uji Heterokedasitas

Metode pengujian yang digunakan yaitu menggunakan Uji Glejser yaitu mengkolerasi nilai absolut residual dengan masing-masing variabel independen. Jika signifikan pada uji t kurang dari 0,05, maka pada model regresi terjadi masalah heterokedasitas.

#### 1) Persamaan I

Hasil Uji Heterokedasitas disajikan pada tabel 7.

#### 2) Persamaan II

Hasil Uji Heterokedasitas disajikan pada tabel 8.

Berdasarkan hasil uji heterokedasitas maka dapat dilihat bahwa signifikan lebih besar dari 0,05 berarti dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

**Tabel 7 Uji Heterokedasitas**

Variabel Independen	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Informasi (KI)	0,170	Tidak terjadi Heterokedasitas
Kualitas Layanan (KL)	0,794	Tidak terjadi Heterokedasitas

Variabel dependen : kemudahan penggunaan

Berdasarkan hasil uji heterokedasitas maka dapat dilihat bahwa signifikan lebih besar dari 0,05 berarti dapat disimpulkan dalam model regresi ini tidak terjadi heterokedastisitas.

### Analisis regresi berganda

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda yang fungsinya untuk meneliti faktor-faktor yang berpengaruh antara

**Tabel 8 Uji Heterokedasitas**

Variabel Independen	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Informasi (KI)	0,067	Tidak terjadi Heterokedasitas
Kualitas Layanan (KL)	0,551	Tidak terjadi Heterokedasitas
Kemudahan Penggunaan (KP)	0,331	Tidak terjadi Heterokedasitas

Variabel dependen : sikap dalam penggunaan sistem



variabel independen terhadap dependen, dimana variabel independen dalam penelitian ini lebih dari dua variabel. Adapun hasil dari analisis linier berganda adalah :

1) Persamaan I

Hasil Regresi Berganda disajikan pada tabel 9.

Berdasarkan tabel 10 maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_2 = -0,696 + 0,169KI + 0,124KL + 0,532KP + e$$

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) mengukur seberapa jauh kemampuan model yang

**Tabel 9 regresi berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>	
		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	9,133	1,630
	KI	,290	,100
	KL	,0294	,100

a. Dependent Variable: kemudahan penggunaan

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_1 = 9,133 + 0,290KI + 0,294KL + e_2$$

2). Persamaan II

Hasil regresi berganda disajikan pada tabel 10.

dibentuk dalam menerangkan variabel independen. Berikut ini hasil perhitungan dari uji determinasi :

1) Persamaan I

Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan 1 disajikan pada tabel 11.

**Tabel 10 regresi berganda**

Model		Coefficients <sup>a</sup>	
		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-,696	1,257
	KI	,169	,070
	KL	,124	,070
	KP	,532	,068

a. Dependent Variable: struktur modal

**Tabel 11 Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.557 <sup>a</sup>	.310	.296	2,009

a. Predictors: (Constant), KI, KL

b. Dependent Variable: kemudahan penggunaan

Berdasarkan tabel 11 di atas nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh R square yaitu sebesar 0,310 hal ini berarti 31% variabel kemudahan penggunaan dapat dijelaskan oleh variasi kualitas informasi dan kualitas layanan. Sedangkan, 69% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

2) Persamaan II

Hasil uji Koefisien Determinasi persamaan II disajikan pada tabel 12.

Uji t-statistik

Uji signifikansi dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  yang telah atau dapat juga dilakukan dengan membandingkan nilai probabilitas signifikansi dengan nilai pada tingkat signifikansi yang telah ditentukan yaitu sebesar 0.05.

1) Persamaan I

Hasil Uji t-statistik persamaan 1 disajikan pada tabel 13.

**Tabel 12 Koefisien Determinasi Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,631 <sup>a</sup>	,398	,386	1,713

a. Predictors: (Constant), KI, KL, KP

b. Dependent Variable: sikap dalam penggunaan sistem

Berdasarkan tabel 12 di atas nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh R square yaitu sebesar 0,398 hal ini berarti 39,8% variabel sikap dalam penggunaan dapat dijelaskan oleh variasi kualitas informasi, kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan. Sedangkan, 60,2% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Berdasarkan pada tabel 13 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pengujian hipotesis satu : Pada variabel kualitas informasi (KI) memiliki nilai  $T_{hitung} = 2,904 > T_{tabel(0,025;97)} = 1,98472$  dan nilai *p-value* variabel kualitas informasi adalah  $0,005 < 0,05$  (lebih kecil dari nilai  $\alpha$ ),  $H_1$  : kualitas informasi berpengaruh

**Tabel 13 Uji t-statistik**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	9,133	1,630		5,602	,000
	KI	,290	,100	,309	2,904	,005
	KL	,294	,100	,312	2,936	,004

a. Dependent Variable: kemudahan penggunaan

signifikan terhadap kemudahan penggunaan, diterima, b) Pengujian hipotesis dua : Pada kualitas layanan (KL) memiliki nilai  $T_{hitung} = 2,936 > T_{tabel(0,025;97)} = 1,98472$  dan nilai *p-value* variabel kualitas layanan adalah  $0,004 < 0,05$  (lebih kecil dari nilai  $\alpha$ ),  $H_2$  : kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap struktur modal, diterima.

2) Persamaan II

Hasil Uji t-statistik dari Persamaan II disajikan pada tabel 14.

penggunaan(KP) memiliki nilai  $T_{hitung} = 7,817 < T_{tabel(0,025;97)} = 1,98472$  dan nilai *p-value* variabel kemudahan penggunaan adalah  $0,000 > 0,05$  (lebih kecil dari nilai  $\alpha$ ,  $H_5$ : kemudahan penggunaan tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam penggunaan sistem, diterima.

**Pembahasan Hasil Penelitian**

1. Kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap variabel kemudahan penggunaan. Pada umumnya konsumen

**Tabel 14 Uji t-statistik**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant )	-,696	1,257		-,554	,581
	KI	,169	,070	,197	2,423	,017
	KL	,124	,070	,144	1,774	,079
	KP	,532	,068	,582	7,817	,000

a. Dependent Variable: sikap dalam penggunaan sistem

Berdasarkan pada tabel 14 di atas dapat dijelaskan sebagai berikut :

Pengujian hipotesis satu : Pada variabel kualitas informasi (KI) memiliki nilai  $T_{hitung} = 2,423 > T_{tabel(0,025;97)} = 1,98472$  dan nilai *p-value* variabel profitabilitas adalah  $0,017 < 0,05$  (lebih kecil dari nilai  $\alpha$ ),  $H_3$  : kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam penggunaan sistem, diterima, b) Pengujian hipotesis dua : Pada variabel kualitas layanan (KL) memiliki nilai  $T_{hitung} = 1,774 > T_{tabel(0,025;97)} = 1,98472$  dan nilai *p-value* variabel ukuran perusahaan adalah  $0,079 > 0,05$  (lebih besar dari nilai  $\alpha$ ),  $H_4$  : kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam penggunaan sistem, diterima, c) Pengujian hipotesis tiga: Pada variabel kemudahan

akan merasa puas apabila kualitas sistem informasi yang diberikan oleh sebuah perusahaan itu mudah dipahami oleh penggunanya. Jadi semakin tinggi kualitas informasi yang diberikan oleh perusahaan maka semakin mudah juga pengguna tersebut dalam menggunakan aplikasi. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Sentot Rianda, Zaitul, Arie Frinola Minovia (2013) menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kemudahan penggunaan.

2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kemudahan penggunaan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau bahkan melebihi harapan

- pelanggan maka pelayanan tersebut dianggap memuaskan pelanggan dan memudahkan pelanggan dalam menggunakan jasa yang digunakan maka konsumen akan merasa puas. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Robert W. Stone, David J. Good and Lori Bakereveleth (2007) menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kemudahan penggunaan.
3. Kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap dalam penggunaan sistem. Kesuksesan informasi dinilai dari seberapa baiknya informasi sehingga dapat menjadikan informasi tersebut bagi kebutuhan pengguna. Jadi apabila konsumen mendapatkan informasi yang baik dari sebuah perusahaan maka sikap konsumen akan merasa puas dalam menggunakan sistem aplikasi, namun apabila informasi yang didapat buruk maka konsumen juga akan merasa kurang puas dengan penggunaannya.
  4. Kualitas layanan berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel sikap dalam penggunaan sistem. Kualitas pelayanan merupakan penentuan apabila pelanggan atau konsumennya harapannya tercapai maka konsumen tersebut akan merasakan adanya kepuasan menggunakan jasa pelayanan yang diberikan. Dengan semakin banyaknya produsen yang menawarkan dan memasarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak, sehingga hal ini akan sangat mempengaruhi perilakunya didalam menentukan sikap untuk memperoleh barang atau jasa tersebut. Jadi apabila pelayanan yang diberikan kurang memuaskan maka sikap yang diberikan konsumen terhadap perusahaan juga akan menurun.
  5. Kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap variabel sikap dalam penggunaan sistem. Persepsi kegunaan (*Perceived Usefulness*) merupakan sesuatu yang menyatakan individu percaya bahwa penggunaan suatu teknologi tertentu akan meningkatkan kinerja dari individu. Persepsi Kemudahan Penggunaan mempengaruhi tingkat Penggunaan sistem aplikasi. Semakin tinggi tingkat Persepsi Kemudahan Penggunaan, maka sikap konsumen akan semakin sering pula menggunakan aplikasi yang diberikan. Hal ini juga sejalan dengan penelitian Sentot Rianda, Zaitul, Arie Frinola Minovia (2013) dan Iwan Sidharta dan Rahmawati (2014) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan.

#### Analisis Jalur

Untuk melihat besarnya pengaruh langsung dan tidak langsung dapat dijelaskan dengan melihat besarnya nilai koefisien standardiezed beta sebagai berikut:

1. Pengaruh langsung kualitas informasi terhadap kemudahan penggunaan : 0,197. Pengaruh tidak langsung kualitas informasi terhadap sikap dalam penggunaan sistem melalui kemudahan penggunaan :  $0,309 \times 0,582 = 0,179$ . Total pengaruh :  $0,197 + 0,179 = 0,376$ . Berdasarkan hasil penghitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,197 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,376838 yang berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih kecil dibandingkan nilai pengaruh tidak langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X1 melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y. Artinya, kemudahan penggunaan merupakan variabel intervening bagi kualitas informasi Terhadap Y.

2. Pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kemudahan penggunaan : 0,144. Pengaruh tidak langsung kualitas layanan terhadap sikap dalam penggunaan sistem melalui kemudahan penggunaan :  $0,312 \times 0,582 = 0,181$ . Total pengaruh :  $0,144 + 0,181 = 0,325$ . Berdasarkan hasil penghitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,144 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,325584 yang berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih kecil dibandingkan nilai pengaruh tidak langsung. Hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X<sub>2</sub> melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y. Artinya, kemudahan penggunaan merupakan variabel intervening bagi kualitas layanan Terhadap Y.
3. Kualitas informasi berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan sistem. Dengan demikian sesuai dengan hipotesis awal (H<sub>3</sub>) yang menyatakan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam penggunaan sistem.
4. Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan sistem. Dengan demikian tidak sesuai dengan hipotesis awal (H<sub>4</sub>) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap sikap dalam penggunaan sistem.
5. Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan sistem. Dengan demikian sesuai dengan hipotesis awal (H<sub>5</sub>) yang menyatakan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan sistem.

## PENUTUP

### Simpulan

Penelitian ini bertujuan menunjukan bukti mengenai pengaruh kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap sikap dalam penggunaan sistem dengan kemudahan penggunaan sebagai variabel intervening pada jasa transportasi online (GOJEK) di Yogyakarta, berdasarkan analisis data dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kemudahan penggunaan. Dengan demikian sesuai dengan hipotesis awal (H<sub>1</sub>) yang menyatakan kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kemudahan penggunaan.
2. Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap kemudahan penggunaan. Dengan demikian sesuai dengan hipotesis awal (H<sub>2</sub>) yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kemudahan penggunaan.

### Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian peneliti, terdapat beberapa keterbatasan, antara lain:

1. Penelitian ini hanya memfokuskan pada industri transportasi *online* gojek di Yogyakarta
2. Penelitian ini hanya menggunakan kuesioner untuk mengetahui sikap dalam penggunaan aplikasi yang diberikan perusahaan
3. Penelitian ini terbatas pada pengujian mengenai beberapa faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam penggunaan aplikasi. ada banyak faktor yang mempengaruhi sikap dalam penggunaan, namun pada penelitian ini hanya hanya melibatkan 2 (dua) variabel yaitu kualitas informasi dan kualitas layanan.
4. Tidak semua orang menggunakan aplikasi transportasi online.

## Saran

- Bagi perusahaan Gojek di Yogyakarta
1. Gojek harus memperhatikan fasilitas yang digunakan oleh *driver* Gojek juga dituntut untuk memilih fasilitas yang boleh digunakan para *driver* sehingga nanti pelanggan akan merasa puas dengan fasilitas yang digunakan.
  2. Gojek harus memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh *driver* Gojek dalam hal menyangkut kendaraan dan atribut yang belum baik dan belum aman digunakan.

## Bagi peneliti selanjutnya

1. Penelitian selanjutnya sebaiknya mengkaji ulang variabel yang tidak berpengaruh terhadap sikap dalam penggunaan untuk penelitian selanjutnya, agar mengetahui konsistensi hasil penelitian.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya melakukan penelitian dengan sampel yang lebih banyak agar hasil penelitian memiliki cakupan yang lebih luas.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, Parasuraman (2001). The Behavioral Consequenses of Serice Quality. *Jurnal of Marketing*. Vol 60.
- Abdorrhkman Ginting (2012). *Esensi Praktis Belajar & Pembelajaran (Disiapkan untuk Pendidikan Profesi dan Sertifikasi Guru-Dosen)*. Bandung: Humaniora
- Ajzen, I. (2001). Perceived Behavioral Control, Self-efficacy, Locus of Control, and The Theory of Planned Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*. 32 (4), 665-683.
- Arief Wibowo (2006). Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM). Diambil dari: <http://peneliti.budiluhur.ac.id/wp-content/uploads/2008/.../arif+wibowo.pdf>
- Arikunto, Suharsimi (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assael, Henry (1995). *Costumer Behavior And Marketing Action*. Boston: Keat Publishing Company.
- Augusty, Ferdinand (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Baridwan, Zaki (2010). *Sistem Akuntansi Penyusunan Prosedur dan Metode*. Edisi 5. Yogyakarta : BPPE
- Caruana, A. (2002). Service Loyalty The Effects of Service Quality and The Mediating Role of Customer Satisfaction. *European Journal of Marketing*, 36
- Christopher H Lovelock dan Lauren K. Wright (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Alih Bahasa Agus Widyantoro. Cetakan Kedua. Jakarta: PT INDEKS.
- Davis, F.D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*. Vol. 13 No. 5: pp319-339.
- DeLone, W. H., and Mclean, E. R. (1992). Information System Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information System Research*, 3(1): 60-95.
- Dick, A.S dan Basu, K. (1994) Customer Loyalty : Toward an Integrated Conceptual Framework. *Journal of The Academy Marketing Science*. Vol. 22, p.99-113.
- Fandy Tjiptono (2005). *Pemasaran Jasa*, Edisi pertama. Yogyakarta: Penerbit Bayumedia Publishing.



- Fandy Tjiptono (2006). *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: ANDI.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal of Marketing*, Vol. 56.
- Gaspersz, Vincent (2003). *Manajemen Bisnis Total - Total Quality Management*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Goodwin, Silver (2013). Perilaku Penggunaan Arsip, Studi Deskriptif pada Balai Penelitian Tanaman Pemanis dan Serat.
- Hurriyati, Ratih (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Jaya, I. M. B. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Sikap Nasabah Menggunakan Jasa Perrbankan Pada Pt . Bank Sinar Harapan Bali.
- Jogiyanto, H.M. (2005). *Analisa dan Desain Sistem Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktik Aplikasi Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Jogiyanto (2000). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Rianda, S., & Minovia, A. F. (2014). Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Sikap atas Penggunaan E-filing PPh 21 , Perceived Usefulness (PU) dan Perceived Ease of Use (PEOU) sebagai Variabel Intervening, 1–9.
- Sidharta, I., & Sidh, R. (2014). Pengukuran Persepsi Manfaat Dan Persepsi Kemudahan Terhadap Sikap Serta Dampaknya Atas Penggunaan Ulang Online Shopping Pada E-Commerce, 8(2), 92–100.
- Stone, R. W., Good, D. J., & Baker-eveleth, L. (2007). The impact of information technology on individual and firm marketing performance, 26(6), 465–482. <https://doi.org/10.1080/01449290600571610>
- Sarwono, Sarlito W. & Eko A. Meinarno. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Schiffman dan Kanuk (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Siregar, C.J.P. (2004). *Farmasi Rumah Sakit*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran ECG.
- Stemvelt, Robert C. (2004). *Perception of Service Quality* (Diterjemahkan oleh Purwoko). Massachusetts: Allyn and Bacon
- Sugiyono (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sun, H., Zhang, P. (2003). A New Perspective to Analyze User Technology Acceptance. *Working Paper*. Syracuse University. New York.
- Sutabri, Tata. (2004). *Analisa Sistem Informasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI
- Wen, Chao, Prybutok, R. Victor., & Xu, Chenyan (2011) An integrated model for customer online repurchase intention. *Faculty Research & Creative Activity. Paper 8*. Hal 1-11.
- Yong, C.Z., Yun, Y.W., Loh, L. (2003). *The Quest for Global Quality* (Diterjemahkan oleh Sutanto). Jakarta: Pustaka Delapratasa.