

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA E-COMMERCE**

(Studi pada pengguna E-Commerce CV. Agro Bibit)

SKRIPSI



OLEH :

ZIYAN ZULFA ALIM

NPM : 18.1.03.03.0005

**FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK
INDONESIA UN PGRI KEDIRI**

2022

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA E-COMMERCE**

(Studi pada pengguna E-Commerce CV. Agro Bibit)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna

Memperoleh Gelar Sarjana Komputer (S.Kom.)

Pada Prodi Sistem Informasi



OLEH :

ZIYAN ZULFA ALIM

NPM : 18.1.03.03.0005

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA

UN PGRI KEDIRI

2022

Skripsi Oleh:

ZIYAN ZULFA ALIM

NPM : 18.1.03.03.0005

Judul:

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA E-COMMERCE**

(Studi pada pengguna E-Commerce CV. Agro Bibit)

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi Sistem Informasi
Fakultas Teknik UN PGRI Kediri

Tanggal : 21 Juli 2022

Dosen Pembimbing I



Sucipto, M.Kom
NIDN. 0721029101

Dosen Pembimbing II



Rina Firlana, M.Kom
NIDN. 0731087703

Skripsi Oleh :

ZIYAN ZULFA ALIM

18.1.03.03.0005

Judul :

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI TERHADAP
KEPUASAN PENGGUNA E-COMMERCE**

(Studi pada pengguna E-Commerce CV. Agro Bibit)

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Prodi Sistem Informasi UN PGRI Kediri

Pada tanggal : 21 Juli 2022

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan

Panitia penguji :

1. Ketua : Sucipto, M. Kom
2. Penguji I : Arie Nugroho, S. Kom, MM.
3. Penguji II : Rina Firliana, M. Kom



Mengetahui,
Dekan FT

Dr. Suryo Widodo, M.Pd.
NIP. 196402021991031002

PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini saya,

Nama : Ziyah Zulfa Alim
Jeniskelamin : Laki-laki
Tempat/tgl.Lahir : Nganjuk/ 13 Oktober 1998
NPM : 18.1.03.03.0005
Fak/Jur/Prodi : Teknik/ Sistem Informasi

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah di ajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah di terbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis di dalam naskah ini serta disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 21 Juli 2022

nyatakan

ZIYAN ZULFA ALIM
NPM : 18.1.03.03.0005

Motto

“ Jika dunia itu menyenangkan seharusnya bayi yang baru lahir itu
tertawa bukan menangis ”

~ Vinsmoke Sanji ~

Kupersembahkan karya ini untuk :

Kedua Orang Tua dan Saudara yang selalu Mendukung
Calon Istri yang selalu Menemani dan memberikan Semangat
Teman-teman yang selalu memberikan Motivasi

Abstrak

Ziyan Zulfa Alim, Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Marketplace (Studi Pada Pengguna E-Commerce CV. Agro Bibit), Skripsi, Sistem Informasi, Fakultas Teknik UN PGRI Kediri, 2022.

Kata kunci : E-Commerce, Kuantitatif, Deskriptif, Regresi Linier Berganda.

Saat ini persaingan bisnis berkembang lebih cepat, seiring waktu, bisnis mengambil peran yang sangat penting dalam kegiatan kehidupan manusia. Di Indonesia, salah satu jenis bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis e-commerce. Agro Bibit ID merupakan e-commerce yang dikembangkan untuk mengatasi masalah yang dihadapi oleh penjualan bisnis bibit tanaman namun, penelitian tidak pernah dilakukan untuk mengetahui bagaimana keberhasilan e-commerce penjualan bibit tanaman ini. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh secara simultan dan parsial antara kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada sistem informasi e-commerce CV Agrobibit. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non probability sampling jenis sampling purposive, dengan jumlah sampel sebanyak 110 responden. Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode regresi berganda dengan aplikasi SPSS versi 23.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial variable kualitas informasi dengan nilai t hitung sebesar $0,216 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikansi $0,829 < 0,05$. Artinya kualitas sistem tidak berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan pengguna e-commerce CV. Agrobibit. Pengaruh secara parsial, variable kualitas informasi dengan nilai t hitung sebesar $2,677 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikansi $0,009 < 0,05$. Artinya kualitas sistem berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan pengguna e-commerce CV. Agrobibit. Dan pengaruh secara parsial kualitas layanan dengan nilai t hitung sebesar $3,399 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$. Artinya kualitas layanan berpengaruh secara signifikansi terhadap kepuasan pengguna e-commerce CV. Agrobibit. Berdasarkan hasil Koefisiensi Determinasi besarnya pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna e-commerce CV. Agrobibit sebesar $40,8\%$ sedangkan sisanya $59,2\%$ dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan.

Skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna E-Commerce (Studi Pada Pengguna E-Commerce CV. Agro Bibit)” ini ditulis guna sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer, pada Jurusan Sistem Informasi UN PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Sulistiono, M.Si. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Suryo Widodo, M.Pd. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Rina Firliana, M.Kom. selaku Ketua Program Studi Sistem Informasi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Sucipto, M.Kom., selaku dosen pembimbing I
5. Rina Firliana, M.Kom., selaku dosen pembimbing II
6. Keluarga dan semua orang yang saya sayangi yang memberi semangat dan motivasi.
7. Kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan laporan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan tegur sapa, kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan. Akhirnya disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudra luas.

Kediri, 21 Juli 2022



ZIYAN ZULFA ALIM

NPM : 18.1.03.03.0005

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMA PERSETUJUAN..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| ABSTRAK | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiii |
| | |
| BAB I : PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah | 1 |
| 1.2. Identifikasi masalah..... | 3 |
| 1.3. Batasan Masalah | 3 |
| 1.4. Rumusan Masalah..... | 3 |
| 1.5. Tujuan Penelitian | 4 |
| 1.6. Manfaat Penelitian..... | 4 |
| | |
| BAB II : KAJIAN TEORI..... | 8 |
| 2.1. Dasar Teori | 8 |
| 2.1.1. Perdagangan Elektronik (E-Commerce)..... | 8 |
| 2.1.2. Kualitas | 8 |
| 2.1.3. Kualitas Sistem | 9 |
| 2.1.3.1. Definisi Kualitas Sistem..... | 9 |
| 2.1.3.2. Indikator Kualitas Sistem | 9 |
| 2.1.4. Kualitas Informasi..... | 10 |
| 2.1.4.1. Definisi Kualitas Informasi | 10 |
| 2.1.4.2. Indikator Kualitas Informasi | 10 |
| 2.1.5. Kualitas Layanan..... | 11 |
| 2.1.5.1. Definisi Kualitas Layanan..... | 11 |
| 2.1.5.2. Indikator Kualitas Layanan | 12 |
| 2.1.6. Kepuasan Pengguna | 13 |
| 2.1.6.1. Definisi Kepuasan Pengguna | 13 |
| 2.1.6.2. Indikator Kepuasan Pengguna | 14 |
| 2.1.7. Populasi..... | 15 |
| 2.1.8. Sampel | 15 |
| 2.1.8.1. Teknik Non-Probability Sampling | 15 |
| 2.1.8.2. Purposive Sampling..... | 15 |
| 2.1.9. Metode Kuantitatif | 16 |
| 2.1.10. Penelitian Deskriptif | 16 |
| 2.1.11. Skala Likert..... | 16 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.12. Statistical Package For Social Science (Spss) | 17 |
| 2.1.13. Uji Validitas | 17 |
| 2.1.14. Uji Reliabilitas | 17 |
| 2.1.15. Uji Asumsi Klasik..... | 18 |
| 2.1.15.1. Uji Normalitas..... | 18 |
| 2.1.15.2. Uji Multikolinieritas | 19 |
| 2.1.15.3. Uji Heteroskedesitas | 19 |
| 2.1.16. Analisis Regresi Berganda..... | 20 |
| 2.1.17. Uji Hipotesis | 20 |
| 2.1.17.1. Uji t | 21 |
| 2.1.17.2. Uji F | 21 |
| 2.1.18. Koefisien Determinasi | 21 |
| 2.2. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu..... | 21 |
| 2.3. Kerangka Berpikir | 24 |
| 2.4. Hipotesis | 25 |
| | |
| BAB III : METODE PENELITIAN | 27 |
| 3.1. Variabel Penelitian | 27 |
| 3.1.1. Identifikasi Variabel..... | 27 |
| 3.1.1.1. Variabel Dependen..... | 27 |
| 3.1.1.2. Variabel Independen | 27 |
| 3.1.2. Definisi Operasional Variabel..... | 27 |
| 3.2. Teknik Dan Pendekatan Penelitian..... | 29 |
| 3.3. Tempat Dan Waktu Penelitian..... | 30 |
| 3.3.1. Tempat Penelitian | 30 |
| 3.3.2. Waktu Penelitian..... | 30 |
| 3.4. Populasi Dan Sampel..... | 30 |
| 3.5. Alur Penelitian..... | 31 |
| 3.6. Jenis Data..... | 31 |
| 3.6.1. Data Primer | 32 |
| 3.6.2. Data Sekunder | 32 |
| 3.7. Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian..... | 32 |
| 3.7.1. Teknik Pengumpulan Data..... | 32 |
| 3.7.1.1. Kuesioner (Angket)..... | 32 |
| 3.7.1.2. Studi Kepustakaan..... | 32 |
| 3.7.2. Instrumen Penelitian | 33 |
| 3.7.2.1. Uji Validitas | 35 |
| 3.7.2.2. Uji Reliabilitas | 38 |
| 3.8. Teknik Analisis Data | 39 |
| 3.8.1. Uji Asumsi Klasik..... | 39 |
| 3.8.1.1. Uji Normalitas | 39 |
| 3.8.1.2. Uji Multikolinieritas | 40 |
| 3.8.1.3. Uji Heteroskedastisitas | 41 |
| 3.9. Analisis Regresi Linear Berganda | 41 |
| 3.10. Koefisien Determinasi (R ²)..... | 42 |
| 3.11. Uji Hipotesis | 42 |

| | |
|---|-----------|
| 3.11.1. Uji F (Simultan) | 42 |
| 3.11.2. Uji t (Parsial)..... | 43 |
| BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 44 |
| 4.1. Gambaran Umum Subyek Penelitian..... | 44 |
| 4.1.1. Profil Usaha..... | 44 |
| 4.1.1.1. Visi Dan Misi | 44 |
| 4.1.1.2. Tampilan Marketplace | 45 |
| 4.1.1.3. Flowchart Proses Transaksi..... | 49 |
| 4.1.2. Deskripsi Responden Penelitian..... | 50 |
| 4.1.2.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 50 |
| 4.1.2.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia..... | 50 |
| 4.1.3. Deskripsi Data Variabel | 51 |
| 4.1.3.1. Variabel Kualitas Sistem..... | 51 |
| 4.1.3.2. Variabel Kualitas Informasi | 53 |
| 4.1.3.3. Variabel Kualitas Layanan | 55 |
| 4.1.3.4. Variabel Kepuasan Pengguna..... | 57 |
| 4.2. Analisis Data..... | 58 |
| 4.2.1. Uji Asumsi Klasik | 58 |
| 4.2.1.1. Uji Normalitas | 59 |
| 4.2.1.2. Uji Multikolinieritas..... | 61 |
| 4.2.1.3. Uji Heteroskedastisitas | 62 |
| 4.3. Analisis Regresi Berganda..... | 64 |
| 4.4. Koefisien Determinasi | 66 |
| 4.5. Pengujian Hipotesis | 66 |
| 4.5.1. Uji T (Parsial) | 66 |
| 4.5.2. Uji F (Simultan)..... | 68 |
| 4.6. Pembahasan | 68 |
| 4.6.1. Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Pengguna | 68 |
| 4.6.2. Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna... | 69 |
| 4.6.3. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna..... | 70 |
| 4.6.4. Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna..... | 70 |
| BAB V : PENUTUP..... | 73 |
| 5.1. Kesimpulan..... | 74 |
| 5.2. Saran | 74 |
| 5.2.1. Bagi E-Commerce CV. Agro Bibit..... | 74 |
| 5.2.2. Bagi Peneliti Selanjutnya..... | 74 |
| DAFTAR PUSTAKA | 76 |
| Lampiran-lampiran..... | 80 |

DAFTAR TABEL

| Tabel | halaman |
|--|---------|
| 3.1 : Definisi Variabel | 28 |
| 3.2 : Kisi-Kisi Instrumen Penelitian | 34 |
| 3.3 : Variabel Pengujian Validitas..... | 35 |
| 3.4 : Hasil Pengujian Validitas | 37 |
| 3.5 : Hasil Pengujian Reliabilitas | 38 |
| 4.1 : Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 50 |
| 4.2 : Deskripsi Responden Berdasarkan Usia | 51 |
| 4.3 : Indikator Variabel Kualitas Sistem | 51 |
| 4.4 : Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Sistem | 52 |
| 4.5 : Indikator Variabel Kualitas Informasi..... | 53 |
| 4.6 : Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Informasi..... | 54 |
| 4.7 : Indikator Variabel Kualitas Layanan | 55 |
| 4.8 : Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan | 56 |
| 4.9 : Indikator Variabel Kepuasan Pengguna | 57 |
| 4.10 : Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pengguna..... | 57 |
| 4.11 : Uji Normalitas Monte Carlo..... | 61 |
| 4.12 : Uji Multikolinieritas | 62 |
| 4.13 : Metode Glejser | 64 |
| 4.14 : Hasil Analisis Regresi Berganda..... | 64 |
| 4.15 : Determinasi (R Square)..... | 66 |
| 4.16 : Hasil Uji t | 67 |
| 4.17 : Tabel Uji F | 68 |

DAFTAR GAMBAR

| Gambar | halaman |
|---|---------|
| 2.1 : Kerangka Pemikiran..... | 25 |
| 3.1 : Flowchart Alur Penelitian | 31 |
| 4.1 : Menu Home | 45 |
| 4.2 : Menu Profil | 46 |
| 4.3 : Menu Katalog..... | 46 |
| 4.4 : Menu Produk..... | 47 |
| 4.5 : Menu Keranjang Belanja | 47 |
| 4.6 : Menu Chekout Dan Pembayaran | 48 |
| 4.7 : Menu Interaksi Penjual dan Pembeli..... | 48 |
| 4.8 : Flowchart Proses Transaksi | 49 |
| 4.9 : Uji Normalitas Grafik Histogram | 59 |
| 4.10 : Kurva Normalitas Data | 60 |
| 4.11 : Metode Scatterplot | 63 |

DAFTAR LAMPIRAN

| Lampiran | halaman |
|---|---------|
| 1 : Kuesioner | 78 |
| 2 : Data Penelitian | 81 |
| 3 : Deskripsi Responden..... | 84 |
| 4 : Validitas dan Reabilitas Kualitas Sistem | 87 |
| 5 : Validitas Dan Reabilitas Kualitas Informasi..... | 88 |
| 6 : Validitas Dan Reabilitas Kualitas Layanan..... | 89 |
| 7 : Validitas Dan Reabilitas Kepuasan Pengguna | 90 |
| 8 : Uji Normalitas | 91 |
| 9 : Uji Multikolonieritas | 92 |
| 10 : Uji Heteroskedastisitas | 93 |
| 11 : Uji Regresi Linear Berganda..... | 94 |
| 12 : Surat pengantar/ ijin penelitian | 97 |
| 13 : Surat persetujuan dari perusahaan..... | 98 |
| 14 : Surat keterangan telah melakukan penelitian..... | 99 |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang dan Masalah

Saat ini persaingan bisnis berkembang lebih cepat, seiring waktu, bisnis mengambil peran yang sangat penting dalam kegiatan kehidupan manusia. Perusahaan atau lembaga menempatkan teknologi sebagai suatu hal yang dapat mendukung pencapaian rencana strategis perusahaan untuk mencapai sasaran visi, misi dan tujuan perusahaan atau lembaga tersebut (Natalia Krisnawati et al., 2019). Di Indonesia, salah satu jenis bisnis yang berkembang pesat adalah bisnis *e-commerce*. *Electronic commerce* adalah transaksi komersial yang dilakukan dengan menggunakan media internet dan perangkat internet terintegrasi antara organisasi dan individu (Sari & Wijaksana, 2020). Perkembangan cepat industri *e-commerce* di Indonesia ditunjukkan oleh lebih banyak onlineshop dan marketplace yang tampak agresif.

Peningkatan pengguna internet juga membantu meningkatkan aktivitas *e-commerce*. Internet sangat berperan dalam mendukung pengembangan *e-commerce*, terutama dalam meningkatkan transaksi pembelian dan penjualan. Saat ini, banyak pebisnis beralih menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk memasarkan produk mereka. Dalam data 2018, ada pertumbuhan yang cepat mengenai *e-commerce* di Indonesia dan akan terus tumbuh karena jumlah pengusaha dan usaha mikro kecil dan menengah menggunakan *e-commerce* semakin meningkat (Amarin & Wijaksana, 2021).

Untuk kepuasan pengguna *e-commerce* dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan (Irawan & Wijaksana, 2020). Bisnis bibit tanaman adalah bisnis yang menjual tanaman yang telah mengalami periode penanaman, tumbuh dengan batang dan daun, tidak lagi terbentuk dalam bentuk benih, atau mereka dapat pindah ke media yang lebih besar, seperti tanah atau pot yang lebih besar. Pada penjualan di CV. Agro Bibit, terdapat masalah yang dialami meliputi pengelolaan data transaksi masih manual, jangkauan pasar terbatas, pembayaran belum efisien, dan jam operasional terbatas.

E-commerce CV. Agro Bibit yang dikembangkan oleh Agro Bibit Id merupakan *e-commerce* yang dikembangkan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh suatu penjualan usaha bibit tanaman, dan memberikan kemudahan terkait dengan penjualan barang, pendaftaran konsumen, pencarian dan pencatatan data konsumen, keamanan pembayaran, informasi layanan penjualan, dan pembuatan laporan penjualan, yang nantinya informasi tersebut dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan penjualan usaha bibit tanaman. Selain memudahkan, tentunya tidak akan membutuhkan waktu yang banyak untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan.

Namun demikian, belum pernah dilakukan penelitian untuk mengetahui bagaimanakah kesuksesan *e-commerce* penjualan bibit tanaman tersebut. Sehingga perlu dilakukan penelitian terhadap *e-commerce* CV. Agro Bibit untuk dapat mengetahui dengan pasti bagaimana kesuksesan *e-commerce* bibit tanaman tersebut. penelitian ini akan membahas variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan *e-commerce* CV. Agro Bibit. Pembahasan juga akan melihat

pengaruh variabel-variabel itu terhadap kepuasan penggunanya, serta variabel mana yang paling berpengaruh. Penelitian ini diharapkan bisa memberi informasi kepada pihak CV. Agro Bibit agar dapat meningkatkan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan pengguna *e-commerce* CV. Agro Bibit.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas permasalahan dapat diidentifikasi sebagai berikut :

- a) Kesuksesan *e-commerce* CV. Agro Bibit yang belum pernah diteliti.
- b) Belum dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna pada *e-commerce* CV. Agro Bibit.
- c) Belum dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna pada *e-commerce* CV. Agro Bibit.
- d) Belum dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna pada *e-commerce* CV. Agro Bibit.

1.3. Batasan Masalah

Dalam penyusunan penelitian ini, dibatasi berdasarkan ruang lingkup kegiatan dari proses sebagai berikut :

- a) Responden dari penelitian ini adalah pengguna dari *e-commerce* CV. Agro Bibit.
- b) *E-commerce* CV. Agro Bibit merupakan website penjualan bibit tanaman.
- c) Penelitian ini berfokus pada *e-commerce* CV. Agro Bibit.

1.4. Rumusan Masalah

Permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

- a) Bagaimanakah pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna *e-commerce CV. Agro Bibit* ?
- b) Bagaimanakah pengaruh kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna *e-commerce CV. Agro Bibit* ?
- c) Bagaimanakah pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna *e-commerce CV. Agro Bibit* ?
- d) Bagaimanakah pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna *e-commerce CV. Agro Bibit*?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Untuk mengetahui kualitas sistem pada *e-commerce CV. Agro Bibit*, dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna.
- b) Untuk mengetahui kualitas informasi pada *e-commerce CV. Agro Bibit*, dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna.
- c) Untuk mengetahui kualitas pelayanan pada *e-commerce CV. Agro Bibit*, dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna.
- d) Untuk mengetahui kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan pada *e-commerce CV. Agro Bibit*, dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Mengetahui bagaimana kelayakan sistem informasi pada *e-commerce CV. Agro Bibit*.
- b) Dapat mengembangkan update sistem maupun sistem lain yang lebih baik pada *e-commerce CV. Agro Bibit*.
- c) Dapat mengetahui bagaimana kualitas informasi dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna pada *e-commerce CV. Agro Bibit*.
- d) Dapat mengetahui bagaimana kualitas sistem pada sistem dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna pada *e-commerce CV. Agro Bibit*.
- e) Dapat mengetahui bagaimana kualitas layanan dan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna pada *e-commerce CV. Agro Bibit*.

BAB II KAJIAN TEORI

BAB III METODOLOGI PENELITIAN PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

3.2. Bagan Alur Penelitian

Menjelaskan alur penelitian termasuk di dalamnya tahapan sesuai dengan metodologi yang dipakai misalnya : Waterfall, Prototype, OOAD, PAM COBIT 5/4.1, TOGAF ADM

3.3. Penjelasan Bagan Alur Penelitian

Mendeskripsikan secara detail apa yang dilakukan oleh peneliti untuk setiap

tahap yang terdapat dalam alur penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Studi Kasus

4.2. Identifikasi Proses Teknologi Informasi

Identifikasi proses TI yang akan diaudit ditentukan berdasarkan tujuan audit yang telah ditetapkan di awal. Apakah tujuan audit untuk menilai (a) kinerja SI/TI atau (b) menilai proses tertentu. Untuk pengukuran kinerja SI/TI maka proses TI diperoleh dari hasil pemetaan *Enterprise Goal* dan *ITRelated Goal*. Sedangkan untuk proses tertentu maka satu atau beberapa proses dapat dipilih dari 37 proses yang tersedia.

4.3. Identifikasi *Auditee*, BP dan WP

Identifikasi *auditee*, *Best practice* (BP) dan *Work Product* (WP) harus dilakukan terlebih dahulu sebelum pengukuran *Capability Level*. Identifikasi *auditee* ditetapkan dengan menggunakan diagram RACI sesuai dengan proses TI yang dipilih. Begitu juga dengan identifikasi BP dan WP dilakukan dengan mengkaji secara mendalam terhadap *base practice* yang harus dilakukan dan work product yang dihasilkan pada proses TI yang dipilih. Sebuah kusioner harus disiapkan sesuai dengan hasil identifikasi *auditee*, BP dan WP.

4.4. Pengukuran *Capability Level*

Selanjutnya pengukuran *capability level* dapat dilakukan dengan pemberian skor sesuai dengan kusioner yang telah ditetapkan pada tahap sebelumnya. Penting diperhatikan saat penetapan *capability level 1* hanya tercapai

jika skala terendah di antara skala *base practice* dan skala *work product* adalah L.

4.5. Hasil Pengukuran Capability Level

Penilaian kapabilitas proses dimulai dari kapabilitas level 1. Jika hasil pengolahan kuisioner menunjukkan bahwa skala penilaian telah mencapai skala L (*Largely Fully*) maka organisasi dikatakan telah berada pada level 1 namun jika masih berada pada skala N (*Not Achieved*) atau P (*Partially Achieved*) maka organisasi masih berada pada level 0. Penilaian kapabilitas proses akan dilanjutkan ke level 2 jika penilaian kapabilitas level 1 telah mencapai skala F (*Fully Achieved*). Penilaian kapabilitas proses level 1 dilakukan terhadap *base practice* yang harus dilakukan dan *work product* yang dihasilkan pada proses TI yang dipilih.

4.6. Perumusan Rekomendasi Dan Usulan Perbaikan

Langkah-langkah yang diusulkan agar *base practice* dan *work product* dapat diperbaiki sehingga berada pada level yang diharapkan.

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan berisi pokok-pokok hasil penelitian sesuai rumusan masalah dan tujuan penelitian. Kesimpulan dapat berupa temuan pengetahuan baru dan penegasan atau pembuktian teori.

5.2. Saran

Saran berisi hal baru hasil penelitian apa saja yang dapat digunakan untuk mengembangkan penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh sistem informasi manajemen terhadap peningkatan kualitas pelayanan di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Amarin, S., & Wijaksana, T. I. (2021). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung). *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(1), 37–52. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i1.6001>
- Dausat, J., Arifin, R., & Slamet, A. R. (2021). Pengaruh kualitas layanan, harga dan kualitas sistem informasi terhadap kepuasan pelanggan Gojek (studi kasus pada pelanggan Gojek di Kelurahan Tlogomas Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 10(10), 115–129. <http://www.riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/10761>
- Engkus, E. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien di Puskesmas Cibitung Kabupaten Sukabumi. *Jurnal Governansi*, 5(2), 99–109. <https://doi.org/10.30997/jgs.v5i2.1956>
- Gunawan, H., Zulkarnain, & Alwie, A. F. (2019). Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan terhadap kepercayaan dan kepuasan masyarakat pada informasi publik dari badan pemeriksa keuangan perwakilan Provinsi Riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, 11(4), 684–697. <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/v%0D%0AiewFile/7836/6769>
- Inggit, C. A., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna linkaja. *ISSN : 2355-9357 e-Proceeding of Management*, 7(2), 6622–6630. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/viewFile/14051/13791>
- Irawan, A., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Elevenia. *E-*

- Proceeding of Management*, 7(2), 3848–3860.
<https://doi.org/10.32409/jikstik.20.2.2714>
- Jayusman, I., & Shavab, O. A. K. (2020). Studi deskriptif kuantitatif tentang aktivitas belajar mahasiswa dengan menggunakan media pembelajaran edmodo dalam pembelajaran sejarah. *Jurnal Artefak*, 7(1), 13.
<https://doi.org/10.25157/ja.v7i1.3180>
- Karjono, A., & Wijaya. (2017). Analisis pengaruh roe, der dan tato terhadap harga saham pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri barang konsumsi yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2012–2015. *Esensi*, 20(2), 117–141.
<https://doi.org/10.55886/esensi.v20i2.42>
- Kasmi, K., & Candra, A. N. (2017). Penerapan e-commerce berbasis business to consumers untuk meningkatkan penjualan produk makanan ringan khas Pringsewu. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 15(2), 109–116.
<https://doi.org/10.47232/aktual.v15i2.27>
- Kusumah, E. P. (2018). Technology Acceptance Model (TAM) of Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) Applications. *Integrated Journal of Business and Economics*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.33019/ijbe.v2i1.47>
- Listyawati, I., & Kristiana, I. (2020). Pengaruh return on equity, current Ratio, size company dan debt to equity ratio terhadap nilai Perusahaan. *MAKSIMUM: Media Akuntansi Universitas Muhammadiyah Semarang*, 10(2), 47–57.
<https://doi.org/10.26714/mki.10.2.2020.47-57>
- Mustofa, I., & Nurfadillah, M. (2021). Analisis pengaruh price earning ratio dan earning per share terhadap return saham pada sub sektor property and real estate yang terdaftar di BEI. *Borneo Student Research*, 2(2), 1460–1468.
<https://journals.umkt.ac.id/index.php/bsr/article/view/1959>
- Natalia Krisnawati, G., Sucipto, S., & Firliana, R. (2019). Evaluasi Penerapan Sim-Rs Menggunakan Cobit 5 Pada Rsud Lawang. *Antivirus : Jurnal Ilmiah Teknik Informatika*, 13(2), 80–89. <https://doi.org/10.35457/antivirus.v13i2.858>
- Oktaviasari, T., Miqdad, M., & Effendi, R. (2018). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap perataan laba pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 5(1), 81–87.

<https://doi.org/10.19184/ejeba.v5i1.7742>

- Oscar, B., & Sumirah, D. (2019). Pengaruh Grooming Pada Customer Relations Coordinator (CRC) Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT Astra international TBK Toyota Sales Operation (Auto2000) Pasteur. *Pro Mark : Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 9(1), 1–11.
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/720>
- Rosnaida, R. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap loyalitas konsumen Kecap Indofood (studi kasus pada ibu – ibu rumah tangga Desa Bunut Seberang Kec. Pulo Bandring). *Jurnal Pionir Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 1–13.
<https://doi.org/10.36294/pionir.v2i3.186>
- Rukmana, M., Arifin, R., & Hurfon, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Convenience Goods Pada Konsumen Swalayan Kud Pakis. *E-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 53(9), 73–89.
<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/4010/3492>
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
<https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/734/551>
- Saputra, D. A., Sucipto, & Andriyanto, T. (2022). Analisis Kualitas Website Sistem Informasi Akademik Universitas Nusantara PGRI Kediri. *Research : Journal of Computer, Information System, & Technology Management*, 5(1), 17–22.
<https://doi.org/http://doi.org/10.25273/research.v5i1.9350>
- Sari, N., & Wijaksana, T. I. (2020). Pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna Aplikasi Olx. *E-Proceeding of Management*, 7(2), 6520–6536.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/in%0D%0Adex.php/management/article/download/14028/13768>
- Setiawati, S. (2021). Analisis pengaruh kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan pada Perusahaan Farmasi di BEI. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(8),

1581–1590.

- Sihotang, J. S. (2020). Pengaruh kualitas sistem, kualitas layanan dan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna sistem aplikasi keuangan tingkat Instansi (Sakti). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Publik*, 11(1), 1–9. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/akuntansibisnisdanpublik/article/view/955>
- Sinaga, M. J. E., & Pandiangan, A. (2019). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian produk suture & gloves pada Pt. Surgika Alkesindo Medan. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Kebijakan Publik*, 1(2), 92–102. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v1i2.2278>
- Syarifa, R. A., & Susilawaty, R. (2021). Pengaruh kualitas sistem, informasi dan layanan terhadap kepuasan pengguna dalam menentukan net benefit seller UMKM (studi kasus pada Toko Online Shopee Indonesia). *Indonesian Accounting Literacy Journal*, 1(2), 304–313. <https://jurnal.polban.ac.id/ojs-3.1.2/ialj/article/view/2518>
- Thorfiani, D., & D, T. E. S. (2019). Penerapan personal selling dan product knowledge tenaga penjual terhadap keputusan pembelian produk multimanfaat pada Bank Tabungan Negara (Persero) Kantor Cabang Syariah Cirebon. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 52–62. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/view/581>