

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Di era modern, media informasi menjadi bagian penting dalam kehidupan. Kemajuan teknologi, terutama smartphone dan internet, memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi. Kemudahan ini juga dimanfaatkan oleh berbagai sektor, termasuk kafe, guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan keuntungan usaha [1]. Saat ini banyak sektor bisnis yang memanfaatkan teknologi dalam proses transaksi antara penjual dan pembeli, salah satunya dalam bidang makanan dan minuman [2].

Fore Coffee berdiri pada 2018 dengan gerai pertama di Senopati, Jakarta Selatan, dan dikenal sebagai salah satu pionir kopi modern di Indonesia. Fore memanfaatkan teknologi digital melalui aplikasi dan platform online untuk memudahkan pemesanan, baik pick-up maupun delivery. Aplikasi tersebut telah diunduh lebih dari 1 juta kali. Perusahaan ini menawarkan beragam minuman kopi dan non-kopi berbahan biji lokal berkualitas, serta aktif berinovasi dalam produk, pemasaran digital, dan kolaborasi merek. Pendekatan tersebut membuat Fore Coffee cepat berkembang dan populer di kalangan generasi muda sebagai salah satu brand kopi lokal terkemuka [3].

Fore Coffee hadir dengan konsep futuristik, ramah lingkungan, dan berkualitas. Melalui aplikasi di iOS dan Play Store, pelanggan dapat memesan tanpa antri dengan fitur seperti pemesanan online, pembayaran digital, promo & loyalty,

lokasi gerai, personalisasi menu, notifikasi, ulasan, dan akun pengguna.

Konsep *Pick Up By Self* pesanan di ambil sendiri oleh pembeli di lokasi tokoh yang di tentukan. Dengan konsep ini mendukung gaya hidup cepat dan praktis, diperkuat dengan promosi di media sosial yang memengaruhi keputusan pembelian. Fitur-fitur ini menuntut pemahaman pengguna, sehingga penting dilakukan penilaian kepuasan pengguna [4].

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi keberlanjutan bisnis karena memengaruhi loyalitas, reputasi merek, dan pertumbuhan perusahaan. Pelanggan yang puas cenderung kembali membeli, merekomendasikan, dan memberi ulasan positif, sedangkan ketidakpuasan dapat menyebabkan hilangnya pelanggan dan melemahkan posisi bisnis di pasar. Karena itu, memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan menjadi strategi utama menjaga keberlanjutan bisnis [3].

Fore Coffee hadir dengan konsep futuristik, ramah lingkungan, dan berkualitas. Melalui aplikasi di iOS dan Play Store, pelanggan dapat memesan tanpa antri dengan fitur seperti pemesanan online, pembayaran digital, promo & loyalty, lokasi gerai, personalisasi menu, notifikasi, ulasan, dan akun pengguna.

Konsep *Pick Up By Self* pesanan di ambil sendiri oleh pembeli di lokasi tokoh yang di tentukan. Dengan konsep ini mendukung gaya hidup cepat dan praktis, diperkuat dengan promosi di media sosial yang memengaruhi keputusan pembelian. Fitur-fitur ini menuntut pemahaman pengguna, sehingga penting dilakukan penilaian kepuasan pengguna [4].

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi keberlanjutan bisnis karena memengaruhi loyalitas, reputasi merek, dan pertumbuhan perusahaan. Pelanggan

yang puas cenderung kembali membeli, merekomendasikan, dan memberi ulasan positif, sedangkan ketidakpuasan dapat menyebabkan hilangnya pelanggan dan melemahkan posisi bisnis di pasar. Karena itu, memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan menjadi strategi utama menjaga keberlanjutan bisnis [3].

Masalah utama penelitian ini ialah bagaimana integrasi teknologi dalam perjalanan pelanggan — dari mengenal merek hingga pembelian — dapat meningkatkan pengalaman di *coffeeshop*. Meski memberi kemudahan seperti pemesanan online, pembayaran digital, dan personalisasi, penerapan yang kurang optimal dapat memicu isu privasi, kesalahan personalisasi, dan hilangnya sentuhan manusia. Hal ini penting dikaji karena berdampak pada kepuasan dan loyalitas pelanggan di tengah persaingan yang ketat [5].

Model DeLone & McLean (1992) digunakan untuk menilai keberhasilan sistem TI melalui hubungan antara kualitas sistem dan kualitas informasi terhadap penggunaan dan kepuasan pengguna yang kemudian berdampak pada manfaat individu dan organisasi. Pada penyempurnaan 2003, ditambahkan variabel kualitas layanan. Ketiga kualitas tersebut memengaruhi penggunaan dan kepuasan, yang pada akhirnya menghasilkan manfaat bersih. Penggunaan mendahului kepuasan, dan keduanya saling memperkuat serta berdampak pada manfaat bersih system [6].

Adapun metode lain untuk menilai kepuasan pengguna antara lain yaitu, metode *End-User Computing Satisfaction* (EUCS) yang terdiri dari variable *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, *timeliness*, dan *user satisfaction*. hasil penelitian yang dilakukan oleh Nursyanti [7] Menjelaskan bahwa *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, *topically*, dan *speed system* dirasa kurang puas oleh

mahasiswa terhadap Sistem Informasi Perguruan Tinggi.

Beberapa metode lain seperti Model SERVQUAL hasil penelitian yang dilakukan oleh Herawati [8] Menjelaskan Bahwa Model SERVQUAL memiliki tiga dimensi utama, yaitu reliability (Keandalan), responsiveness (Daya tangkap), dan assurance (Jaminan). penelitian model ini hanya berfokus pada eksplorasi mendalam terhadap pengalaman dan persepsi tanpa melakukan manipulasi variable.

ISO-9241-11:1998 hasil penelitian yang dilakukan oleh Harun [9] Menjelaskan Bahwa Model ISO-9241-11:1998 terdapat 3 metrik usability yang dapat digunakan, diantaranya *Effectiveness* (Keefektifan) Seberapa berhasil pengguna menyelesaikan tugas (ukur: *task success, error*), *Efficiency* (Keefisienan) Seberapa cepat/ hemat sumber daya untuk menyelesaikan tugas (ukur: waktu, jumlah langkah), *Satisfaction* (Kepuasan) Seberapa nyaman dan puas pengguna setelah menggunakan system.

Di antara beberapa model yang ada, DeLone & McLean dianggap paling lengkap karena menghubungkan kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan dengan tingkat penggunaan, kepuasan pengguna, hingga manfaat akhir yang dihasilkan. Adapun EUCS, SERVQUAL, dan ISO-9241-11 hanya fokus pada aspek-aspek tertentu, seperti isi informasi, penerimaan teknologi, mutu layanan, dan tingkat kegunaan sistem.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kepuasan pengguna aplikasi Fore Coffee di Kota Jambi dengan mengadopsi model DeLone & McLean, yang mencakup variabel kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan,

penggunaan, kepuasan pengguna, serta manfaat bersih [10].

Dari hasil survey penelitian terkait pada penelitian ini ada terdapat beberapa penelitian yang di temukan peneliti diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Alifian [11] Dengan menggunakan model DeLone&McLean akan tetapi mengukur aplikasi OVO di kalangan mahasiswa Universitas Airlangga.

Selanjutnya ada penelitian yang dilakukan oleh Yuningsih Y [12] yang mengangkat penelitian Metode Delone and Mclean Dalam Kepuasan Konsumen Terhadap Aplikasi Shopee dimana dalam artikel penelitian tersebut menjelaskan penggunaan konsep Delone and Mclean memperoleh hasil yang sangat signifikan. Kualitas informasi memiliki efek positif pada kepuasan pengguna.

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka peneliti melakukan analisis terhadap aplikasi fore coffee untuk mengetahui kualitas layanan dan kepuasan pengguna yang telah memenuhi aspek-aspek yang ada pada metode Delone and mclean dengan judul **“ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI FORE COFFEE DENGAN MENGGUNAKAN METODE DELONE AND MCLEAN”**

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan sebelumnya, maka permasalahan yang akan dirumuskan dalam penelitian ini sebagai berikut:

- 1) Bagaimana kepuasan pengguna aplikasi fore coffe di Kota Jambi menggunakan metode DeLone And McLean ?
- 2) Bagaimana melakukan pengujian hipotesis dengan variable DeLone and McLean ?

1.3 BATASAN MASALAH

Berdasarkan uraian permasalahan mengenai Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Fore Coffee Menggunakan Metode DeLone and Mclean, maka penulis membuat Batasan masalah dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Penelitian dilakukan pada Aplikasi *Fore Coffe* di Wilayah Kota Jambi
- 2) Penelitian ini menggunakan metode *DeLone And McLean* yang terdapat 6 variabel yaitu kualitas system (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*), kualitas layanan (*service quality*) , pengguna (*use*), kepuasan pengguna (*user satisfaction*), manfaat bersih (*net benefit*).
- 3) Pengumpulan data dilakukan dengan metode kuesioner *google form* dan penyebaran angket di Wilayah Kota Jambi dengan jumlah responden sebanyak 385 responden.
- 4) *Tools* yang digunakan untuk mengolah hasil kuesioner yaitu menggunakan *Microsoft Excel* dan *SmartPLS*.

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada beberapa permasalahan yang telah disampaikan sebelumnya, analisa ini bertujuan sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna aplikasi *Fore Coffee* di kalangan masyarakat Kota Jambi berdasarkan dimensi kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan.

- 2) Untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna terhadap aplikasi Fore Coffee, sesuai dengan model *DeLone and McLean*.
- 3) Untuk mengetahui variabel dari *DeLone & McLean* yang paling dominan mempengaruhi kepuasan pengguna pada Aplikasi *Fore Coffee*.
- 4) Untuk mengetahui kendala apa saja yang di alami oleh para pengguna dalam mengakses Aplikasi *Fore Coffe*.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dalam penelitian ini adalah:

- 1) Bagi pengguna, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai tingkat kepuasan pengguna terhadap aplikasi Fore Coffee berdasarkan kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan. Hasil penelitian ini juga dapat membantu pengguna dalam memahami kelebihan serta kekurangan dari aplikasi sehingga dapat memberikan masukan yang konstruktif untuk perbaikan layanan.
- 2) Bagi pihak aplikasi *fore coffee*, penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak pengembang aplikasi Fore Coffee dalam meningkatkan kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan aplikasi. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat membantu pihak perusahaan dalam mengetahui faktor-faktor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pengguna sehingga

dapat digunakan sebagai dasar dalam pengembangan fitur dan peningkatan layanan aplikasi di masa mendatang.

- 3) Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau sumber informasi bagi peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian terkait evaluasi sistem informasi, khususnya yang menggunakan model DeLone and McLean dalam mengukur keberhasilan suatu sistem atau aplikasi.
- 4) Bagi pengembang ilmu pengetahuan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang sistem informasi, terutama dalam kajian mengenai evaluasi keberhasilan sistem informasi menggunakan model DeLone and McLean.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Pada penelitian ini, penulis menyajikan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang makalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini di khususkan pembahasan teori-teori dasar yang mendukung penelitian di kutip dari buku, jurnal penelitian sejenis dan menuangkan ide atau pendapat para

pakar yang berhubungan dengan permasalahan yang penulis angkat, dimana mencakup teori yang mereka ungkapkan dan dari teori inilah penulis dapat mengambil kesimpulan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini tentang metode atau pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian. Uraian dapat meliputi teknik-teknik pengumpulan data, teknik analisis data, serta tools (alat bantu) yang digunakan.

BAB IV : ANALISIS

Pada bab ini berisi analisis kepuasan pengguna aplikasi menggunakan metode DeLone And McLean

BAB V : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai hasil dari analisis berdasarkan penelitian yang nantinya dapat memberikan gambaran terhadap kepuasan pengguna aplikasi Fore Coffee

BAB VI : PENUTUP

Pada bab ini berisikan kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.