Evaluasi Kualitas *E-Commerce* Dengan Menggunakan Model *McLean* dan *Delone*

Sri Liza1, Darius Antoni2,Evi Yulianingsih3

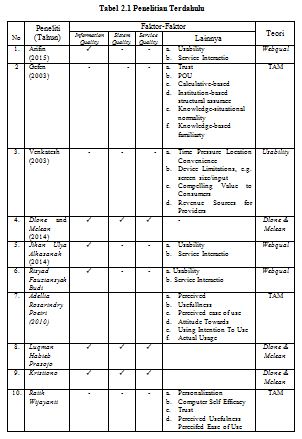
1,2,3Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Bina Darma

Palembang, Indonesia  
sriliza363@yahoo.co.id

**Abstrak:**Keberhasilan penerapan *E-Commerce* dipengaruhi oleh adanya dukungan dan dorongan dari segal pihak kepada para pengguna *E-Commerce*. Penggunaan teknologi diharapkan dapat memberikan manfaat yang besar terhadap dunia bisnis yang kompetitif. *Online shop* di Indonesia telah menerapkan *E-Commerce* di antaranya Lazada.co.id. Model yang digunakan pada *E-Commerce* yaitu *Mclean* dan *Delone* dengan menggunakan kuisioner sebagai sarana untuk pengambilan data dari Mahasiswa Universitas Bina Darma Palembang. Dengan variabel *Information Quality* (X1), *System Quality* (X2), *Service Quality* (X3). Kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 266 Responden. Diperoleh hasil *output* berupa nilai *loading factor regresi* dari ketiga hubungan variabel Kulitas Informasi Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan diperoleh korelasi diantaranya variabel Kualitas Informasisebesar 0,883, variabel Kualitas Sistem sebesar 0,934, variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,866 dapat di simpulkan bahwa variabel yang memiliki nilai tertinggi terhadap kualitas *E-Commerce* adalah variabel Kualitas Sistem.

Kata kunci*: E-Commerce*, Model, *Mcleon, Delone*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah memberikan kontribusi yang cukup berartiterhadap pengambilan keputusan-keputusan bisnis serta perkembangan teknologi informasi telah memberikan kontribusi yang cukup berarti dalam meningkatkan kegiatan pelayanan. Salah satu jenis implementasi teknologi dalam hal meningkatkan persaingan bisnis dan penjualan produk produk adalah dengan menggunakan *ElectronicCommerce(E-Commerce).Electronic Commerce (E-Commerce)*. Keuntungan yang bisa diambil dengan adanya*E-Commerce* adalah *Revenue Stream* (aliran pendapatan) baru yang mungkin lebih menjanjikan yang tidak bisa ditemui dalam transaksi tradisional, Dapat meningkatkan *Market Exposure*, menurunkan biaya operasional dan melebarkan jangkauan pemasaran produk serta meningkatkan *Supplier Manager.*Dilihat dari ovservasi permasalahan yang timbul pada*online shop*Lazada perlu di lakukan evaluasi untuk melihat seberapa besar kontribusi kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas pelayanan terhadap kualitas *E-Commerce*menggunakan model *Mclean* dan *Delone* dan melakukan penelitian serta mengangkatpermasalah tersebut menjadi laporan penelitian dengan judul “**Evaluasi Kualitas *E-Commerce* Dengan Menggunakan Model *Mclean* dan *Delone*** ”

2 Tinjauan Pustaka

* 1. *E-Commerce*

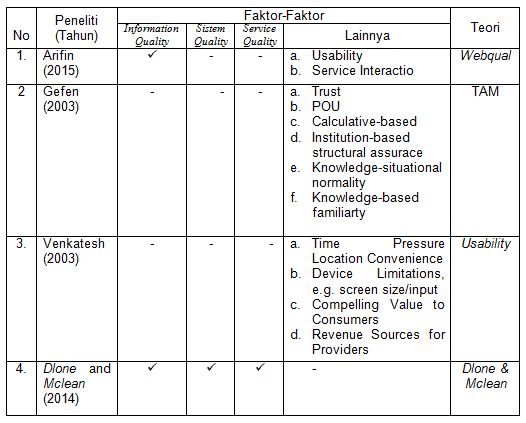
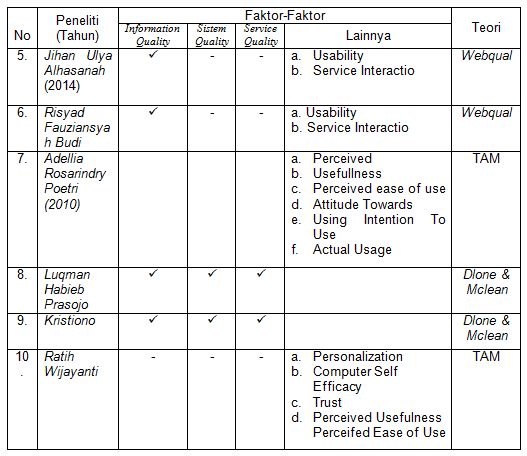
Istilah*E-Commerce*mulaimuncul di tahun 1990-an melaluiadanyainisiatifuntukmengubah paradigm transaksijualbelidanpembayarandaricarakonvensionalkedalambntuk digital elektronikberbasiskomputerdanjaringan internet. Terdapatbeberapadefinisimengenai*E-Commerce*sepertiberikutini :

*E-Commerce* yaitumerupakanbentukperdaganganbarangdaninformasimelaluijaringan internet (Baourakis, Kourgiantakis, danMigdalas 2002) dalambukuPratama (2015 : 2 )

* 1. Evaluasi *E-Commerce*

Banyak metode atau teori yang bisa digunakan untuk mengevaluasi kualitas *E-Commerce*yaituVenkatesh (2003), menggunakan model usability untuk membuat *E-Commerce* yang layak dengan internet mobile yang muncul sebagi sarana penyedia, mitra konten, pelanggan, dan investor memanfaatkan pelajaran.Gefen (2013), menggunakan teori TAM untuk mengetahui tingkat kepercayaan belanja *online.* Arifin (2015), menggunakan teori WebQual untuk Analisis Kualitas Layanan *E-Commerce* Pemesanan Tiket *Online* Pesawat Terbang Menggunakan Metode WebQual dan E-S-Qual Terhadap Dimensi *Usability*, *Information Quality*, dan *System Availability*.*Dlone* dan *Mclean* (2014), menggunakan teori *Delone* Dan *Mclean* untuk Adaptasi Model *Delone* Dan *Mclean* yang dimodifikasi guna menguji keberhasilan *E-Commerce*.

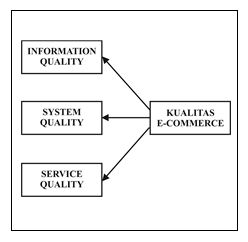
**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**



2.3Evaluasi*Mclean* dan *Delone*

Model *Delone* dan *Mclean* (1992) tercipta berdasarkan kajian teoritis dan empiris mengenai sistem informasi yang tercipta oleh para peneliti pada sekitar tahun 1970-an dan 1980-an. Pada model *Delone* dan *Mclean* atau yang lebih dikenal dengan D&M *IS Success* ini, dimensi-dimensi kesuksesannya saling berkaitan. *System quality* dan *information quality* merupakan prediktor yang signifikan bagi *user satisfaction*. *System quality* dan *information quality* merupakan prediktor yang signifikan terhadap *intended use*. *User satisfaction* merupakan prediktor yang signifikan untuk *intended use* dan *individual impact*. *Intended use* juga merupakan prediktor yang signifikan terhadap *user satisfaction* dan *individual impact*.

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi Kualitas Informasi *(Information Quality), Kualitas Sistem (System Quality), dan Kualitas Pelayanan (Service Quality)* terhadap kualitas *E-Commerce* menggunakan kerangka berfikirdari model *Mclean* dan *Delone* Berikut uraian dari masing-masing hipotesis dalam peneltian ini :

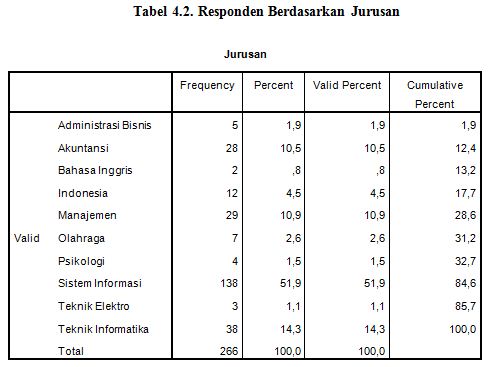


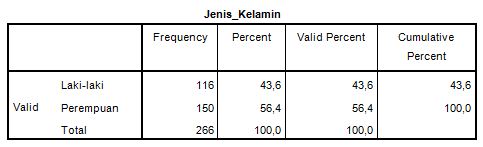
**Gambar 2.3Kerangka Pemikiran**

3 Metodologi Penelitian

**3.1 Populasi dan Sampel**

Populasi pada Penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Binadarma Palembang yang aktif mengikuti perkuliahan dan berada dilingkungan kampus Universitas Bina Darma Palembang. Sampel pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang menjadi sample pada Universitas Bina Darma yang ada dilingkungan Kampus. Jumlah populasi Mahasiswa Universitas Bina Darma adalah 6056, dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 6%, maka jumlah sampel yang digunakan adalah : N = 6056 / 6056 (6)2 + 1 = 265,595 dibulatkan 266.Karakteristik responden dalam penelitian ini terbagi dalam dua kategori, yaitu: gender (jenis kelamin) dan jurusan. Dalam penelitian ini, jumlah kuisioner yang disebarkan sebanyak 266 kuisioner.

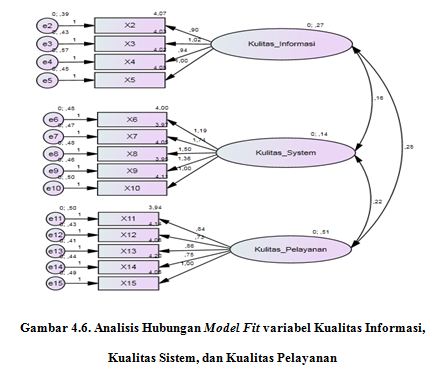


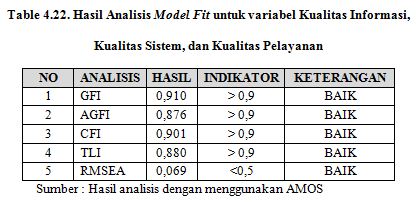


4 Hasil dan Pembahasan

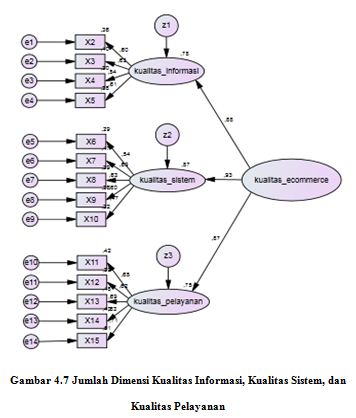
**4.1 Analisis *Confirmatory Factor Analysis(CFA) Model Fit***

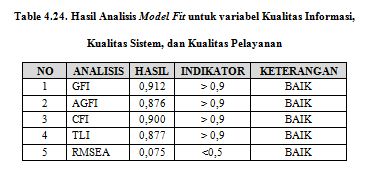
Analisis*Confirmatory Factor Analysis(CFA),* digunakanuntukmengkonfirmasikanfaktor-faktor yang paling dominandalamsatukelompokvariabel.dalampenelitianinidilakukan*cut ofvalue*untukmengujiapakahsebuah model dapatditerimaatauditolakuji yang di laukanadalah GFI, AGFI, CFI, TLI, RMSEA di uraikansebagaiberikut :





Diperoleh hasil kesimpulan berupa *output* nilai *loading factor* regresi dari ketiga hubungan variabel Kualitas informasi, Kualitas sistem, dan Kualitas pelayanan. Variabel kualitas informasi diperoleh hasil *output* berupa nilai *loading factor* regresi dari keempat hubungan variabel Kulitas Informasi. Diperoleh korelasi antara variabel X2 yaitu sebesar 0,600, variabel X3 yaitu sebesar 0,630, variabel X4 yaitu sebesar 0,544, variabel X5 yaitu sebesar 0,613 Variabel Kualitas Sistem diperoleh hasil *output* nilai *loading factor* regresi dari kelima hubungan variabel Kualitas Sistem. Diperoleh korelasi antara variabel X6 yaitu sebesar 0,537, variabel X7 yaitu sebesar 0,687, variabel X8 yaitu sebesar 0,627, variabel X9 yaitu sebesar 0,602, variabel X10 yaitu sebesar 0,468 Dan variabel Kualitas Pelayanan diperoleh hasil *output* nilai *loading factor* regresi dari kelima hubungan variabel Kulitas Pelayanan. Diperoleh korelasi antara variabel X11 yaitu sebesar 0,645, variabel X12 yaitu sebesar 0,621*,* variabel X13 yaitu sebesar 0,693 , variabel X14 yaitu sebesar 0,630, variabel X15 yaitu sebesar 0,713.Dari jumlah 3 variabel Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan Kualitas Pelayanan dapat dilihat nilai *loading factorStandardizedEstimate* pada gambar sebagai berikut :





Diperoleh hasil kesimpulan berupa *output* nilai *loading factor* regresi dari ketiga hubungan variabel Kualitas informasi, Kualitas sistem, dan Kualitas pelayanan. Variabel kualitas informasi diperoleh hasil *output* berupa nilai *loading factor* regresi dari keempat hubungan variabel Kulitas Informasi. Diperoleh korelasi antara variabel X2 yaitu sebesar 0,600, variabel X3 yaitu sebesar 0,630, variabel X4 yaitu sebesar 0,544, variabel X5 yaitu sebesar 0,613,Variabel Kualitas Sistem diperoleh hasil *output* nilai *loading factor* regresi dari kelima hubungan variabel Kualitas Sistem. Diperoleh korelasi antara variabel X6 yaitu sebesar ,0537, variabel X7 yaitu sebesar 0,687, variabel X8 yaitu sebesar 0,627, variabel X9 yaitu sebesar 0,602, variabel X10 yaitu sebesar 0,468 Dan variabel Kualitas Pelayanan diperoleh hasil *output* nilai *loading factor* regresi dari kelima hubungan variabel Kulitas Pelayanan. Diperoleh korelasi antara variabel X11 yaitu sebesar 0,645, variabel X12 yaitu sebesar 0,621*,* variabel X13 yaitu sebesar 0,693, variabel X14 yaitu sebesar 0,630, variabel X15 yaitu sebesar 0,713.Dan variabel Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan diperoleh hasil *output* nilai *loading factor* regresi dari ketiga hubungan variabel terhadap Kualitas *E-Commerce* variabel Kualitas Informasi yaitu sebesar 0,883, variabel Kualitas Sistem yaitu sebesar 0,934 dan variabel Kualitas Pelayanan yaitu sebesar 0,866 dapat disimpulkan bahwa variabel yg memiliki nilai tertinggi terhadap Kualitas *E-Commerec* adalah variabel Kualitas Sistem yaitu sebesar 0,934

5 Simpulan dan Saran

**5.1 Simpulan**

Berdasarkanpenelitian yang telahdilakukandapatdiambilkesimpulanyaitu: Dari hasilpenelitianiniuntukmenggukur sebuah kualitas *E-Commerce* diperlukanempat belas faktoryaituRelevan *(relevance),* Akurat*(accurate),* Ketepatan waktu *(timeliness),* Penyajian informasi *(format),* Kemudahan untuk digunakan *(ease of use),* Kecepatan akses *(response time),* Keandalan sistem *(reliability),* Fleksibilitas sistem *(flexibility),* Keamanan sistem *(security)* Kecepatan *(quick responsiveness),* Jaminan*(assurence),* Empati *(empathy),* Kecepatan *(quick responsiveness),* Jaminan*(assurence),* Empati *(empathy).*

**5.2 Saran**

*E-Commerce* ini diharapkan agar meningkatkan kualitas jaringan yang ada saat ini dalam memenuhi kepuasan *customer.E-Commerce* inidiharapkan agar lebih meningkatkan kualitas dalam memenuhi kepuasan *customer*dan*E-Commerce* ini diharapkan lebih menggutamakan kepuasan pengguna dalam perancangan sebuah *online shop.*

Daftar Rujukan

1. Adellia Rosarindry Poetri. (2010) “Adopsi *E-Commerce* Dengan Pendekatan *TechnologyAcceptance Model(Tam)* Bagi Ukm (Studi Kasus Pada Ukm Kota Solo Tahun 2010)

2. Arifin, Rahadian. 2015. ***“Analisis Kualitas LayananE-Commerce Pemesanan Tiket Online Pesawat Terbang MenggunakanMetode WebQual dan E-S-Qual Terhadap Dimensi Usability***

3. DeLone, W.H., and McLean, E.R. 1992*.****“Information systems success: The quest for the dependent variable****”*. Information Systems Research

4. H. Delone, William dan R.Mclean, Ephraim. 2003. ***“The DeLoneand McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update*”**. William H. Delone & Ephraim R. McLean.

5. Sugiyono, (2008), **“*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D***”, Penerbit Alfabeta, Bandung.

6. Supriyadi, Edy. 2014. ***“SPSS + AMOS Statistical Data Analysis”****.*

7. Wahana Komputer (2010). **“*Mengelola Data Statistik Hasil Penelitian dengan SPSS 17Panduan Lengkap Menguasai SPSS 16*”.** Penerbit Andi, Semarang.