

# JIMFE - Dian

*by* Unpak Fakultas Ekonomi

---

**Submission date:** 19-Dec-2020 02:19PM (UTC+0900)

**Submission ID:** 1479145866

**File name:** 9.\_Dian\_Pertiwi.docx (187.05K)

**Word count:** 5519

**Character count:** 38273

## ANALISIS KESUKSESAN SISTEM E-COMMERCE YANG BERPARTISIPASI PADA HARBOUNAS DENGAN MENGGUNAKAN MODEL DELONE & MCLEAN

Dian Pertiwi<sup>1</sup>, Fajar Rina Sejati<sup>2</sup>, Septyana Prasetyaningrum<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Yapis Papua

Email: [diandpertiwi@gmail.com](mailto:diandpertiwi@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the success of e-commerce participating in Harbounas from a user perspective by adopting model of Delone & McLean. Data were obtained through a questionnaire using cluster random sampling technique. The hypotheses were tested by path analysis and sobel test. The results show that e-commerce participating in Harbounas 2019 can meet the success of e-commerce based on the e-commerce success model of Delone & McLean. It is shown by system quality, information quality, and service quality influenced each use and user satisfaction. In addition, information quality, use, and user satisfaction directly influenced net benefits. Meanwhile, system quality and service quality do not directly influenced net benefits. Other results indicate that system quality, information quality, and service quality also influenced net benefits through mediating use and user satisfaction. The results of this study are expected to be material for consideration for companies to maximize e-commerce that has been made.*

**Keywords:** e-commerce, Delone & McLean, system success

1

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesuksesan e-commerce yang berpartisipasi pada Harbounas dari perspektif pengguna dengan mengadopsi model De lone & McLean. Data diperoleh melalui kuisioner dengan menggunakan teknik cluster random sampling. Hipotesis diuji dengan analisis jalur dan sobel test. Hasil penelitian menunjukkan bahwa e-commerce yang berpartisipasi pada Harbounas 2019 dapat memenuhi kesuksesan e-commerce berdasarkan model kesuksesan e-commerce Delone & McLean. Hal ini ditunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan masing masing berpengaruh terhadap penggunaan sistem dan kepuasan pengguna. Selain itu, kualitas informasi, penggunaan sistem, dan kepuasan pengguna berpengaruh langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Sedangkan kualitas sistem dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Hasil lainnya menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih melalui mediasi penggunaan sistem dan kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan untuk memaksimalkan e-commerce yang telah dibuat.

**Kata Kunci:** e-commerce, DeLone & McLean, kesuksesan sistem

### PENDAHULUAN

Internet telah menjadi kebutuhan bagi setiap individu ataupun organisasi. Peningkatan penggunaan internet tersebut telah menyebabkan pergeseran dramatis dalam cara melakukan bisnis. Era ekonomi dot com menjadi bentuk ekonomi baru pada pertengahan 1990 hingga 2002. Konsep ekonomi baru ini menunjukkan suatu teori bahwa perusahaan yang menggunakan jaringan internet berbeda dan memiliki aturan

yang baru. Perusahaan ini di arur untuk merebut *marketspace* baru (Turban dkk., 2018).

Pada pertengahan tahun 1990, perusahaan diterjang e-commerce. Banyak asumsi dan prediksi manajemen yang menyatakan bahwa hal ini akan menyebabkan pengambilan keputusan yang buruk dan e-business menjadi gagal. Di satu sisi, ada pendapat yang menyatakan bahwa bisnis dengan menggunakan jaringan internet

memiliki aturan tersendiri yang berbeda dengan model bisnis tradisional yang akan menghasilkan pendapatan dan aliran kas yang positif (Turban dkk., 2018).

Kombinasi antara model bisnis dan teknologi informasi baru pada e-commerce telah mengubah cara perusahaan dalam menjalankan bisnis (Lee dkk., 2001). Aktivitas penjualan dan pembelian barang maupun jasa dilakukan dengan memanfaatkan fasilitas internet. Dengan demikian, aktivitas tersebut dapat dilakukan oleh siapapun dan kapanpun tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Aktivitas bisnis yang dilakukan melalui e-commerce mengandung makna adanya hubungan antara penjual dan pembeli, transaksi antar pelaku bisnis, dan proses internal yang mendukung transaksi dengan perusahaan (Lee dkk., 2001).

Sampai dengan saat ini, era revolusi industri 4.0, revolusi e-commerce masih berlangsung. Para pelaku bisnis maupun individu-individu akan semakin menggunakan internet dalam melakukan perdagangan karena banyaknya produk dan layanan yang ditawarkan secara online. Banyak industri akan beralih ke e-commerce, termasuk pemesanan tiket perjalanan, transaksi untuk kegiatan pendidikan dan keuangan, konten musik, hiburan, berita, maupun penawaran perangkat lunak (Laudon dan Laudon, 2014). Pesatnya pertumbuhan e-commerce menjadi peluang bagi perusahaan untuk menjangkau konsumen lebih banyak. Era social mobile cloud (SoMoClo) menjadi gaya hidup masyarakat saat ini. Strategi pemasaran perusahaan yang menjalankan e-commerce pun menjadi gencar dalam memanfaatkan gaya hidup masyarakat modern saat ini. Bahkan tanggal 12 Desember ditetapkan sebagai hari belanja online nasional di Indonesia.

Hari belanja online nasional (Harbolnas) merupakan kegiatan tahunan yang diselenggarakan oleh berbagai e-commerce di Indonesia. Kegiatan ini dilakukan dengan dukungan dari berbagai mitra kerja sama, seperti pelaku industri telekomunikasi, perbankan, logistik hingga media. Harbolnas

diselenggarakan pertama kali pada tahun 2012 dan menjadi kampanye cyber safe terbesar di Indonesia. Saat ini, jumlah e-commerce yang berpartisipasi mencapai 250 platform dan telah diawal Asosiasi E-Commerce Indonesia (Tenang Harbolnas, n.d.).

Adanya kegiatan tersebut menunjukkan bahwa e-commerce menjadi salah satu alternatif strategi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. E-commerce menjadi salah satu alat penting untuk mengetahui bagaimana pelanggan memanfaatkan fitur internet dalam membuat keputusan pembelian. E-commerce dapat menawarkan pilihan produk terbaik, ketersediaan dan kenyamanan tanpa batasan waktu dan ruang. Pelanggan dapat mengambil manfaat dengan mendapatkan harga yang lebih rendah, pencarian yang lebih cepat, perbandingan yang lebih mudah dan lebih banyak pilihan yang dapat menjadi pertimbangan. Website e-commerce dapat memiliki fitur yang memberikan rekomendasi produk dan menawarkan berbagai cara pembayaran untuk meningkatkan kenyamanan belanja pelanggan. Kenyamanan Informasi website e-commerce menjadi faktor penting untuk menarik pelanggan dan membuat koneksi antara pembeli dan produk atau layanan perusahaan. Hubungan ini sangat penting untuk mencapai keunggulan dan kesuksesan kompetitif suatu perusahaan.

Salah satu kunci kesuksesan e-commerce ditentukan melalui implementasi sistem informasi yang baik (Angelina dkk., 2019). Model kesuksesan sistem informasi telah dikembangkan oleh DeLone dan McLean pada tahun 1992 sebagai kerangka kerja dan model untuk mengukur variabel dependen kompleks dalam penelitian sistem informasi. Pada tahun 2003, DeLone dan McLean telah menyatakan bahwa ada enam indikator pengukuran kesuksesan sistem informasi bagi e-commerce yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas pelayanan, kegunaan, kepuasan pemakai, dan manfaat-manfaat bersih. Beberapa penelitian sebelumnya telah



26  
menggurakar model Delone dan McLean (2003) dalam mengukur kesuksesan e-commerce. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur kesuksesan e-commerce pada hari tertentu di mana banyak pengguna yang mengakses e-commerce tersebut. Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa hasil yang berbeda tiap dimensinya, sehingga perlu dilakukan pengujian kembali. Penelitian ini menggurakar model kesuksesan e-commerce Delone dan McLean (2003) untuk menganalisis kesuksesan e-commerce yang berpartisipasi pada Harbomas dari perspektif pengguna. Model Delone dan McLean (2003) digunakan karena semua pengukuran kesuksesan e-commerce dapat diklasifikasikan melalui enam dimensi yang ada pada model Delone dan McLean (2003).

#### KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

26  
Angelina dkk. (2019) menggurakar model Delone dan McLean untuk menganalisis kesuksesan e-commerce. Mereka menemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas sistem pada kepuasan pengguna, kualitas layanan pada penggunaan, kualitas layanan pada kepuasan pengguna dan kepuasan pengguna pada manfaat bersih. Sementara itu, kualitas sistem memiliki efek yang tidak signifikan untuk digunakan dan juga kualitas informasi untuk digunakan pada beberapa e-commerce. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Yakubi dan Nasuki (2018). Hasil penelitian tersebut menunjukkan kualitas sistem, dan kualitas informasi berpengaruh terhadap pengguna sistem, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Hidayatullah dkk. (2020) dan Anina dkk. (2018) menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian Hidayatullah dkk. (2020) juga menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih.

Hamid dan Ikba (2017) melakukan penelitian tentang model keberhasilan LKM yang menggunakan pemasaran dengan e-commerce di Kota Palopo. Mereka menemukan bahwa pengaruh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna yang dimediasi oleh kepercayaan ketiga memiliki efek tidak langsung positif dan signifikan. Sementara kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan dengan langsung terhadap kepuasan pengguna. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Mustikasari (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Aldholay, A. dkk. (2016) membarikan hasil penelitian bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh terhadap kepuasan pengguna dan penggunaan sistem. Selain itu kepuasan pengguna dan penggunaan sistem masing-masing berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih.

Hsu dan Hsu (2014) menggunakan data yang dikumpulkan dari 253 pelanggan situs web pembelian di Taiwan untuk mengusulkan model teoritis untuk menguji antecedent dari niat pembelian kembali dalam pembelian online dengan mengintegrasikan perspektif model sukses Delone dan McLean IS dan literatur dari kepercayaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan dengan situs web, kepuasan dengan penjual, dan persepsi kualitas situs web memiliki pengaruh positif terhadap niat pembelian kembali, sedangkan persepsi kualitas situs web dan persepsi kualitas penjual masing-masing memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan terhadap situs web dan kepuasan terhadap penjual. Hasil ini juga menunjukkan bahwa kepercayaan dalam situs web memiliki pengaruh positif pada persepsi kualitas situs web dan kepuasan terhadap situs web, sedangkan kepercayaan pada penjual mempengaruhi persepsi kualitas penjual dan kepuasan terhadap penjual secara signifikan. Akhirnya, hasil menunjukkan bahwa ukuran

yang dirasakan dari situs web memiliki pengaruh positif terhadap kepercayaan pada situs web, sementara reputasi situs web dan reputasi penjual secara signifikan mempengaruhi kepercayaan pada situs web dan kepercayaan pada penjual.

Lai (2015) menemukan bahwa niat ke-anjutan (*continuance intention*) ditemukan dipengaruhi oleh kepuasan dan manfaat yang dirasakan, yang ditemukan sebagai pelopor signifikan dari kualitas informasi, kualitas sistem, dan kenyamanan layanan elektronik. Hasil ini sangat mendukung pendapat yang menyatakan bahwa kenyamanan e-service adalah faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan sistem e-commerce.

Studi yang dilakukan oleh Fang dkk. (2011) menunjukkan bahwa kepercayaan, manfaat bersih, dan kepuasan adalah prediktor positif yang signifikan dari niat pembelian kembali pelanggan terhadap belanja online. Kualitas informasi, kualitas sistem, kepercayaan, dan manfaat bersih merupakan penentu signifikan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, Chong dkk. (2010) melakukan penelitian untuk mengukur manfaat dari penggunaan sistem pinjaman siswa secara online di USA dengan menggunakan model Delone dan McLean (2003). Hasil penelitian menunjukkan kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap penggunaan sistem dan kepuasan pengguna sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keduanya. Kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, namun tidak berpengaruh terhadap penggunaan sistem. Hasil lain juga menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih sedangkan penggunaan sistem tidak berpengaruh. Penelitian lainnya juga dilakukan oleh Gorla dkk., (2010). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan masing-masing berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Wu dan Wang (2006) juga memberikan

kesimpulan bahwa kualitas sistem dan kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih.

#### Pengembangan Hipotesis

Ada enam dimensi kesuksesan di model kesuksesan sistem informasi oleh DeLone dan McLean (2003) yang diterapkan di lingkungan e-commerce. Dimensi-dimensi tersebut terdiri dari kualitas sistem (SYSQUAL), kualitas informasi (INFOQUAL), kualitas pelayanan (SERQUAL), penggunaan (USE), kepuasan pengguna (USATIS) dan manfaat-manfaat bersih (NETBEN).

#### Kualitas Sistem dan Penggunaan Sistem

Adanya kualitas sistem pada e-commerce mengindikasikan adanya penggunaan sistem pada e-commerce tersebut (DeLone dan McLean, 2003). Kualitas sistem yang baik akan mendorong pengguna untuk menggunakan sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan oleh Hsu dan Hsu (2014), Yakubu dan Casold (2018), dan Aldholay, A. dkk. (2018) menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap penggunaan sistem.

#### Kualitas Sistem dan Kepuasan Pengguna

Kualitas sistem pada e-commerce dapat mempengaruhi kepuasan pengguna e-commerce tersebut (DeLone dan McLean, 2003). Hal ini karena kualitas sistem yang baik akan memberikan kepuasan yang baik pula bagi pengguna sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan oleh Hamid dan Ikaal (2017), Angeina dkk (2019), Hsu dan Hsu (2014), Fang dkk. (2011), Hidayatullah dkk. (2020), Mustikasari (2016), Anfini dkk. (2018), Aldholay, A. dkk. (2018), dan Wu dan Wang (2006) menemukan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

#### Kualitas Informasi dan Penggunaan Sistem



Adanya kualitas informasi pada e-commerce mengindikasikan adanya pengguna sistem pada e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Kualitas informasi yang baik pada sistem akan mendorong pengguna untuk menggunakan sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan Hamid dan Ikbal (2017), Yakubu dan Dasuk (2018), dan Aldholay, A. dkk. (2018) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap penggunaan sistem.

#### **Kualitas Informasi dan Kepuasan Pengguna**

Kualitas informasi pada e-commerce dapat mempengaruhi kepuasan pengguna e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena kualitas informasi yang baik pada sistem e-commerce akan memberikan kepuasan yang baik pula bagi pengguna sistem. Penelitian yang dilakukan Hamid dan Ikbal (2017), Tang dkk. (2011), Chong dkk. (2010), Hidayatullah dkk. (2020), Mustikasari (2015), Anlina dkk. (2018), Aldholay, A. dkk. (2018), dan Wu dan Wang (2006) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

#### **Kualitas Pelayanan dan Penggunaan Sistem**

Adanya kualitas pelayanan pada e-commerce mengindikasikan adanya pengguna sistem pada e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Kualitas pelayanan yang baik pada sistem e-commerce akan mendorong pengguna untuk menggunakan sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan Angelina dkk. (2019), Aldholay, A. dkk. (2018), Lai (2015), dan Chong dkk. (2010) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap penggunaan sistem.

#### **Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pengguna**

Kualitas pelayanan pada e-commerce dapat mempengaruhi kepuasan pengguna e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena kualitas pelayanan yang baik pada sistem e-commerce akan memberikan kepuasan yang baik pula bagi pengguna e-commerce. Penelitian yang

diakukan Hamid dan Ikbal (2017), Angelina dkk. (2019), Hsu dan Hsu (2014), Chong dkk. (2010), Hidayatullah dkk. (2020), Anlina dkk. (2018), dan Aldholay, A. dkk. (2018) yang menemukan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

#### **Penggunaan Sistem dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

Adanya penggunaan sistem pada e-commerce mengindikasikan bahwa pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena dari penggunaan sistem e-commerce, pengguna dapat memperoleh manfaat (net benefits) pada sistem seperti bertambahnya pengetahuan pengguna, penghematan waktu berbelanja, dan pengurangan biaya belanja. Penelitian yang dilakukan Angelina dkk. (2019), Hamid dan Ikbal (2017), dan Aldholay, A. dkk. (2018) menunjukkan bahwa penggunaan sistem berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih.

#### **Kepuasan Pengguna dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

Adanya kepuasan pengguna pada e-commerce mengindikasikan bahwa pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena adanya kepuasan pengguna pada sistem e-commerce maka pengguna dapat memperoleh manfaat (net benefits) pada sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan Angelina dkk. (2019), Hamid dan Ikbal (2017), Hidayatullah dkk. (2020), dan Aldholay, A. dkk. (2018) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih.

#### **Kualitas Sistem dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

Adanya kualitas sistem pada e-commerce mengindikasikan bahwa pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean,

2003). Hal ini karena adanya kualitas sistem yang baik pada sistem e-commerce maka pengguna dapat memperoleh manfaat (*net benefits*) pada sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan oleh Gorla dkk. (2010) menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih.

#### **Kualitas Informasi dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

Adanya kualitas informasi pada e-commerce mengindikasikan bahwa pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena adanya kualitas informasi yang baik pada sistem e-commerce maka pengguna dapat memperoleh manfaat (*net benefits*) pada sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan oleh Angelina dkk. (2019) dan Gorla dkk. (2010) menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih.

#### **Kualitas Pelayanan dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

Adanya kualitas pelayanan pada e-commerce mengindikasikan bahwa pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena adanya kualitas pelayanan yang baik pada sistem e-commerce maka pengguna dapat memperoleh manfaat (*net benefits*) pada sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan oleh Gorla dkk. (2010) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih.

#### **Kualitas Sistem, Penggunaan Sistem, dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

Adanya kualitas sistem pada e-commerce mengindikasikan adanya penggunaan sistem sehingga pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih secara tidak langsung dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena adanya kualitas

sistem yang baik pada sistem e-commerce maka pengguna akan menggunakan sistem e-commerce dan cara penggunaan sistem tersebut pengguna dapat memperoleh manfaat (*net benefits*) pada sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan Hamid dan Iqbal (2017) menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh secara tidak langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih yang dimediasi oleh penggunaan sistem.

#### **Kualitas Informasi, Penggunaan Sistem, dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

Adanya kualitas informasi pada e-commerce mengindikasikan adanya penggunaan sistem sehingga pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih secara tidak langsung dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena adanya kualitas informasi yang baik pada sistem e-commerce maka pengguna akan menggunakan sistem e-commerce dan cara penggunaan sistem tersebut pengguna dapat memperoleh manfaat (*net benefits*) pada sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan Hamid dan Iqbal (2017) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih yang dimediasi oleh penggunaan sistem.

#### **Kualitas Pelayanan, Penggunaan Sistem, dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

Adanya kualitas pelayanan pada e-commerce mengindikasikan adanya penggunaan sistem sehingga pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih secara tidak langsung dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena adanya kualitas pelayanan yang baik pada sistem e-commerce maka pengguna akan menggunakan sistem e-commerce dan cara penggunaan sistem tersebut pengguna dapat memperoleh manfaat (*net benefits*) pada sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan Hamid dan Iqbal (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung



terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih yang dimediasi oleh penggunaan sistem.

#### **Kualitas Sistem, Kepuasan Pengguna dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

Adanya kualitas sistem pada e-commerce mengindikasikan adanya kepuasan pengguna sehingga pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih secara tidak langsung dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena adanya kualitas sistem yang baik pada sistem e-commerce maka pengguna akan memberikan kepuasan yang baik pula bagi pengguna dan dari kepuasan pada sistem tersebut pengguna dapat memperoleh manfaat (net benefits) pada sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan Hamid dan Ikbal (2017) menunjukkan bahwa kualitas sistem berpengaruh secara tidak langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih yang dimediasi oleh kepuasan pengguna.

#### **Kualitas Informasi, Kepuasan Pengguna, dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

Adanya kualitas informasi pada e-commerce mengindikasikan adanya kepuasan pengguna sehingga pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih secara tidak langsung dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena adanya kualitas informasi yang baik pada sistem e-commerce maka pengguna akan memberikan kepuasan

yang baik pula bagi pengguna dan dari kepuasan pada sistem tersebut pengguna dapat memperoleh manfaat (net benefits) pada sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan Hamid dan Ikbal (2017) menunjukkan bahwa kualitas informasi berpengaruh secara tidak langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih yang dimediasi oleh kepuasan pengguna.

#### **Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pengguna dan Pemerolehan Manfaat-manfaat Bersih**

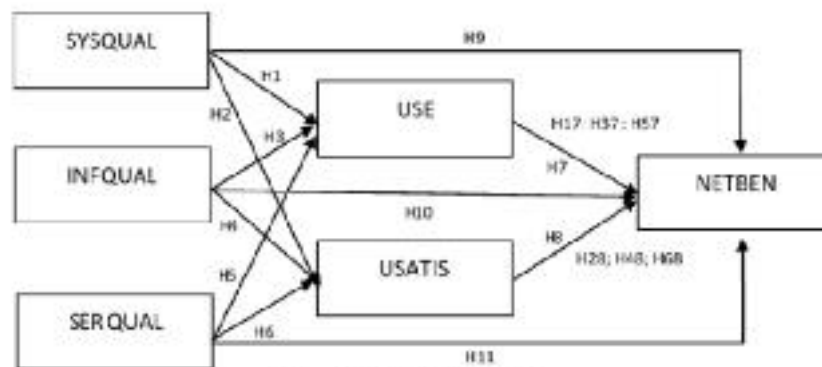
Adanya kualitas pelayanan pada e-commerce mengindikasikan adanya kepuasan pengguna sehingga pengguna dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih secara tidak langsung dari e-commerce tersebut (Delone dan McLean, 2003). Hal ini karena adanya kualitas pelayanan yang baik pada sistem e-commerce maka pengguna akan memberikan kepuasan yang baik pula bagi pengguna dan dari kepuasan pada sistem tersebut pengguna dapat memperoleh manfaat (net benefits) pada sistem e-commerce. Penelitian yang dilakukan Hamid dan Ikbal (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih yang dimediasi oleh kepuasan pengguna.

Adapun model kesuksesan tersebut diadopsi dalam menyusun model penelitian ini.<sup>1)</sup>

---

<sup>1)</sup> Penomoran pada hipotesis hanyalah pelabelan, bukan urutan angka.





Gambar 1. Model Penelitian

H<sub>1</sub>: Kualitas sistem mempengaruhi penggunaan sistem  
H<sub>2</sub>: Kualitas sistem mempengaruhi kepuasan pengguna  
H<sub>3</sub>: Kualitas informasi mempengaruhi penggunaan sistem  
H<sub>4</sub>: Kualitas informasi mempengaruhi kepuasan pengguna  
H<sub>5</sub>: Kualitas pelayanan mempengaruhi penggunaan sistem  
H<sub>6</sub>: Kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pengguna  
H<sub>7</sub>: Penggunaan sistem mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih  
H<sub>8</sub>: Kepuasan pengguna mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih  
H<sub>9</sub>: Kualitas sistem mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih secara langsung  
H<sub>10</sub>: Kualitas informasi mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih secara langsung  
H<sub>11</sub>: Kualitas pelayanan mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih secara langsung  
H<sub>12</sub>: Kualitas sistem mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih melalui penggunaan sistem  
H<sub>13</sub>: Kualitas Informasi mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih melalui penggunaan sistem

H<sub>14</sub>: Kualitas pelayanan mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih melalui penggunaan sistem  
H<sub>15</sub>: Kualitas sistem mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih melalui kepuasan pengguna  
H<sub>16</sub>: Kualitas informasi mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih melalui kepuasan pengguna  
H<sub>17</sub>: Kualitas pelayanan mempengaruhi pemerolehan manfaat-manfaat bersih melalui kepuasan pengguna

#### METODE PENELITIAN

##### Populasi dan sampel

Populasi responden dalam penelitian ini yaitu para pengguna e-commerce. Sampel diperoleh dengan menggunakan Teknik *cluster random sampling* yaitu ditujukan kepada mereka yang telah berbelanja melalui e-commerce yang berpartisipasi di Harbomas pada tanggal 12 Desember 2019. Data dikumpulkan dengan mendistribusikan kuesioner kepada pengguna e-commerce melalui *Google form*. Kuesioner menggunakan skala Likert dengan skala sangat tidak setuju (1), tidak setuju (2), tidak ada pilihan (3), setuju (4), sangat setuju (5). Terdapat 365 responden yang mengisi kuesioner yang telah disebarakan melalui *Google form*.

Tabel 1. Demografi Responden

Gender	Pekerjaan	Usia
Pria	Ibu rumah tangga	12-18 tahun
Wanita	Pelajar/mahasiswa	18-25 tahun
		26-35 tahun
	PNS/karyawan	>35 tahun

Sumber: Data diolah, 2020

**Definisi Variabel dan Indikator**

Terdapat enam variabel yang digunakan untuk mengukur **Resuksesan e-commerce** menggunakan **model DeLone and McLean (2003)**, yaitu **kualitas sistem (SYSQUAL)**, **kualitas informasi (INFQUAL)**, **kualitas pelayan (SERQUAL)**, **penggunaan (USE)**, **kepuasan**

**pengguna (USATIS)** dan **manfaat-manfaat bersih (NETBEN)**. Setiap variabel dibagi menjadi beberapa indikator dan total indikator adalah 29. Variabel dan indikator yang digunakan dalam penelitian disajikan dalam **Tabel 2** berikut.

Tabel 2. Variabel dan Indikator Penelitian

Varabel	Indikator	
Kualitas Sistem (SYSQUAL)	SYSQUAL-1	Kemanfaatan
	SYSQUAL-2	Kemudahan digunakan
	SYSQUAL-3	Respon sistem
	SYSQUAL-4	Keandalan
	SYSQUAL-5	Keluwesar
	SYSQUAL-6	Kepuasan
	SYSQUAL-7	Kemampuan umpan balik
	SYSQUAL-8	Kemampuan transaksi
Kualitas Informasi (INFQUAL)	INFQUAL-1	Akuesi
	INFQUAL-2	Relevan
	INFQUAL-3	Kepahaman
	INFQUAL-4	Kelengkapan
	INFQUAL-5	Kekinian
	INFQUAL-6	Keragaman informasi
Kualitas Pelayanan (SERQUAL)	SERQUAL-1	Kecepatan respon
	SERQUAL-2	Jaminan
	SERQUAL-3	Empati
	SERQUAL-4	Pelayanan setelahnya
Penggunaan (USE)	USE-1	Pencarian informasi
	USE-2	Penerimaan pesanan
	USE-3	Penerimaan pembayaran pelanggan
	USE-4	Permintaan layanan pelanggan
	USE-5	Jumlah situs e-commerce dikunjungi
Kepuasan Pengguna (USATIS)	USATIS-1	Pembelian berulang
	USATIS-2	Pengaksesan ulang Web
	USATIS-3	Pemenuhan kebutuhan semua produk yang diinginkan
	NETBEN-1	Meningkatkan pengetahuan pelanggan

Manfaat-manfaat Bersih (NETBEN)	NETBEN-2 NETBEN-3	Mengurangi biaya berbelanja Menghemat waktu.
---------------------------------	----------------------	---

### Pengujian Instrumen Penelitian

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji keandalan data yang dikumpulkan dari kuesioner. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa probabilitas korelasi data lebih kecil dari 0,05 (5%) dan hasil uji reliabilitas data menunjukkan nilai Cronbach's Alpha > 0,66.

### Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang dilakukan dalam penelitian ini adalah uji normalitas dengan menggambar grafik normal probability plot dan pengujian Kolmogorov-Smirnov yang hasilnya menunjukkan bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed) lebih besar dari 0,05. Selain itu, uji heterokedastisitas dan uji multikoleniaritas juga dilakukan untuk memenuhi uji asumsi klasik. Hasil kedua pengujian tersebut menunjukkan tidak adanya gejala heterokedastisitas dan gejala multikoleniaritas.

### Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis jalur (path analysis) dan Sobel test. Analisis jalur dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS. Selanjutnya, dalam sobel test digunakan nilai Beta dan standard error pada unstandardized coefficients dari hasil output regresi. Kemudian nilai sobel test diperoleh dengan menggambar kalkulator Sobel yang dilakukan secara online. Adapun rumus untuk memperoleh nilai sobel test adalah sebagai berikut.

$$Z = \frac{B_x \times B_y}{\sqrt{(B_x^2 SE_y^2) + (B_y^2 SE_x^2)}} \quad (1)$$

Dari rumus tersebut dapat diketahui bahwa Z berarti Nilai Sobel Test variabel Z,  $B_x$  berarti unstandardized coefficients variabel X,  $B_y$  berarti unstandardized coefficients variabel

Y,  $SE_x$  berarti Standard Error variabel X, dan  $SE_y$  berarti Standard Error variabel Y.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Analisis Jalur (Path Analysis)

Untuk menganalisis data menggunakan analisis jalur, model penelitian dibagi menjadi tiga bagian.

Model Bagian 1

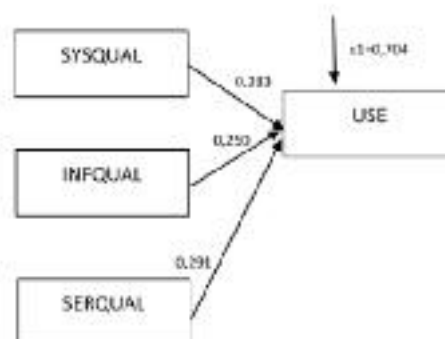
Tabel 3. Hasil Pengujian Model Bagian 1

R Square		0,504
$r1 = \sqrt{(1 - R \text{ square})}$		0,704
Standardized Coefficients	SYSQUAL	0,283
	INFQUAL	0,250
	SERQUAL	0,291
Sig.	SYSQUAL	0,000
	INFQUAL	0,000
	SERQUAL	0,000

Variabel Dependen: USE

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 3 menyajikan nilai signifikansi pada ketiga variabel independen sebesar 0,000. Ketiga nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem. Dengan demikian H1, H3, dan H5 diterima.



Gambar 2. Model Bagian 1

Model Bagian 2



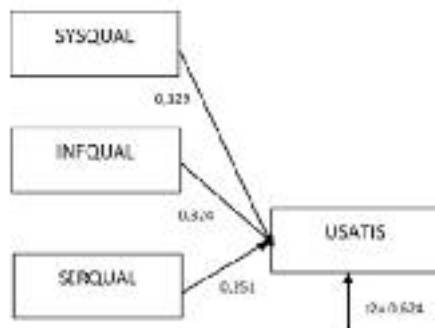
**Tabel 4. Hasil Pengujian Model Bagian 2**

R Square		0,610
$\epsilon 2 = \sqrt{(1 - R\ square)}$		0,624
Standardized Coefficients	SYSQUAL	0,329
	INFQUAL	0,324
	SERQUAL	0,251
Sig.	SYSQUAL	0,000
	INFQUAL	0,000
	SERQUAL	0,000

Variabel Dependen: USATIS

Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 4 menyajikan nilai signifikansi pada ketiga variabel independen sebesar 0,000. Ketiga nilai tersebut lebih kecil dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian, H2, H4, dan H6 diterima.



**Gambar 3. Model Bagian 2**

Full Model

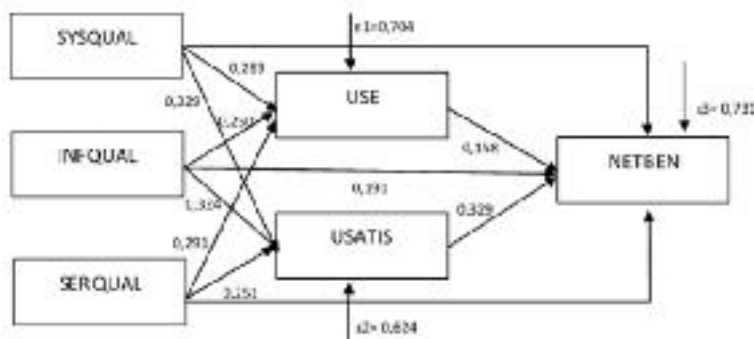
**Tabel 5. Hasil Pengujian Full Model**

R Square		0,465
$\epsilon 3 = \sqrt{(1 - R\ square)}$		0,731
Standardized Coefficients	SYSQUAL	0,088
	INFQUAL	0,193
	SERQUAL	0,114
	LSE	0,158
	LSATIS	0,325
Sig.	SYSQUAL	0,107
	INFQUAL	0,002
	SERQUAL	0,813
	LSE	0,007
	LSATIS	0,000

Variabel Dependen: NETBEN

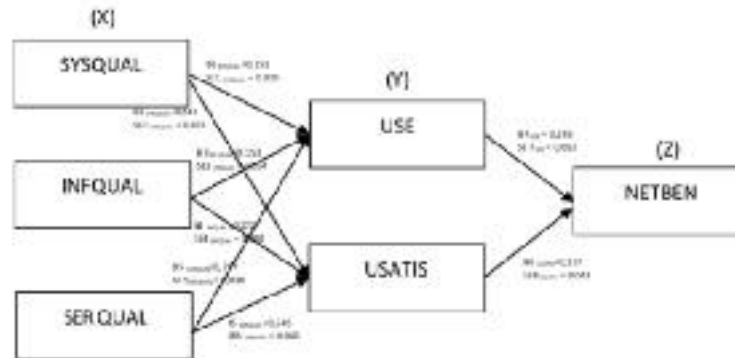
Sumber: Data diolah, 2020

Tabel 5 menyajikan nilai signifikansi pada variabel SYSQUAL = 0,107, INFQUAL = 0,002, SERQUAL = 0,813, LSE = 0,007, dan USATIS = 0,000. Nilai signifikansi variabel INFQUAL, USE, dan USATIS menunjukkan nilai yang lebih kecil dari 0,05. Sedangkan SYSQUAL dan SERQUAL menunjukkan nilai yang lebih besar dari 0,05. Hal ini menandakan bahwa, secara statistik, hanya kualitas informasi, penggunaan sistem, dan kepuasan pengguna yang berpengaruh signifikan terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Dengan demikian, H7, H8, dan H10 diterima; sedangkan H9 dan H11 ditolak sehingga nilai *standardized coefficients* kualitas sistem dan kualitas pelayanan tidak dihitung dalam model.



Gambar 4. Full Model

Hasil Sobel Test



Gambar 5. Unstandardized Coefficients dan Standard Error untuk Sobel Test

Tabel 6. Hasil Perhitungan Sobel Test

	USE → NETBEN	USATIS → NETBEN	Z <sub>sobel</sub>	Ket.
SYSQUAL	2,502	4,233	1,96	Mampu memediasi
INFQUAL	2,347	3,981	1,96	Mampu memediasi
SERQUAL	2,455	3,663	1,96	Mampu memediasi

Sumber: Data diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan sobel test, penggunaan sistem dan kepuasan pengguna mampu memediasi hubungan antara kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan dengan pemerolehan manfaat-martfaat bersih. Hal ini ditunjukkan dan hasil perhitungan sobel test pada masing-masing variabel lebih besar dari nilai Z table (>1,95).

#### Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian analisis jalur, H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas sistem e-commerce yang berpartisipasi pada Harbomas berpengaruh terhadap penggunaan sistem e-commerce tersebut. Hasil penelitian ini sejalan penelitian Hsu dan Hsu (2014), Hsu dan Hsu (2014), Yakubu dan Dasuki (2013), dan Aldholay, A. dkk. (2018) yang menemukan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap penggunaan sistem. Selanjutnya, hasil pengujian analisis jalur untuk H2 menyimpulkan bahwa hipotesis tersebut diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas

sistem e-commerce yang berpartisipasi pada Harbomas berpengaruh terhadap kepuasan pengguna e-commerce tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Hamid dan Ikbal (2017). Selain itu, Angelina dkk. (2019), Hsu dan Hsu (2014), Hang dkk. (2011), Hidayatullah dkk. (2020), Mustikasari (2016), Anina dkk. (2018), Aldholay, A. dkk. (2018), dan Wu dan Wang (2006) juga menemukan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Berdasarkan hasil pengujian analisis jalur, H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi e-commerce yang berpartisipasi pada Harbomas berpengaruh terhadap penggunaan sistem e-commerce tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hamid dan Ikbal (2017), Yakubu dan Dasuki (2013), dan Aldholay, A. dkk. (2018) yang menemukan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap penggunaan sistem. Selanjutnya, hasil pengujian analisis jalur untuk H4 menyimpulkan bahwa hipotesis

tersebut diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas berpengaruh terhadap kepuasan pengguna e-commerce tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Hamid dan Ikbal (2017), Fang dkk. (2011), Chong dkk. (2010), Hidayatullah dkk. (2020), Mustikasari (2016), Anlina dkk. (2018), Aldholay, A. dkk. (2018), dan Wang dan Wang (2006) yang menemukan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Berdasarkan hasil pengujian analisis jalur, H5 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas berpengaruh terhadap penggunaan sistem e-commerce tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Angelina dkk. (2019), Aldholay, A. dkk. (2018), Lai (2015), dan Chong dkk. (2010) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap penggunaan sistem. Selanjutnya, hasil pengujian analisis jalur untuk H6 menyimpulkan bahwa hipotesis tersebut diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas berpengaruh terhadap kepuasan pengguna e-commerce tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian Hamid dan Ikbal (2017), Angelina dkk. (2019), Hsu dan Hsu (2014), Chong dkk. (2010), Hidayatullah dkk. (2020), Anlina dkk. (2018), dan Aldholay, A. dkk. (2018) yang menemukan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

Hasil pengujian analisis jalur untuk H7 menyimpulkan bahwa H7 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas berpengaruh langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Angelina dkk. (2019), Hamid dan Ikbal (2017), dan Aldholay, A. dkk. (2018) yang menemukan bahwa penggunaan sistem berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat

bersih. Selanjutnya, hasil pengujian analisis jalur untuk H8 menyimpulkan bahwa H8 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pengguna e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas berpengaruh langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Angelina dkk. (2019), Hamid dan Ikbal (2017), Hidayatullah dkk. (2020), dan Aldholay, A. dkk. (2018) yang menemukan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Lain halnya dengan hasil pengujian H9 yang ditolak, yang menunjukkan bahwa kualitas sistem e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas tidak berpengaruh langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Hal ini dikarenakan tanpa adanya mediasi dari penggunaan sistem, pengguna e-commerce tidak dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih (Hamid dan Ikbal, 2017).

Selanjutnya, hasil pengujian analisis jalur untuk H10 menyimpulkan bahwa H10 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas berpengaruh langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Angelina dkk. (2019) dan Gorla dkk. (2010) yang menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Lain halnya dengan hasil pengujian H11 yang ditolak, yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas tidak berpengaruh langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Hal ini dikarenakan tanpa adanya mediasi dari kepuasan pengguna, pengguna e-commerce tidak dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih (Hamid dan Ikbal, 2017).

Hasil uji coba untuk menguji H17, H27, H57, H28, H4E, dan H6B menunjukkan bahwa penggunaan sistem dan kepuasan pengguna mampu memediasi hubungan antara kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas



pelayanan e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas dengan memperoleh manfaat-manfaat bersih dari e-commerce tersebut. Hal ini sesuai dengan teori Delone dan McLean (2003) yang menyebutkan bahwa pengguna akan menggunakan sistem e-commerce apabila didukung oleh kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan yang baik. Semakin baik kualitas dari ketiga variabel tersebut maka akan semakin meningkatkan minat pengguna untuk menggunakan sistem e-commerce. Begitu pula dengan kepuasan pengguna yang meningkat seiring dengan baiknya kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan pada e-commerce. Dengan menggunakan sistem dan memperoleh kepuasan dari penggunaan sistem tersebut, maka pengguna sistem e-commerce pun dapat memperoleh manfaat-manfaat bersih dari e-commerce tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas tahun 2019 telah mencapai kesuksesan model e-commerce sesuai dengan model Delone dan McLean (2003). Adapun faktor yang paling menentukan mencapai kesuksesan e-commerce berdasarkan hasil penelitian ini secara statistik adalah kepuasan pengguna.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengguna sistem e-commerce didominasi oleh wanita dibandingan pria yang mana berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa dengan usia 18-25 tahun serta PNS/karyawan dengan usia 26-35 tahun. Hal ini menggambarkan bahwa gender, profesi, dan usia memiliki keterkaitan dengan penggunaan sistem e-commerce.

#### **PENUTUP**

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas berpengaruh terhadap penggunaan sistem dan kepuasan pengguna. Selanjutnya, kualitas informasi berpengaruh langsung terhadap pemerolehan

manfaat-manfaat bersih dari e-commerce, namun kualitas sistem dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Hasil lain menunjukkan bahwa penggunaan sistem dan kepuasan pengguna dapat memediasi pengaruh antara kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan dengan pemerolehan manfaat-manfaat bersih. Dengan demikian, berdasarkan hasil penelitian ini, e-commerce yang berpartisipasi pada Harbolnas 2019 dapat memenuhi kesuksesan e-commerce berdasarkan model kesuksesan e-commerce (Delone dan McLean, 2003).

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan bagi e-commerce dalam mengembangkan sistem e-commerce yang telah ada, baik bagi yang telah berpartisipasi pada Harbolnas maupun yang belum berpartisipasi pada Harbolnas. Selain itu, bagi perusahaan yang baru memulai untuk membuat e-commerce dapat memperhatikan keenam variabel pada model yang digunakan agar e-commerce yang akan dibuat nantinya dapat mencapai kesuksesan. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menilai kesuksesan e-commerce yang berasal dari luar negeri dan dibandingkan dengan kesuksesan e-commerce yang berasal dari Indonesia.

#### **REFERENSI**

- Aldholay, A., I., O., A., Z., dkk. (2018). An extension of Delone and McLean IS Success Model with Self-Efficacy: Online Learning Usage in Yemen. *International Journal of Information and Learning Technology*, 35(4), 285-304. <https://doi.org/https://doi.org/10.1138/IJILT-11-2017-0116>.
- Anfina, A., dkk. (2018). Analisis Kesuksesan Penerapan Sistem Perhotelan dengan Penekatan Model Delone and Mclean 1,2,3. *Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Manajemen Sistem Informasi*, 4(1), 55-59.

- Angelina, R. I., dkk. (2019). Analyzing E-Commerce Success Using Delone and McLean Model. *Journal of Information Systems Engineering and Business Intelligence*, 5(2), 156. <https://doi.org/10.20473/jisebi.5.2.156-162>.
- Chong, H., dkk. (2013). Validity of Delone and McLean's E-Commerce Model in B2C Student Loan Industry. *Journal of International Technology and Information Management*, 19(1), 75-97.
- Delone, W. H. dan McLean, E. R. (2003). The Delone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9-30. <https://doi.org/10.1080/07411222.2003.11045748>.
- Fang, Y.-H., dkk. (2011). Understanding Customers' Satisfaction and Repurchase Intentions: An Integration of IS Success Model, Trust, and Justice. *Internet Research*, 21. <https://doi.org/10.1108/10662241111158335>.
- Gorla, N., dkk. (2010). *Journal of Strategic Information Systems Organizational Impact of System Quality, Information Quality and Service Quality*, 13, 207-228. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2010.05.001>.
- Hamid, R. S. dan Ikhlas, M. (2017). Analisis Dampak Kepercayaan pada Penggunaan Media Pemasaran Online (E-Commerce) yang Diadopsi oleh UMKM: Perspektif Model Delone dan McLean. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 16(3), 310-337. <https://doi.org/10.12695/jml.2017.16.3.6>.
- Hidayatullah, S., dkk. (2020). Implementasi Model Kesuksesan Sistem Informasi Delone And McLean Terhadap Sistem Pembelajaran Berbasis Aplikasi Zoom Di Saat Pandemi. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Informatika*, 6(1), 44-52.
- Hsu, M.-H. dan Hsu, C.-S. (2014). Understanding Online Shopping Intention: The Roles of Four Types of Trust and Their Antecedents. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 24. <https://doi.org/10.1108/INTR-01-2013-0007>.
- Lai, J. Y. (2015). E-SERVCON and E-commerce Success: Applying The Delone and McLean Model. *Web Design and Development: Concepts, Methodologies, Tools, and Applications*, 2(5), 815838. <https://doi.org/10.4018/978-1-4666-8615-9.ch038>.
- Laudon, K. C. dan Laudon, J. P. (2014). *Management Information Systems Managing the digital firm Thirteen Edition Global Edition* (5th).
- Lee, D., Park, J. dan Ahn, J. (2001). On the Explanation of Factors Affecting E-Commerce Adoption. *Twenty-Second International Conference on Information Systems*, 109-120.
- Mustikasari, N. W. (2016). *Miraf Penggunaan Sistem Informasi Electronic Commerce: Pencakatan Dekomposisi Model Kesuksesan Delone dan McLean*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Brawijaya*, 4(2).
- Tentang Harbolnas. (n.d.). <https://harbolnas.idca.or.id/tentang-harbolnas>.
- Turban, E., dkk. (2018). *Information Technology for Management* (11th ed.). John Wiley and Sons Ltd.
- Wu, J. dan Wang, Y. (2006). *Measuring EMS success: A respecification of the Delone and McLean's model*. *Information & Management*, 43(6), 726-739. <https://doi.org/10.1016/j.im.2006.05.002>.
- Yakubu, M. N. dan Dasuki, S. (2018). *Assessing eLearning systems success in Nigeria: an application of the Delone and McLean Information Systems Success*

*Model An Application Of The Delane  
and McLean. 183-203.*



# JIMFE - Dian

## ORIGINALITY REPORT

**37** %

SIMILARITY INDEX

**35** %

INTERNET SOURCES

**20** %

PUBLICATIONS

**19** %

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://jimfeb.ub.ac.id">jimfeb.ub.ac.id</a> Internet Source	2%
2	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
4	<a href="http://jos.unsoed.ac.id">jos.unsoed.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://www.mikroskil.ac.id">www.mikroskil.ac.id</a> Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	1%
7	<a href="http://lib.ibs.ac.id">lib.ibs.ac.id</a> Internet Source	1%
8	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	1%
9	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	1%

10	<a href="http://docobook.com">docobook.com</a> Internet Source	1%
11	<a href="http://www.jite.org">www.jite.org</a> Internet Source	1%
12	<a href="http://id.scribd.com">id.scribd.com</a> Internet Source	1%
13	<a href="http://news.detik.com">news.detik.com</a> Internet Source	1%
14	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	1%
15	<a href="http://jamal.ub.ac.id">jamal.ub.ac.id</a> Internet Source	1%
16	<a href="http://123dok.com">123dok.com</a> Internet Source	1%
17	<a href="http://eprints.undip.ac.id">eprints.undip.ac.id</a> Internet Source	1%
18	<a href="http://repository.its.ac.id">repository.its.ac.id</a> Internet Source	1%
19	<a href="http://dspace.uui.ac.id">dspace.uui.ac.id</a> Internet Source	1%
20	<a href="http://jurnal.unej.ac.id">jurnal.unej.ac.id</a> Internet Source	1%

Submitted to Universitas International Batam

21

Student Paper

1%

22

Ade Mubarok, Noneng Tia Aprilia, Sari Susanti. "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA LAYANAN GOOGLE-FORMS SEBAGAI MEDIA SURVEY ONLINE MENGGUNAKAN DELONE & MCLEAN", Jurnal Informatika, 2020

Publication

1%

23

[educationaltechnologyjournal.springeropen.com](http://educationaltechnologyjournal.springeropen.com)

Internet Source

1%

24

Submitted to Universitas Sebelas Maret

Student Paper

1%

25

Muhammad Anshar Syamsuddin. "ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI EFEKTIVITAS SAPP di DIREKTORAT JENDERAL BEA DAN CUKAI", JURNAL MANAJEMEN KEUANGAN PUBLIK, 2017

Publication

&lt;1%

26

[eprints.perbanas.ac.id](http://eprints.perbanas.ac.id)

Internet Source

&lt;1%

27

[sinta.ristekbrin.go.id](http://sinta.ristekbrin.go.id)

Internet Source

&lt;1%

28

[aaki.or.id](http://aaki.or.id)

Internet Source

&lt;1%

29

[www.inderscienceonline.com](http://www.inderscienceonline.com)



Internet Source

<1%

30

[www.repository.uinjkt.ac.id](http://www.repository.uinjkt.ac.id)

Internet Source

<1%

31

[media.neliti.com](http://media.neliti.com)

Internet Source

<1%

32

Submitted to Universitas Warmadewa

Student Paper

<1%

33

R Ramli, H Yahya. "Effective Use of LMS in Inculcating 21st Century Skills among University Graduates – A Conceptual Success Model", 2019 IEEE International Conference on Engineering, Technology and Education (TALE), 2019

Publication

<1%

34

[angelawoen95.wordpress.com](http://angelawoen95.wordpress.com)

Internet Source

<1%

35

[publikasi.mercubuana.ac.id](http://publikasi.mercubuana.ac.id)

Internet Source

<1%

36

[repository.unika.ac.id](http://repository.unika.ac.id)

Internet Source

<1%

37

[mmt.its.ac.id](http://mmt.its.ac.id)

Internet Source

<1%

38

Submitted to Sriwijaya University

Student Paper

<1%

---

39 [id.123dok.com](http://id.123dok.com) Internet Source <1%

---

40 [repository.ub.ac.id](http://repository.ub.ac.id) Internet Source <1%

---

41 [repository.wima.ac.id](http://repository.wima.ac.id) Internet Source <1%

---

42 [creativecommons.org](http://creativecommons.org) Internet Source <1%

---

43 [sajim.co.za](http://sajim.co.za) Internet Source <1%

---

44 Submitted to UIN Sunan Ampel Surabaya Student Paper <1%

---

45 Submitted to University of Bedfordshire Student Paper <1%

---

46 [1600495ssrahma.wordpress.com](http://1600495ssrahma.wordpress.com) Internet Source <1%

---

47 [ejournal.upnjatim.ac.id](http://ejournal.upnjatim.ac.id) Internet Source <1%

---

48 [pt.scribd.com](http://pt.scribd.com) Internet Source <1%

---

49 [etheses.uin-malang.ac.id](http://etheses.uin-malang.ac.id) Internet Source <1%

---

50 [repository.bakrie.ac.id](http://repository.bakrie.ac.id)

Internet Source

<1%

51

[e-prosiding.poliban.ac.id](http://e-prosiding.poliban.ac.id)

Internet Source

<1%

52

[ocs.upnvj.ac.id](http://ocs.upnvj.ac.id)

Internet Source

<1%

53

[docplayer.info](http://docplayer.info)

Internet Source

<1%

54

Submitted to Udayana University

Student Paper

<1%

55

Submitted to iGroup

Student Paper

<1%

56

[anchor.fm](http://anchor.fm)

Internet Source

<1%

57

Submitted to Binus University International

Student Paper

<1%

58

Hsiu-Ju Chen. "Clarifying the impact of surprise in e-learning system design based on university students with multiple learning goals orientation", Education and Information Technologies, 2020

Publication

<1%

59

[link.springer.com](http://link.springer.com)

Internet Source

<1%



60	<a href="http://eprints.ums.ac.id">eprints.ums.ac.id</a> Internet Source	<1%
61	<a href="http://jurnal.uisu.ac.id">jurnal.uisu.ac.id</a> Internet Source	<1%
62	<a href="http://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	<1%
63	<a href="http://journals.telkomuniversity.ac.id">journals.telkomuniversity.ac.id</a> Internet Source	<1%
64	<a href="http://www.forkami.co.id">www.forkami.co.id</a> Internet Source	<1%
65	<a href="http://beta.benjamins.com">beta.benjamins.com</a> Internet Source	<1%
66	<a href="http://ejournal.bsi.ac.id">ejournal.bsi.ac.id</a> Internet Source	<1%
67	<a href="http://ensikloped.blogspot.com">ensikloped.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
68	Submitted to Universitas Esa Unggul Student Paper	<1%
69	<a href="http://worldwidescience.org">worldwidescience.org</a> Internet Source	<1%
70	<a href="http://www.qucosa.de">www.qucosa.de</a> Internet Source	<1%
71	<a href="http://journal.unpak.ac.id">journal.unpak.ac.id</a> Internet Source	<1%

<1%

72

Triana Harmini, Faisal Reza Pradhana, Naufal Fikri Al Azmi. "Analisis Kepuasan Mahasiswa Terhadap Kualitas Sistem Fingerprint Scanner Masjid Dengan Metode Structural Equation Modeling (SEM)", Riemann: Research of Mathematics and Mathematics Education, 2020

Publication

<1%

73

[jameb.stimlasharanjaya.ac.id](http://jameb.stimlasharanjaya.ac.id)

Internet Source

<1%

74

[zombiedoc.com](http://zombiedoc.com)

Internet Source

<1%

75

[xcontohmakalah.blogspot.com](http://xcontohmakalah.blogspot.com)

Internet Source

<1%

76

[ojs.uajy.ac.id](http://ojs.uajy.ac.id)

Internet Source

<1%

77

[www.sumbbu.com](http://www.sumbbu.com)

Internet Source

<1%

78

[slidedocuments.org](http://slidedocuments.org)

Internet Source

<1%

79

[ojs.stmikpringsewu.ac.id](http://ojs.stmikpringsewu.ac.id)

Internet Source

<1%

80

[repository.uinjkt.ac.id](http://repository.uinjkt.ac.id)

Internet Source

<1%

---

81

[eprints.iain-surakarta.ac.id](http://eprints.iain-surakarta.ac.id)

Internet Source

<1%

---

82

Tarwoto Tarwoto, Adam Prayogo Kuncoro.  
"Evaluasi Penerapan Sistem Informasi Smart Prodi dengan Pendekatan Delone Mclean dan Framework Cobit 5", MATRIK : Jurnal Manajemen, Teknik Informatika dan Rekayasa Komputer, 2019

Publication

<1%

---

83

[doi.org](http://doi.org)

Internet Source

<1%

---

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off



# JIMFE - Dian

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---

PAGE 11

---

PAGE 12

---

PAGE 13

---

PAGE 14

---

PAGE 15

---

PAGE 16

---