

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Aplikasi dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pengguna Brand Ultrajaya Pada Aplikasi HANOMAN di HIS

¹Gili Artha Oktaviano L, ²Endang M. Sasmita, ³Bida Sari
^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Jakarta

E-mail: ¹giliarthao@gmail.com, ²endang.msasmita59@gmail.com,
³bida.sari@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

Aplikasi *Sales Monitoring* adalah aplikasi untuk mendata absensi dan *reporting* seputar *sales* guna meningkatkan efisiensi operasional perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak kualitas layanan, fitur aplikasi, dan kemudahan penggunaan aplikasi terhadap kepuasan pengguna aplikasi HANOMAN di *Hanoman Indonesia System* (HIS). Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *Simple Random Sampling* sebanyak 91 responden pelanggan aplikasi HANOMAN di *Hanoman Indonesia System*. Data dianalisis menggunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan software Smart-PLS 4 untuk menguji model luar (*outer model*) dan model dalam (*inner model*) dari persamaan regresi berganda. Hasil penelitian, berdasarkan nilai *t*-statistik dan *p-value*, menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan dari kualitas layanan, fitur aplikasi, serta kemudahan penggunaan aplikasi terhadap kepuasan pengguna. Kualitas pelayanan, fitur aplikasi serta kemudahan penggunaan aplikasi mempunyai pengaruh sebesar 82.8% terhadap kepuasan pengguna brand Ultrajaya pada aplikasi HANOMAN di *Hanoman Indonesia System*.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, fasilitas aplikasi, kemudahan penggunaan aplikasi

ABSTRACT

The Sales Monitoring application is an application for recording attendance and reporting about sales in order to improve the company's operational efficiency. The aim of this research is to examine the influence of service quality, application facilities and ease of use of the application on customer satisfaction on the HANOMAN application in the Hanoman Indonesia System. This research uses a quantitative method by taking samples using the Simple Random Sampling technique of 91 respondents from HANOMAN application customers on the Hanoman Indonesia System. Data processing uses the Structural Equation Model (SEM) approach with Smart-PLS 4 software to test the outer and inner models of multiple regression equations. Research results based on t-statistic values and p-values show that there is a significant positive influence of service quality, application facilities and ease of use of applications on user satisfaction. Service quality, application facilities and ease of use of the application have an impact of 82.8% on Ultrajaya brand user satisfaction on the HANOMAN application on the Hanoman Indonesia System..

Keyword : Service quality, application facilities and ease of use of the application

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi dan internet saat ini sangat pesat sejalan dengan

perkembangan ilmu pengetahuan dan sangat berperan dalam membantu kehidupan manusia di segala aspek kehidupan (Khalid, 2019). Masyarakat

berperan untuk memastikan penggunaan teknologi dapat dimanfaatkan secara bijak dan bertanggung jawab sehingga membawa dampak positif pada kehidupan manusia.

Start Up merupakan sebuah perusahaan yang di desain untuk membuat model bisnis yang efektif dengan tujuan mencapai pertumbuhan yang cepat (M. Dimas et al, 2023). Perkembangan bisnis *Start Up* di Indonesia saat ini cukup pesat dengan didukungnya teknologi serta fasilitas yang semakin berkembang dan maju, *Hanoman Indonesia System* sebagai perusahaan *Start Up* memiliki aplikasi *sales monitoring* yaitu HANOMAN, Aplikasi ini dikembangkan secara khusus untuk memenuhi kebutuhan perusahaan yang bergerak dibidang FMCG.

Fast Moving Consumer Goods (FMCG) atau suatu perusahaan yang berbisnis pada bidang retail yang menjual produk kebutuhan pokok manusia dengan memiliki perputaran yang cepat serta tingkat harga yang ekonomis. (Sarwo Nugroho, 2020). *PT. Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk* salah satu perusahaan FMCG yang bekerjasama dengan *Hanoman Indonesia System* dengan tenaga kerja Sales Promotion Girl (SPG) serta Merchandise Display/MD-nya menggunakan aplikasi HANOMAN. Aplikasi HANOMAN ini dirancang untuk pendataan kehadiran dan laporan seputar penjualan pelanggannya (SPG-MD) di setiap outlet yang mereka kunjungi setiap harinya. Total pelanggan aplikasi HANOMAN pada brand Ultrajaya berjumlah 274 pelanggan di 20 area (2024).

Peneliti mengidentifikasi adanya keluhan dari pengguna HANOMAN yang disebabkan oleh kurangnya pemahaman terhadap fungsi beberapa fitur dan menu di aplikasi, sehingga tidak berfungsi dengan optimal. Hanoman Indonesia System sadar akan kendala tersebut, pihak aplikasi melakukan evaluasi dan kerja, harapannya untuk

menciptakan tim yang solid agar timeline yang dijalankan sesuai.

2. LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah ukuran untuk menilai apakah barang dan jasa memiliki nilai manfaat sesuai dengan yang diharapkan (Ardista, 2021). Kualitas pelayanan menurut Bloom & Reenen (2019) yaitu suatu pelayanan yang memiliki kemampuan sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan baik yang diungkapkan secara tersirat. Sedangkan menurut (Ismail & Yusuf, 2021) Kualitas pelayanan yang baik yaitu pemahaman dan pemenuhan ekspektasi daripada target konsumennya.

Menurut Riau (2018) terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yaitu kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bukti (*tangibles*), empati (*emphaty*), tanggapan (*responsiveness*). Setiap perusahaan wajib mengupayakan kualitas pelayanan dengan semaksimal mungkin agar dapat bersaing dan tetap menjadi pilihan pelanggan.

Fasilitas

Fasilitas adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh pihak penjual sebagai peralatan atau perlengkapan fisik untuk memberikan kenyamanan penggunaannya (Alfian & Susanti, 2023). Menurut Muhtadi et al., (2020) fasilitas adalah penyediaan kelengkapan peralatan dalam melayani pengguna untuk memberikan kemudahan saat melaksanakan aktivitas kegiatannya. Pendapat lain menyatakan fasilitas merupakan komponen yang sangat penting dalam pemasaran jasa karena layanan yang diberikan ke pengguna seringkali membutuhkan infrastruktur sebagai pendukung penyampaiannya (Yesi Triyuliarlita Amelia & Koko Safitri, 2021). Menurut D. K. Dimas & Soliha (2022) fasilitas memiliki beberapa dimensi, termasuk perencanaan spasial,

pengaturan tata letak atau ruang, penyediaan perlengkapan atau peralatan, pencahayaan dan warna, serta penyampaian pesan secara grafis.

Aplikasi

Aplikasi merupakan suatu perangkat lunak berisikan sebuah perintah (*coding*) yang dapat diubah sesuai dengan keinginan (Dianti, 2017). Menurut Dhita R. L. et al. (2023) aplikasi didefinisikan sebagai program yang dirancang untuk menjalankan fungsi sesuai dengan tujuan penggunaannya, pengguna, dan jenis aplikasi itu sendiri. Aplikasi ini dikembangkan menggunakan bahasa pemrograman dengan tujuan untuk membantu menyelesaikan masalah. Sedangkan menurut (Ii & Pustaka, 2021) aplikasi yaitu suatu kelompok dokumen (*report, form, class*) yang bertujuan melakukan aktivitas tertentu yang saling terkait.

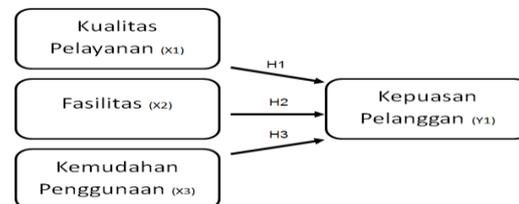
Kemudahan Penggunaan

Kemudahan Penggunaan didefinisikan oleh (Setyarko, 2016), sebagai seberapa jauh kemajuan teknologi saat ini dapat diakses dengan tidak sulit serta menyediakan informasi yang mudah dipahami oleh pengguna. Kemudahan penggunaan aplikasi merupakan keyakinan pengguna terhadap interaksi antara pengguna dengan suatu teknologi dapat digunakan dengan usaha yang lebih efisien dan efektif.

Kemudahan penggunaan dapat ditandai ketika adanya hubungan pengguna dengan teknologi yang tersedia sehingga sistem dapat lebih dikenal dan mudah untuk dioperasikan oleh penggunaannya. Dimensi kemudahan penggunaan yaitu 1) interaksi individu dengan teknologi dalam sistem yang mudah dimengerti dan jelas untuk dipahami; 2) membutuhkan usaha yang minim untuk berinteraksi dengan teknologi tersebut; 3) teknologi mudah digunakan, dan 4) teknologi mudah digunakan sesuai yang ingin dikerjakan

oleh pengguna (Firdaus & Himawati, 2022)..

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2024)

Hipotesis

- H1: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna
- H2: Fasilitas Aplikasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna
- H3: Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna

3. METODELOGI

Metode analisis pada penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif, yaitu penelitian terhadap data numerik menggunakan analisis data statistik.

Objek penelitian ini adalah pengguna pada *brand* Ultrajaya sebagai pengguna aplikasi HANOMAN di *Hanoman Indonesia System*. Metode pengambilan sampel dengan *Simple Random Sampling* karena pengambilan sampel diambil berdasarkan populasi yang dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan struktur populasi tersebut. Dengan total sampel sebanyak 91 dari total populasi sebanyak 274 pengguna.

Penelitian ini memanfaatkan dua jenis data, yaitu data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner (menggunakan skala Likert) kepada responden yang merupakan pengguna aplikasi HANOMAN pada *brand* ultrajaya dan data sekunder yang diperoleh melalui studi pustaka.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan SEM (*Structural Equation*

Model) dan pengolahan data dilakukan melalui program SmartPLS 4 pada komputer. Analisis SEM menerapkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + e_{it}$$

Keterangan:

Y_{it} : Kepuasan pengguna

β_0 : Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$: Koefisien variabel independen

X_{1it} : Kualitas pelayanan

X_{2it} : Fasilitas aplikasi

X_{3it} : Kemudahan penggunaan aplikasi

e_{it} : Error

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

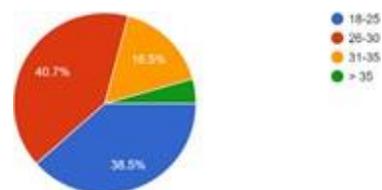
Hanoman Indonesia System

Hanoman Indonesia System berdiri sejak 2017 sebagai perusahaan yang memiliki aplikasi *sales monitoring* yaitu HANOMAN yang sudah di download oleh 5000 lebih penggunanya dari 180 lebih perusahaan FMCG yang bekerjasama di seluruh Indonesia. Aplikasi ini dikembangkan secara khusus untuk memenuhi kebutuhan perusahaan FMCG tersedia fitur absensi, *live tracking*, *HR system*, *sales report*, *analytic dashboard*.

Karakteristik Responden

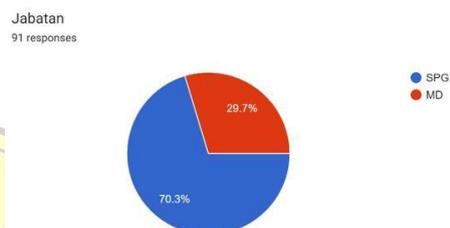
Dalam penelitian ini, data responden yang dianalisis mencakup jenis kelamin, usia, jabatan, dan lama bekerja.

Dari 91 responden yang diteliti, berjenis kelamin laki-laki sebanyak 27 orang (29,7%) dan perempuan sebanyak 64 orang (70,3%). Mayoritas responden berada pada rentang usia 26-30 tahun (Gambar 2) sebanyak 37 orang (40,7%).



Gambar 2. Responden Berdasarkan Usia

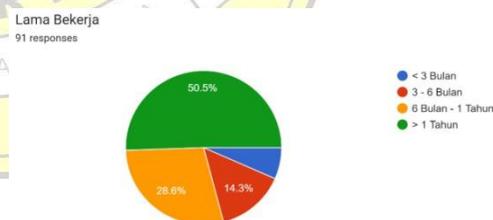
Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024



Gambar 3. Responden Berdasarkan Jabatan

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Responden dengan jabatan SPG sebanyak 64 orang (70,3%) dan responden dengan jabatan MD sebanyak 27 orang (29,7%)(Gambar 3). Sedangkan berdasarkan lama bekerja (Gambar4), responden yang kurang dari 3 bulan sebanyak 6 orang (6,6%), responden dengan rentang lama bekerja 3- 6 bulan sebanyak 13 orang (14,3%), responden dengan rentang lama bekerja 6 – 12 bulan sebanyak 26 orang (28,6%), dan responden dengan lama bekerja lebih dari 1 tahun sebanyak 46 orang (50,5%).



Gambar 4. Responden Berdasarkan Lama Bekerja

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Analisis Hasil Pengolahan Data Penelitian

Analisis hasil olahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SmartPLS 4, yang mencakup *outer model* dan *inner model*.

Uji Model Pengukuran (Outer Model)

a. Convergent Validity

Berdasarkan hasil dari *convergent validity* menyatakan nilai pada Indicator *Outer's Loading* dengan nilai *loading faktor* $\geq 0,7$ dapat dikatakan ideal dan nilai *loading faktor* $\geq 0,5 - 0,6$ masih dapat diterima (Mutiarini Mubyl, 2020).

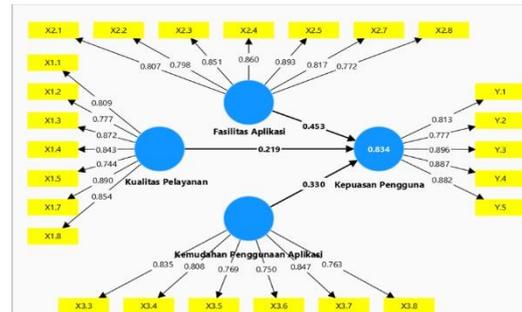
Tabel 1. Hasil *Loading Factor*

	Kualitas Pelayanan	Fasilitas Aplikasi	Kemudahan Penggunaan Aplikasi	Kepuasan Pengguna
X1.1	0.811			
X1.2	0.783			
X1.3	0.854			
X1.4	0.837			
X1.5	0.736			
X1.6	0.548			
X1.7	0.876			
X1.8	0.85			
X2.1		0.795		
X2.2		0.775		
X2.3		0.845		
X2.4		0.851		
X2.5		0.875		
X2.6		0.672		
X2.7		0.813		
X2.8		0.776		
X2.9		0.642		
X3.1			0.659	
X3.2			0.626	
X3.3			0.809	
X3.4			0.791	
X3.5			0.743	
X3.6			0.739	
X3.7			0.838	
X3.8			0.761	
Y.1				0.813
Y.2				0.78
Y.3				0.895
Y.4				0.885
Y.5				0.882

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Pada Tabel 1, Variabel kualitas pelayanan (X1) terdapat indikator yang tidak valid yaitu X1.6. Variabel fasilitas aplikasi (X2) terdapat indikator yang tidak valid yaitu X2.6, dan X2.9. Variabel kemudahan penggunaan aplikasi (X3) terdapat indikator yang tidak valid yaitu X3.1 dan X3.2. Variabel kepuasan pelanggan (Y) semua instrument valid.

Agar memenuhi syarat *convergent validity*, maka selanjutnya dilakukan pengeliminasian indikator yang tidak valid $\leq 0,7$ dari model.



Gambar 5. Hasil Pengeliminasian Data
Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Setelah dilakukan pengeliminasian indikator dari model diperoleh hasil bahwa semua indikaor pada nilai outer loading di atas 0.70, dengan ini sudah memenuhi syarat *convergent validity*.

b. Discriminant Validity

Uji *discriminant validity* dapat diperhatikan nilai *cross loading* setiap indikator yang ada pada variabel penelitian. Menurut (Hair et al., 2019) *discriminant validity* bertujuan untuk memastikan dari beberapa konsep atau variabel dalam model laten berbeda dari variabel lainnya. Hal ini dapat diuji dengan membandingkan setiap indikator terhadap konstraknya, yang harus memiliki nilai lebih tinggi dibandingkan konstruk lainnya.

Tabel 2. Hasil Uji *Cross Loading*

	Kualitas Pelayanan	Fasilitas Aplikasi	Kemudahan Penggunaan Aplikasi	Kepuasan Pengguna
X1.1	0.809	0.625	0.466	0.612
X1.2	0.777	0.667	0.495	0.59
X1.3	0.872	0.639	0.546	0.694
X1.4	0.843	0.626	0.485	0.606
X1.5	0.744	0.642	0.449	0.664
X1.7	0.89	0.793	0.552	0.715
X1.8	0.854	0.759	0.618	0.726
X2.1	0.786	0.807	0.666	0.704
X2.2	0.693	0.798	0.546	0.667
X2.3	0.649	0.851	0.654	0.761
X2.4	0.667	0.86	0.671	0.749
X2.5	0.733	0.893	0.599	0.806
X2.7	0.651	0.817	0.569	0.705
X2.8	0.602	0.772	0.521	0.669
X3.3	0.503	0.622	0.835	0.599
X3.4	0.572	0.582	0.808	0.609
X3.5	0.461	0.579	0.769	0.62
X3.6	0.54	0.648	0.75	0.647
X3.7	0.459	0.532	0.847	0.649
X3.8	0.456	0.519	0.763	0.672
Y.1	0.635	0.722	0.625	0.813
Y.2	0.663	0.72	0.535	0.777
Y.3	0.65	0.733	0.759	0.896
Y.4	0.706	0.782	0.657	0.887
Y.5	0.744	0.766	0.799	0.882

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Berdasarkan Tabel, nilai dari *cross loading* ditemukan bahwa terdapat beberapa indikator telah memiliki nilai *cross loading* yang sesuai, maka dengan hasil pengujian tersebut dinyatakan valid secara *discriminant*.

Fornell-Larcker Criterion yaitu salah satu teknik untuk memeriksa *discriminant validity* dari model pengukuran. Berdasarkan hasil dari *Fornell-Larcker Criterion* (Tabel 3) menunjukkan bahwa evaluasi *discriminant validity* terhadap variabel kualitas pelayanan, fasilitas aplikasi, kemudahan penggunaan, dan kepuasan pengguna sudah terpenuhi karena hubungan antar variabel sudah lebih tinggi dibandingkan hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya.

Tabel 3. *Fornell-Larcker Criterion*

	Fasilitas Aplikasi	Kemudahan Penggunaan Aplikasi	Kepuasan Pengguna	Kualitas Pelayanan
Fasilitas Aplikasi	0.823			
Kemudahan Penggunaan Aplikasi	0.729	0.796		
Kepuasan Pengguna	0.874	0.797	0.852	
Kualitas Pelayanan	0.823	0.626	0.799	0.828

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Berdasarkan hasil *Fornell-Larcker Criterion* menunjukkan bahwa evaluasi *discriminant validity* terhadap variabel kualitas pelayanan, fasilitas aplikasi, kemudahan penggunaan, dan kepuasan pengguna sudah terpenuhi karena hubungan antar variabel sudah lebih tinggi dibandingkan hubungan suatu variabel dengan variabel lainnya.

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT) digunakan juga dalam uji *discriminant validity*. Sarah et al.(2023) menyarankan bahwa nilai HTMT < 0,90 sangat baik.

Tabel 4. *Heterotrait-Monotrait Ratio* (HTMT)

	Fasilitas Aplikasi	Kemudahan Penggunaan Aplikasi	Kepuasan Pengguna	Kualitas Pelayanan
Fasilitas Aplikasi				
Kemudahan Penggunaan Aplikasi	0.806			
Kepuasan Pengguna	0.752	0.66		
Kualitas Pelayanan	0.890	0.691	0.657	

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Pada Tabel 4 di atas menunjukkan nilai Heterotrait-Monotrait (HTMT) ratio lebih kecil dari 0.9 untuk membuktikan *validitas discriminant* antara dua konstruk menurut Hair et al. (2019) sehingga dinyatakan bahwa model penelitian yang sudah dipaparkan melalui keempat variabel tersebut sudah valid.

a. Construct Reliability

Uji *construct reliability* adalah validitas alat ukur yang menunjukkan seberapa stabil alat tersebut dalam mengukur suatu kondisi, yaitu jawaban dari kuesioner yang diberikan kepada responden (Sarah, 2023).

Tabel 5. Hasil Construct Reliability

	Cronbach's Alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
Kualitas Pelayanan	0.923	0.927	0.939	0.686
Fasilitas Aplikasi	0.924	0.927	0.939	0.688
Kemudahan Penggunaan Aplikasi	0.884	0.884	0.912	0.634
Kepuasan Pengguna	0.905	0.909	0.930	0.728

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

a.)Cronbach's Alpha

Cronbach alpha dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai Cronbach alpha > 0,7 (Hair et al., 2019). Berdasarkan data yang telah dianalisis, hasil Cronbach's alpha yang tertera pada Tabel 5 menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

b.)Composite Reliability

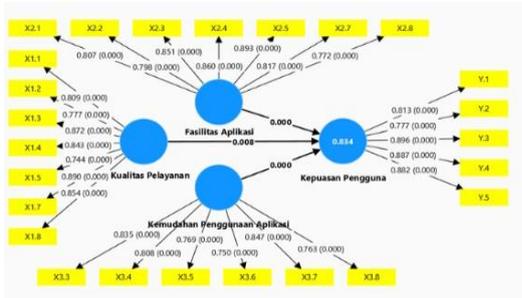
Sebuah variabel dianggap teruji atau reliabel jika memiliki nilai composite reliability di atas 0,7. Berdasarkan pengolahan data, hasil composite reliability yang tercantum di Tabel 5 menunjukkan bahwa semua variabel dinyatakan reliabel.

c.)Average Variance Extracted (AVE)

Sebuah variabel dianggap teruji atau reliabel jika memiliki nilai AVE minimal 0,5. Hasil perhitungan AVE dalam penelitian ini baik instrumen X.1 (Kualitas Pelayanan), X.2 (Fasilitas Aplikasi), X.3 (Kemudahan Penggunaan), dan Y (Kepuasan Pengguna) lebih dari 0.50 maka seluruh variabel dinyatakan reliabel.

Uji Model Struktural (Inner Model)

a. Model Smart PLS



Gambar 6. Hasil gabungan *outer* dan *inner model*

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

b. R-Square

Jika *R square* mendekati nilai 1, maka model semakin baik. Normal jika *R square* > 0,5 model dinyatakan baik.

Tabel 6. Hasil Uji R-Square

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Pengguna	0.834	0.828

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan kemampuan variabel kepuasan pengguna dengan nilai *R-Square adjusted* sebesar 0.828 artinya $0.828 \times 100\% = 82,8\%$ sedangkan $17,2\% (=100\% - 82,8\%)$ dijelaskan oleh variabel lain di luar yang diteliti. Menurut (Joan, Leoni; Sitinjak (2019) untuk regresi dengan lebih dari dua variabel bebas maka menggunakan *R Square Adjusted* sebagai koefisien determinasi.

c. F-Square (F^2)

F square merupakan koefisien untuk mengetahui kebaikan model. Menurut (Sarah, 2023) Nilai F-Square berkisar antara $0.02 \leq F^2 < 0.15$ mengindikasikan bahwa variabel tersebut berpengaruh lemah, $0.15 \leq F^2 < 0.35$ mengindikasikan bahwa variabel tersebut berpengaruh sedang, dan $F^2 \geq 0.35$

mengindikasikan bahwa variabel tersebut berpengaruh tinggi.

Tabel 7. Hasil Uji F-Square

	f-square	Tingkat Pengaruh
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pengguna	0.093	Sedang
Fasilitas Aplikasi -> Kepuasan Pengguna	0.306	Tinggi
Kemudahan Penggunaan Aplikasi -> Kepuasan Pengguna	0.306	Tinggi

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Berdasarkan hasil penelitian, F^2 variabel kualitas pelayanan (0.093) berpengaruh sedang terhadap kepuasan pengguna, variabel fasilitas aplikasi dan kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh tinggi terhadap kepuasan pengguna yaitu sebesar 0.306.

d. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis hasil pengujian *Inner Model* untuk mengetahui apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak dengan memperhatikan t-statistik dan *P-values*. Jika nilai t-statistic lebih besar atau sama dengan t-tabel atau t-statistic > 1.96 (pada signifikansi 0,05 (uji 1 sisi) dan $df = n-k$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika *P-values* < 0.05 maka hipotesis diterima.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O /STDEV)	P values
Kualitas Pelayanan -> Kepuasan Pengguna	0.219	0.221	0.091	2.397	0.017
Fasilitas Aplikasi -> Kepuasan Pengguna	0.453	0.453	0.126	3.605	0.000
Kemudahan Penggunaan Aplikasi -> Kepuasan Pengguna	0.33	0.329	0.084	3.928	0.000

Sumber : Data Penelitian Diolah, 2024

Dari Tabel 8 dapat dilihat bahwa hasil uji hipotesis berdasarkan nilai *t-statistic* dan *P-Value* menyimpulkan :

- Nilai *t-statistic* sebesar 2.397 lebih besar dari 1.96 dan nilai *P-Value* sebesar 0.017 lebih kecil dari 0.05, maka H_{a1} diterima, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.
- Nilai *t-statistic* sebesar 3.605 lebih besar dari 1.96 dan nilai *P-Value* sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, maka H_{a2} diterima, menunjukkan

bahwa fasilitas berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.

- c. Nilai *t-statistic* sebesar 3.928 lebih besar dari 1.96 dan nilai *P-Value* sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05, maka H_{a3} diterima, menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Goodness of Fit (GoF)

GoF berperan dalam menguji kecocokan model antara *outer* maupun *inner* model, apakah terdapat kecocokan dengan nilai yang di observasi dengan nilai yang diinginkan dalam model. Besaran GoF memiliki nilai dengan rentang $0 < \text{GoF} < 1$, jika nilai GoF mendekati angka 1 berarti model semakin baik dengan interpretasi nilai sebagai berikut : 0.00 s/d 0.24 (GoF kecil), 0.25 s/d 0.37 (GoF moderat), dan 0.38 s/d 1 (GoF besar) (Sarah, 2023).

GoF di peroleh dengan rumus:

$$\begin{aligned} \text{GoF} &= \sqrt{\text{AEE} \times \bar{R}} \\ \text{GoF} &= \sqrt{0.684 \times 0.828} \\ \text{GoF} &= 0.752 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil di atas diperoleh nilai GoF sebesar 0.752. menunjukkan GoF berada pada kategori besar karena $\text{GoF} \geq 0.38$. (Sarah, 2023).

Persamaan Regresi Linear Berganda

Berdasarkan Tabel 8 di atas, maka persamaan regresi linear berganda dapat disusun sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Y &= b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \\ Y &= 0.219X_1 + 0.453X_2 + 0.330X_3 \end{aligned}$$

Dari model persamaan regresi linear berganda di atas dapat dijelaskan bahwa:

- a. Koefisien regresi variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap variabel kepuasan pengguna (Y) sebesar 0,219. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap perubahan satu satuan dalam variabel

kualitas pelayanan berpengaruh pada kepuasan pengguna sebesar 0.219 satuan dengan arah yang sama dimana variabel bebas yang lain dari model regresi dianggap tetap.

- b. Koefisien regresi variabel fasilitas aplikasi (X_2) terhadap variabel kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.453. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap perubahan satu satuan dalam variabel fasilitas aplikasi berpengaruh pada kepuasan pengguna sebesar 0.453 satuan dengan arah yang sama dimana variabel bebas yang lain dari model regresi dianggap tetap.
- c. Koefisien regresi variabel kemudahan penggunaan aplikasi (X_3) terhadap variabel kepuasan pengguna (Y) sebesar 0.330. Hal ini mengindikasikan bahwa setiap perubahan satu satuan pada variabel kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh pada kepuasan pengguna sebesar 0.330 satuan dengan arah yang sama dimana variabel bebas yang lain dari model regresi dianggap tetap.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dilihat dengan nilai *t-statistic* sebesar $2.397 > 1.96$ dan nilai *p-value* sebesar $0.017 < 0.05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan yang dilakukan oleh Winarti (2022) dimana variabel kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penemuan serupa juga dilakukan oleh Muhtadi et al. (2020) yang juga menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

2. Pengaruh Fasilitas Aplikasi Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fasilitas aplikasi memiliki dampak

positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal ini dilihat dengan nilai *t-statistic* sebesar $3.605 > 1.96$ serta nilai *p-value* sebesar $0.000 < 0.05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan temuan dari Muhtadi et al. (2020), yang menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian serupa juga dilakukan oleh D. K. Dimas & Soliha (2022), yang menyimpulkan bahwa fasilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan Aplikasi Terhadap Kepuasan Pengguna

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan aplikasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dilihat dari nilai *t-statistic* sebesar $3.928 > 1.96$ dan nilai *p-value* sebesar $0.000 < 0.05$. Temuan penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Purba et al. (2020), yang menunjukkan bahwa variabel kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Penelitian serupa dilakukan oleh Putri¹ et al., (2024) yang menyimpulkan bahwa kemudahan penggunaan memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel yang dihipotesiskan yaitu kualitas pelayanan, fasilitas aplikasi, dan kemudahan penggunaan aplikasi masing-masing memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi HANOMAN di *Hanoman Indonesia System*.

DAFTAR PUSTAKA

Alfian, & Susanti, R. (2023). Jurnal *Economina. Pengaruh Kesadaran*

Merek Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Mie Lemonilo Di Kota Bekasi, 2(2), 3–4.

Ardista, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Langit Membiru Wisata Bogor. *Parameter*, 6(1), 38–49.
<https://doi.org/10.37751/parameter.v6i1.160>

Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2019). BAB II KAJIAN PUSTAKA 2.1. Landasan Teori. *NBER Working Papers*, 2018, 89.
<http://www.nber.org/papers/w16019>

Dhita R. L., Faulina, S. T., & Wisnumurti. (2023). Rancang Bangun Aplikasi Layanan Pengaduan Pada Dinas Pendidikan Kabupaten Oku Berbasis Android Menggunakan Android Studio. *Jik*, 14(Faulina,(2), 25–35.
<https://journal.unmaha.ac.id/index.php/jik/article/view/252/214>

Dianti, Y. (2017). Definisi prosedur, hambatan dan upaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 5–24.
<http://repo.iain-tulungagung.ac.id/5510/5/BAB2.pdf>

Dimas, D. K., & Soliha, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang. *YUME: Journal Manager*, 5(1), 348–358.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.553>

Dimas, M., Wibowo, A., Sidiq, F., & Prabowo, A. (2023). *Validasi Value Proposition Pada Startup A-Tani Value Proposition Validation In A-Tani Startup*. 10(5), 3786–3795.

Editors, C. M. R. (2019). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling Associate Series Editor*.

Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022). Terhadap Kepuasan Konsumern E-

- Commerce Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216–230.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2019). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.
- Ii, B. A. B., & Pustaka, T. (2021). *Jbptppolban-Gdl-195211014L-15539-3-Bab2--4*. 12–22.
- Ismail, T., & Yusuf, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Kantor Indihome Gegerkalong Di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(3), 416.
- Joan, Leoni; Sitinjak, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kebermanfaatan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Penggunaan Layanan Pembayaran Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen*, 8(2), 27–39.
- Khalid, I. (2019). Kredibilitas Media Cetak Dan Media Online. *At-Tadabbur: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 9(1), 84–105. www.ejournal.annadwahkualatungkal.ac.id
- Muhtadi, M. F., Rahmawati, E., & Utomo, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Produk dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Nasabah Tabungan Mudharabah Al Barakah Di Bank Kalsel Kantor Cabang Syariah Banjarmasin). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 9(2), 14–25.
- Mutiari Mubyl, G. D. (2020). Jurnal Mirai Management Jurnal Mirai Management. *Jurnal Mirai Managemnt*, 5(3), 185–199.
- Purba, M., Samsir, & Arifin, K. (2020). Pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan kepercayaan terhadap kepuasan dan niat menggunakan kembali aplikasi ovo pada mahasiswa pascasarjana universitas riau. *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, XII(1), 151–170.
- <https://jtmb.ejournal.unri.ac.id/index.php/JTMB/article/download/7857/6788>
- Putri¹, N. I., Ghafur, A., & Arifin, M. S. (2024). Adira Finance Syariah Satellite Balung. *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance*, 7(1).
- Riau, U. S. (2018). Tujuan Pelayanan. *Skripsi UIN Suska Riau*, 4(1), 1–23.
- Sarah, S., Sasmita, E. M., & Sari, B. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Maxim Bike di Green Pramuka City. *Ekonomika*, 6(3), 154–164. [file:///C:/Users/User/Downloads/3156-Article Text-5081-1-10-20231020.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/3156-Article%20Text-5081-1-10-20231020.pdf)
- Sarwo Nugroho. (2020). Observasi Selfie Para Pekerja Fast Moving Consumer Goods Saat Pandemi Covid-19. *Pixel : Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(1), 69–76. <https://doi.org/10.51903/pixel.v13i1.209>
- Setyarko, Y. (2016). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Secara Online. *Ekonomika Dan Manajemen*, ISSN: 2252-6226, 5(2), 128–147.
- Winarti, N. (2022). *Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus : Toko Listrik Diaz)*.
- Yesi Triyuliarlita Amelia, & Koko Safitri. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Café Hangout Di Sampit. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 95–106. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.296>