ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA MARKETPLACE PADA APLIKASI FACEBOOK MENGGUNAKAN METODE DELONE AND MCLEAN

by Imam Rofi'i

Submission date: 20-Jul-2023 04:38AM (UTC+0700)
Submission ID: 2129049927
File name: Jurnal-Imam_Rofi_i_-_copy_editing_134-145.pdf (825.96K)
Word count: 5067
Character count: 31612

JURNAL INFORMATIKA DAN TEKNOLOGI KOMPUTER
Halaman Jurnal: https://journal.amikveteran.ac.id/index.php/jitek
Halaman UTAMA Jurnal : https://journal.amikveteran.ac.id/index.php

DOI : https://doi.org/10.55606/jitek.v3i2.1838

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA MARKETPLACE PADA APLIKASI FACEBOOK MENGGUNAKAN METODE DELONE AND MCLEAN

Putri Nawang Wulan [a], Kurniabudi [b], Imam Rofi'i [c*]
[a] Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, putrinw0411@gmail.com, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi
[b] Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, kurniabudi@unama.ac.ad, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi
[c] Fakultas Ilmu Komputer, Program Studi Sistem Informasi, imam.sate18@gmail.com, Universitas Dinamika Bangsa, Jambi
[*] Correspondence

ABSTRACT

Trading in the modern era currently uses a buying and selling system, not directly face to face but only with one finger and in one place, not limited by space and time, which is commonly referred to as buying and selling online and online transactions in one container, namely the website and very there are many types of marketplaces as long as technology continues to develop and changes in the quality of technology continue, in this study the author wants to analyze the Facebook Marketplace with the Delone and McLean method, which has problems such as vulgar advertisements that can be accessed by minors, the sale of goods-prohibited items and there are still many users who violate the rules and conditions set the Facebook Marketplace. The purpose of this study is to identify and analyze these problems and also to find out which factors have the most influence on user satisfaction with the Facebook Marketplace. Based on the results of processing questionnaire data from the people of Jambi City, it was found that 4 of the 9 hypotheses that had a positive and significant effect were service quality to users, use to user satisfaction, use to net benefits and user satisfaction to net benefits.

Keywords: *Marketplace Facebook, User Satisfaction, Delone and McLean, SmartPLS.*

Abstrak

Perdagangan pada era modern saat ini menggunakan sistem jual dan beli tidak secara langsung dengan bertatap wajah melainkan hanya dengan satu jari dan dalam satu tempat tidak terbatas oleh ruang dan waktu yang biasa disebut dengan jual beli online dan transaksi secara online dalam satu wadah yaitu website dan sangat banyak jenis *marketplace* selama teknologi terus berkembang dan terus terjadi perubahan terhadap kualitas teknologi, pada penelitian ini penulis ingin menganalisis *Marketplace Facebook* dengan metode *Delone and McLean*, yang mana terdapat masalah seperti adanya iklan vulgar yang bisa diakses oleh anak di bawah umur, adanya penjualan barang-barang terlarang dan juga masih banyak pengguna yang melanggar aturan dan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh pihak *Marketplace Facebook*. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis permasalahan-permasalahan tersebut dan juga untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang paling berpengaruh pada kepuasan pengguna terhadap *Marketplace Facebook*. Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner masyarakat Kota Jambi, didapatkan bahwa 4 dari 9 hipotesa yang berpengaruh secara positif dan signifikan yaitu kualitas layanan terhadap pengguna, penggunaan terhadap kepuasan pengguna, penggunaan terhadap manfaat bersih dan kepuasan pengguna terhadap manfaat bersih.

Kata Kunci: *Marketplace Facebook*, Kepuasan Pengguna, *Delone and McLean*, *SmartPLS.*

Received Juni 20, 2023; Revised Juni 30, 2023; Accepted Juli 17, 2023

1. PENDAHULUAN

Internet merupakan sesuatu hal yang sudah tidak asing lagi bagi masyarakat modern di Indonesia. Tentu masyarakat masih mengingat bahwa sebelumnya teknologi internet hanya digunakan untuk berkirim pesan elektronik melalui email dan chatting, untuk mencari informasi melalui browsing dan googling. Namun seiring perkembangannya, internet mampu melahirkan suatu jaringan baru yang biasa dikenal dengan media sosial. Sebagaimana yang diketahui, media sosial merupakan salah satu media online dimana para penggunanya dapat ikut serta dalam mencari informasi, berkomunikasi, menjaring pertemanan, maupun menjual dan membeli barang yang dibutuhkan secara online tanpa mengenal waktu dan tempat.

Menurut Mayasari Sasmito [1] *Facebook* merupakan layanan jejaring sosial yang didirikan oleh Mark Zuckerberg bersama empat teman lainnya pada bulan Februari 2004. Jejaring sosial ini merupakan salah satu jenis sosial media yang diminati oleh berbagai kalangan dan dapat membantu pengguna untuk menjalin pertemanan yang sangat luas baik yang dikenal maupun yang tidak, dan mereka juga dapat bertukar informasi melalui *chatting* antara satu sama lain.

Facebook meluncurkan fitur digital marketingnya yaitu *Marketplace* yang merupakan pengembangan dari *Facebook* Group dan dibuat karena banyaknya aktivitas jual beli dalam jejaring media sosial tersebut, bahkan tercatat lebih dari 450 juta orang yang melakukan nya dalam sebulan. Fitur *Facebook Marketplace* ini merupakan bentuk dari sebuah pasar online yang mewadahi berbagai kegiatan jual beli para penggunanya. Pada saat membukanya para pengguna akan disambut dengan rangkaian foto barang dagangan yang lokasinya paling dekat [2].

Menurut penelitian Susmitha [3] masalah dan kekurangan yang ada pada *Marketplace Facebook* seperti jika ingin menawarkan produk di *Marketplace* hanya akan menampilkan radius tertentu dari lokasi anda, tidak bisa menjangkau hingga ke seluruh Indonesia seperti *Marketplace* yang lain. Jika penjual terlalu banyak mengunggah produk mereka akan bisa terkena blokir dan dilarang berjualan di *Marketplace* karena dianggap postingan spam oleh pihak *Facebook*. Namun kekurangan dan masalah tersebut kini sudah teratasi dan adanya pembaruan dari pihak *Facebook*, sekarang sudah ada fitur yang tidak hanya menjangkau wilayah terdekat saja tapi sudah dapat menjangkau wilayah yang lebih luas dan tidak ada batasan jumlah untuk para penjual mengunggah produk mereka selama mengikuti peraturan yang ada.

Walaupun sudah banyak pembaruan pada aplikasi *Facebook* tentunya masih banyak kekurangan dan masalah yang ada dan perlu diatasi kembali. Seperti adanya iklan vulgar yang bisa diakses oleh anak di bawah umur, adanya penjualan barang-barang terlarang dan juga masih banyak pengguna yang melanggar aturan dan ketentuan yang sudah ditetapkan oleh pihak *Marketplace Facebook*, menyebabkan lapak tersebut tetap muncul dan dapat diakses oleh pengguna yang lain, ada juga yang menggunakan foto yang tidak pantas ditampilkan untuk menarik perhatian pengguna. Tentunya hal itu memberikan penilaian buruk pada *Marketplace Facebook* yang akan berdampak pada kepuasan pengguna.

Untuk mengukur kepuasan pengguna *E-Commerce*, peneliti mengadopsi model (*Delone and McLean*, 2004) yang telah dikembangkan dari versi sebelumnya (*Delone and McLean*, 1992). Model *Delone and McLean* memiliki variabel-variabel yang berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna sistem informasi untuk mendukung keberhasilan *E-Commerce* seperti dikatakan pada penelitian (*Molla and Licker*) [4].

Model *Delone and McLean* telah digunakan penelitian untuk mengukur kepuasan pengguna, diantaranya Yuningsih [5] yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara variabel kualitas informasi dan kepuasan pemakai dengan tingkat kepuasan konsumen Shopee terhadap penggunaan aplikasi Shopee sebagai media untuk berbelanja online. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan Usadi dkk. [6] memaparkan bahwa kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan telah terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna, serta kepuasan pengguna juga secara positif berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan *E-Marketplace*. Pada penelitian [7] juga menunjukkan hasil, bahwa penggunaan sistem dan kepuasan pengguna mampu memediasi hubungan antara kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas pelayanan *E-Commerce* yang berpartisipasi pada Hari Belanja Online Nasional dengan pemerolehan manfaat-manfaat bersih dari *E-Commerce* tersebut.

Berdasarkan penelitian yang pernah dilakukan dan permasalahan yang telah dijabarkan, maka melalui penelitian ini saya ingin mengembangkan kualitas layanan *Marketplace* pada aplikasi *Facebook* terhadap kepuasan pengguna dan mendapatkan pembaruan dari aplikasi tersebut sehingga dapat mengurangi masalah-masalah yang sering terjadi. Pada penelitian ini mengukur kepuasan pengguna *Marketplace Facebook* menggunakan metode *Delone and McLean*. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk menganalisis kepuasan pengguna *Marketplace Facebook* dengan judul **"Analisis Kepuasan Pengguna *Marketplace* pada Aplikasi *Facebook* Menggunakan Metode *Delone and McLean*"**.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna merupakan suatu keadaan atau perasaan senang yang dicapai ketika produk ataupun pelayanan dari pihak produsen sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Hal tersebut merupakan kunci keberhasilan untuk mempertahankan pelanggannya dengan faktor-faktor yang mendukung kepuasan pelanggan itu sendiri [8].

2.2. *Marketplace*

Marketplace adalah salah satu layanan yang merupakan jenis Consumer to Consumer (C2C) dari *E-Commerce*. *Marketplace* menjadi wadah atau tempat bertemunya antara penjual dan pembeli secara online. *Marketplace* ini tidak hanya untuk proses transaksi jual beli barang, namun juga banyak digunakan untuk para penyedia jasa atau layanan. Pada dasarnya, *Marketplace* tidak mempunyai peraturan transaksi jual beli yang dilakukan oleh penjual (penyedia jasa) dan pembeli (pemakai jasa), namun akhir-akhir ini marketplace telah berkembang dan mempunyai fitur layanan transaksi jual beli sehingga lebih meningkatkan kepercayaan penjual dan pembeli karena keamanan transaksi yang lebih jelas [9].

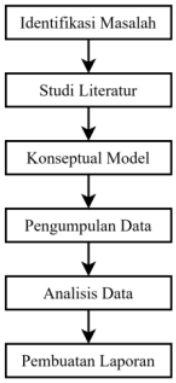
2.3. Model *Delone and Mclean*

Kualitas sistem merupakan ukuran yang bisa menentukan keberhasilan suatu sistem sedemikian rupa sehingga jika pengguna menikmati efisensi operasionalnya suatu sistem, maka pengguna akan merasa puas dengan sistem tersebut. Untuk mengukur suatu kesuksesan sistem teknologi informasi dikenal dengan "D&M IS *Success Model*" yang ditemukan oleh *Delone* dan *Mclean* pada tahun 1992. Tujuan utama penelitian *Delone and McLean* adalah untuk menyatukan penelitian terdahulu terkait kesuksesan sistem informasi menjadi sebuah pengetahuan yang lebih koheren dan untuk menyediakan panduan kepada peneliti dimasa mendatang [10].

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Kerangka Kerja Penelitian

Penyusunan penelitian ini maka perlu disusun kerangka kerja (*framework*) guna memperjelas tahapan-tahapan atau sistematika yang akan dilakukan dalam penyelesaian masalah penelitian. Adapun kerangka kerja penelitian yang disusun dan disajikan pada gambar berikut:



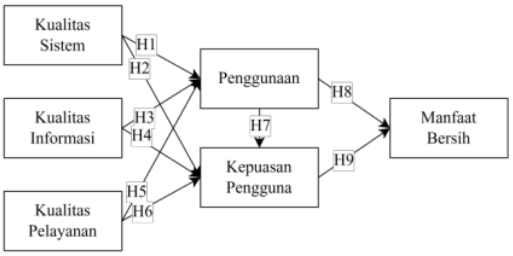
Gambar 1 Kerangka Kerja Penelitian

Berdasarkan kerangka kerja penelitian pada gambar diatas, maka dapat diuraikan pembahasan masing-masing tahap dalam penelitian adalah sebagai berikut:

a) Identifikasi Masalah
Pada tahapan awal ini dilakukan untuk menentukan objek penelitian yang akan diteliti lalu menetapkan masalah yang ingin dianalisis pada objek penelitian. Penentuan metode yang akan digunakan untuk menganalisis objek penelitian juga ditentukan pada tahapan ini.

b) Studi Literatur
Setelah menentukan objek pada identifikasi masalah, masuk ke tahap studi literatur yang mana tahap ini dilakukan pencarian landasan-landasan teori yang diperoleh dari *Google Scholar*, Website dan sebagainya untuk melengkapi konsep.

c) Konseptual Model
Pada penelitian ini konseptual model diawali dengan identifikasi faktor-faktor yang diperoleh dari kegiatan studi literatur lalu membuat konsep yang dapat menggambarkan layanan yang berdampak pada kepuasan pengguna *Marketplace Facebook*.



Gambar 2 Konseptual Model

Setelah menentukan konsep model dan paparan gambar konseptual model, tahapan selanjutnya melakukan pengumpulan data untuk mendapatkan data dan informasi.

d) Analisis Data
Setelah melakukan pengumpulan data dan telah mencapai target yang diinginkan, selanjutnya hasil data tersebut dianalisis dengan penyusunan serta perhitungan dari hasil kuisioner yang telah disebarkan sebelumnya, dan dilakukan pembobotan nilainya yang nantinya menghasilkan kesimpulan-kesimpulan berupa nilai dari pembobotan tersebut. Ada beberapa tahap yang harus dilakukan agar sesuai dengan prosedur penelitian, yaitu:
a. Tahap 1 (menentukan variabel dari dimensi yang akan diukur)
b. Tahap 2 (membuat dan menyebar kuesioner)
c. Tahap 3 (mengelola data hasil kuesioner)
d. Tahap 4 (menganalisis data hasil pengolahan kuesioner)

e) Pembuatan Laporan
Berdasarkan perolehan data yang telah dianalisis, tahap akhir yang dilakukan adalah pembuatan laporan yang disusun berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode penelitian yang relevan serta terarah

3.2. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi dan memiliki karakteristik tertentu, yang sebagian atau keseluruhan objeknya akan diteliti atau dievaluasi [11]. Populasi yang dijadikan sampel pada penelitian ini yaitu para pengguna *Marketplace* pada aplikasi *Facebook* sebagai media jual beli online di Kota Jambi.

Teknik pengambilan sampel untuk menentukan jumlah ukuran sampel responden, penulis menggunakan rumus *Slovin* karena perhitungan yang mudah dan tidak memerlukan tabel jumlah sampel. Namun dapat dilakukan dengan rumus dan perhitungan sederhana. Rumus *Slovin* untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N\,(e)^2} \quad \ldots\ldots\ldots (1)$$

Keterangan:
n : Ukuran Sampel
N : Jumlah Populasi
e : Persentase kelonggaran ketelitian tingkat kesalahan pengambilan sampel maksimum yang masih dapat ditolerans

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:
Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar
Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi jumlah kecil
Dalam penelitian ini batas kesalahan yang digunakan yaitu 10% atau 0,1 dikarenakan jumlah populasi yang besar, sehingga ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N\,(e)^2} \quad \ldots\ldots\ldots (2)$$

$$n = \frac{5.000.000}{1 + 5.000.000\,(0{,}1)^2}$$

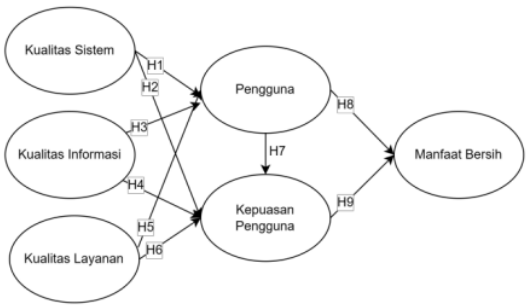
$$n = \frac{5.000.000}{1 + 5.000.000}$$

$$n = \frac{5.000.000}{50.001}$$

Berdasarkan hasil penelitian diatas sampel diperoleh jumlah sampel yang baik untuk populasi adalah 99,99 responden, karena adanya unsur pembulatan maka penelitian ini menyesuaikan sebanyak 100 orang responden. Hal ini dilakukan untuk mempermudah dalam pengolahan data agar hasil pengujian yang lebih baik.

3.3. Hipotesis Penelitian

Tahapan yang dilalui dalam penelitian, pembangunan konsep, atau penyelesaian kasus, dituliskan pada bagian metodologi.



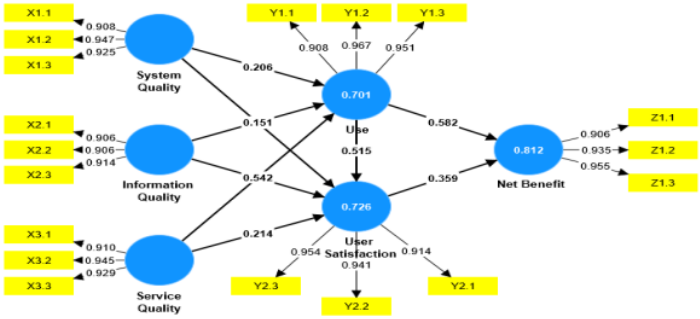
Gambar 3 Model Konseptual Hipotesis Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini dilakukan analisis data atau proses untuk memeriksa dan membuat pemodelan data agar dapat menemukan informasi untuk pengambilan keputusan terhadap hasil penelitian. Dimana analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode SEM berisi PLS dengan software *SmartPLS* versi 4.

4.1. Evaluasi *Outer Model* (Model Pengukuran)

Berikut adalah model *Structural Equation Modelling* (SEM) dari indikator pada setiap variabel dengan menggunakan software Smart PLS 4 dari data kuesioner yang didapatkan. Evaluasi model SEM-PLS pada model pengukuran outer model dievaluasi dengan melihat validitas dan reliabilitas.



Gambar 4 ***Model Structural Equation Modelling***

Nilai minimal *loading factor* yakni ≥ 0,4 [12]. Gambar diatas menunjukkan bahwa, nilai *loading factor* setiap indikatornya telah memenuhi syarat yaitu ≥ 0,4. Nilai *loading factor* terendah dimiliki oleh indikator X2.1, X2.2 dan X6.1 yaitu sebesar 0,906.

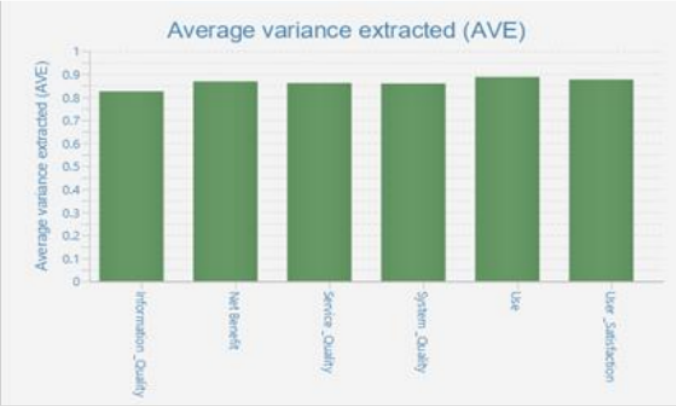
4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas berasal dari kata validity yang berarti kebebasan atau kebenaran. Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan alat ukur maupun melakukan fungsi ukurnya. Selain itu uji validitas adalah suatu indeks yang menunjukan alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Selain validitas, alat ukur yang baik juga harus reliable [13].

a) Uji *Convergent Validity* (*Outer Loading*)
Convergent Validity digunakan untuk mengetahui indikator mana saja yang termuat (*load*) ke konstruk yang mewakilinya. Suatu indikator dikatakan ideal (valid mengukur konstruk yang dibentuknya) apabila nilai *loading factor* ≥ 0,7 [14].

b) Uji *Discriminant Validity*
Setelah melakukan uji convergent validity, kemudian melakukan uji discriminant validity yang digunakan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing-masing konstruk atau variabel laten berbeda dengan variabel lainnya. Selain itu discriminant validity digunakan untuk mengetahui apakah indikator yang termuat mempunyai nilai yang lebih tinggi terhadap konstruknya dibandingkan terhadap konstruk lainnya. Sebuah indikator atau model memiliki discriminant validity yang baik apabila nilai *loading factor* (korelasi konstruk) dengan variabelnya lebih besar dari pada nilai *loading factor* ke variabel lainnya.

c) Uji *Average Variance Extracted*
Convergent validity dapat dilihat dari nilai AVE, syarat nilai AVE yaitu ≥ 0,5 untuk menunjukkan ukuran *convergent validity* yang baik [15]. Nilai *Average Variance Extracted* atau AVE.



Gambar 5 Uji *Average Variance Exracted* (AVE)

d) Uji Reliabilitas (*Cronbach's Alpha dan Composite Reliability*)
Uji reliabilitas dilakukan dengan manfaat nilai dari *composite reliability* dan *cronbach* alpha dari indikator-indikator yang mengukur masing-masing variabel. Nilai *composite reliability* dikatakan reliabel jika nilainya ≥ 0,7. Sedangkan *cronbach's alpha* harus ≥ 0,7 [16]. Berikut adalah nilai cronbach's dan *composite reliability*.

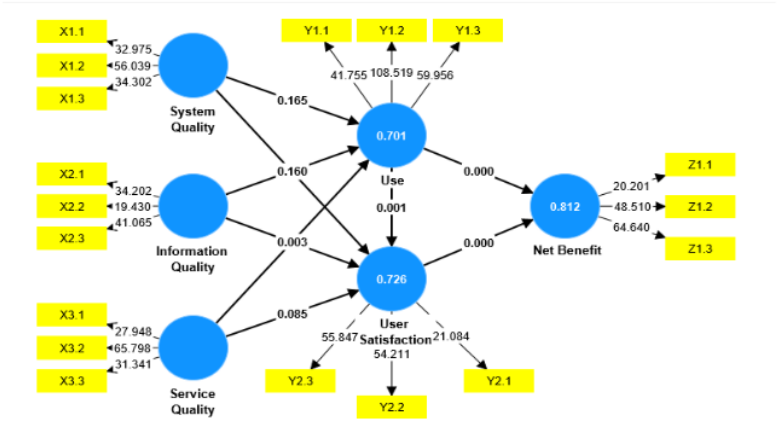
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	nce extracted (AVE)
Information _Quality	0.894	0.895	0.934	0.825
Net Benefit	0.924	0.926	0.952	0.868
Service _Quality	0.919	0.926	0.949	0.861
System _Quality	0.918	0.919	0.948	0.859
Use	0.937	0.941	0.960	0.888
User _Satisfaction	0.929	0.932	0.955	0.876

Gambar 6 Nilai *Cronbach's alpha* dan *Composite reliability*

Gambar 6 menunjukkan bahwa nilai *composite reliability* untuk semua variabel telah memenuhi syarat yaitu ≥ 0,7. Nilai composite reliability terendah dimiliki oleh variabel information quality (kualitas informasi) yaitu sebesar 0,934. Sedangkan nilai *cronbach's alpha variabel net benefit, service quality, system quality, use* dan *user satisfaction* memenuhi syarat yaitu ≥ 0,7. Hal tersebut membuktikan bahwa jawaban dari responden tidak memiliki nilai reliabel, karena menurut [17] *composite reliability* lebih baik dalam mengukur konsistensi.

4.1.2. *Bootstrapping*

Telah melakukan pengujian *validity convergent, validity discriminant* dan reliability, pengajuan selanjutnya yaitu pengujian terhadap hipotesis. Nilai koefisien path atau inner model menunjukkan tingkat signifikan dalam pengujian hipotesis, uji signifikansi dilakukan dengan metode *bootstrapping*.



Gambar 7 Model Struktural Bootstrapping

Berdasarkan hasil perhitungan bootstrapping pada gambar diatas, dilakukan untuk melihat signifikansi hubungan antar konstruk yang ditunjukkan oleh nilai T statistic. T statistic dikatakan valid apabila antar variabel memiliki nilai T statistic ≥ 1,96. Indikator juga dapat dikatakan valid jika memiliki P value ≤ 0,05 [18]. Nilai T statistic dapat dilihat pada Gambar berikut adalah nilai T statistic.

	Original sample (O)	Sample mean (M)	tion (STDEV)	T statistics (|O/STDEV|)	P values
Information _Quality -> Use	0.151	0.145	0.107	1.404	0.160
Information _Quality -> User _Satisfaction	0.127	0.118	0.127	1.003	0.316
Service _Quality -> Use	0.542	0.562	0.180	3.007	0.003
Service _Quality -> User _Satisfaction	0.214	0.219	0.124	1.723	0.085
System _Quality -> Use	0.206	0.189	0.148	1.389	0.165
System _Quality -> User _Satisfaction	0.063	0.059	0.126	0.497	0.619
Use -> Net Benefit	0.582	0.587	0.098	5.959	0.000
Use -> User _Satisfaction	0.515	0.516	0.159	3.244	0.001
User _Satisfaction -> Net Benefit	0.359	0.353	0.103	3.489	0.000

Gambar 8 Uji Hipotesis (*Path Coefficients*)

Berdasarkan gambar 8 didapatkan sembilan hasil pengujian. Pengujian tersebut sebagai berikut:
Hubungan kualitas sistem terhadap penggunaan.

a) H1: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel kualitas sistem (*system quality*) dengan penggunaan (*use*).
Pada gambar kualitas sistem (*system quality*) tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan (*use*), berdasarkan nilai original sample yaitu 0,206 (positif), nilai t-statistic yaitu 1,389 (<1,96) dan nilai p values yaitu 0,165 (>0,05) menunjukkan bahwa kualitas sistem (*system quality*) tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan (*use*), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 1 ditolak. Pada penelitian [19] juga menyatakan bahwa variabel kualitas sistem tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan sistem informasi yang artinya hipotesis ditolak.
Hubungan kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna.

b) H2: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel kualitas sistem (*system quality*) dengan kepuasan pengguna (*user satisfaction*).
Pada gambar 8 kualitas sistem (*system quality*) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Berdasarkan nilai original sample yaitu 0,063 (positif), nilai t-statistic yaitu 0,497 (<1,96) dan nilai p values yaitu 0,619 (>0,05) menunjukkan bahwa kualitas sistem (*system quality*)

tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 2 ditolak. Pada penelitian [20] memiliki hasil bahwa variabel kualitas sistem tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

c) Hubungan kualitas informasi terhadap penggunaan.
H3: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel kualitas informasi (*information quality*) dengan penggunaan (*use*).
Pada gambar 8 kualitas informasi (*information quality*) tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan (*use*). Berdasarkan nilai original sample yaitu 0,151 (positif), nilai t-statistic yaitu 1,404 (<1,96) dan nilai p values yaitu 0,160 (>0,05) menunjukkan bahwa kualitas informasi (information quality) tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaan (*use*), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 3 ditolak. Penelitian [21] menyatakan bahwa variabel kualitas informasi (*information quality*) dengan penggunaan (*use*) memiliki hasil yang tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak.

d) Hubungan kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna.
H4: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel kualitas informasi (*information quality*) dengan kepuasan pengguna (*user satisfaction*).
Pada gambar 8 kualitas informasi (information quality) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Berdasarkan nilai original sample yaitu 0,127 (positif), nilai t-statistic yaitu 1,003 (<1,96) dan nilai p values yaitu 0,316 (> 0,05) menunjukan bahwa kualitas informasi (information quality) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 4 ditolak. Penelitian [21] menyatakan bahwa variabel kualitas informasi (information quality) dengan kepuasan pengguna (*user satisfaction*). memiliki hasil yang tidak signifikan, sehingga hipotesis ditolak.

e) Hubungan kualitas layanan terhadap penggunaan.
H5: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan (*service quality*) dengan penggunaan (*use*).
Pada gambar 8 kualitas layanan (*service quality*) berpengaruh positif terhadap penggunaan (*use*). Berdasarkan nilai original sample yaitu 0,542 (positif), nilai t-statistic yaitu 3,007 (>1,96) dan nilai p values yaitu 0,003 (<0,05) menunjukkan bahwa kualitas layanan (*service quality*) berpengaruh signifikan terhadap penggunaan (*use*), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 5 diterima. Pada penelitian [22] menyatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap penggunaan.

f) Hubungan kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna.
H6: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel kualitas layanan (*service quality*) dengan kepuasan pengguna (*user satisfaction*).
Pada gambar 8 kualitas layanan (*service quality*) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Berdasarkan nilai original sample yaitu 0,214 (positif), nilai t-statistic yaitu 1,723 (<1,96) dan nilai p values yaitu 0,085 (>0,05) menunjukkan bahwa kualitas layanan (*service quality*) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 6 ditolak. Penelitian [23] menyatakan hasil bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna yang artinya hipotesis pada penelitian tersebut ditolak.

g) Hubungan penggunaan terhadap kepuasan pengguna.
H7: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel penggunaan (*use*) dengan kepuasan pengguna (*user satisfaction*).
Pada gambar 8 penggunaan (*use*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*). Berdasarkan nilai original sample yaitu 0,115 (positif), nilai t-statistic yaitu 3,244 (>1,96) dan nilai p values yaitu 0,001 (<0,05) menunjukkan bahwa penggunaan (*use*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 7 diterima. Pada penelitian [24] terdapat hubungan signifikan antara hubungan penggunaan dan kepuasan pengguna.

h) Hubungan penggunaan terhadap manfaat bersih.
H8: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel penggunaan (*use*) dengan manfaat bersih (*net benefit*).
Pada gambar 8 penggunaan (*use*) berpengaruh positif terhadap manfaat bersih (net benefit). Berdasarkan nilai original sample yaitu 0,512 (positif), nilai t-statistic yaitu 5,959 (>1,96) dan nilai p values yaitu 0,000 (<0,05) menunjukkan bahwa penggunaan (*use*) berpengaruh signifikan terhadap manfaat bersih (*net benefit*), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 8 diterima. Penelitian [25] menyatakan bahwa pengaruh penggunaan sistem terhadap manfaat bersih memiliki hubungan positif yang artinya hipotesis diterima.

i) Hubungan kepuasan pengguna terhadap manfaat bersih.
H9: Terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel kepuasan pengguna (*user satisfaction*) dengan manfaat bersih (*net benefit*).
Pada gambar 8 kepuasan pengguna (*user satisfaction*) berpengaruh positif terhadap manfaat bersih (*net benefit*). Berdasarkan nilai original sample yaitu 0,359 (positif), nilai t-statistic yaitu 3,489 (>1,96) dan nilai p values yaitu 0,000 (<0,05) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna (*user satisfaction*) berpengaruh signifikan terhadap manfaat bersih (net benefit), maka dapat dinyatakan bahwa hipotesis 9 diterima. Pada penelitian [25] menyatakan bahwa kepuasan pengguna berpengaruh signifikan terhadap manfaat bersih yang artinya pada penelitian tersebut hipotesis diterima.

4.1.3. Evaluasi Inner Model (Model Struktural)

Setelah model yang diestimasi memenuhi kriteria outer model (uji validitas dan reliabilitas) langkah selanjutny a yang dilakukan adalah melakukan pengujian inner model (model struktural) yang terdiri dari:

a) Uji R-Square (R2)
Uji R-Square untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari beberapa variabel. Semakin tinggi nilai R2 maka semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Klasifikasi nilai R2 yaitu ≥ 0,67 (substansial), 0,33-0,66 (moderate/sedang), 0,19-0,32 (lemah) [26].

b) Uji F-Square (F2)
Uji ini digunakan untuk melihat apakah pengaruh variabel laten eksogen (independen) terhadap variabel laten endogen (dependen) memiliki pengaruh yang substantif. *Effect size* yang disarankan adalah 0,02-0,14 (memiliki pengaruh kecil), 0,15-0,34 (memiliki pengaruh sedang/moderate) dan ≥ 0,35 (memiliki pengaruh besar) pada level struktural.

4.1.4. Uji Kesesuaian Model (Goodness of Fit)

Setelah diperoleh nilai AVE dan R2 maka selanjutnya melakukan perhitungan *goodness of fit* (Gof). Nilai Gof terbentang antara 0 sampai 1 dengan nilai-nilai: diatas 0,1 (buruk/Gof kecil), diatas 0,25 (sedang/*Gof moderate*) dan diatas 0,36 (baik/*Gof besar*)

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis didapatkan hasil untuk kepuasan pengguna *Marketplace* pada aplikasi *Facebook* dengan menggunakan metode *Delone and McLean*. Hasil penelitian ini menemukan bahwa variabel kualitas sistem tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel kualitas sistem tidak akan mempengaruhi nilai variabel penggunaan. Variabel kualitas sistem tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel kualitas sistem tidak akan mempengaruhi nilai variabel kepuasan pengguna.Variabel kualitas informasi tidak berpengaruh positif terhadap penggunaan, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel kualitas informasi tidak akan mempengaruhi nilai variabel penggunaan.Variabel kualitas informasi tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel kualitas informasi tidak akan mempengaruhi nilai variabel kepuasan pengguna. Variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel penggunaan, artinya setiap peningkatan pada kualitas pelayanan akan meningkatkan penggunaan.

Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna, sehingga jika ada perubahan nilai terhadap variabel kualitas layanan tidak akan mempengaruhi nilai variabel kepuasan pengguna. Variabel penggunaan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pengguna, artinya setiap

peningkatan pada penggunaan akan meningkatkan kepuasan pengguna. Variabel penggunaan berpengaruh positif terhadap variabel manfaat bersih, artinya setiap peningkatan pada penggunaan akan meningkatkan manfaat bersih. Variabel kepuasan pengguna berpengaruh positif terhadap variabel manfaat bersih, artinya setiap peningkatan pada kepuasan pengguna akan meningkatkan manfaat bersih.

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan maka dapat disimpulkan bahwa metode *Delone and McLean* yang digunakan dalam penelitian ini dengan 9 hipotesis dan setelah dianalisis ada 4 (H5, H7, H8 dan H9) hipotesis memberikan pengaruh yang positif dan ada 5 (H1, H2, H3, H4, dan H6) yang tidak memberikan pengaruh positif.

DAFTAR PUSTAKA

[1] J. Media et al., "*The Usage of Social Media* '*Facebook*' For Indonesian Learning Instrument," vol. 4, no. 4, pp. 38–52, 2015.
[2] S. Simatupang, E. Efendi, and D. E. Putri, "*Facebook Marketplace* Serta Pengaruhnya Terhadap Minat Beli," J. Ekbis, vol. 22, no. 1, p. 28, 2021, doi: 10.30736/je.v22i1.695.
[3] E. Saverin and A. Mccollum, "BAB I," pp. 1–6.
[4] A. Molla, P. S. P. Licker, P. S. Lickler, P. S. P. Licker, A. Molla, and P. S. Lickler, "*E-Commerce* systems success: An attempt to extend and respecify the *Delone and McLean* model of IS success," J. Electron. Commer. Res., vol. 2, no. 4, pp. 131–141, 2001, [Online]. Available: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.92.6900&rep=rep1&type=pdf
[5] Y. Yuningsih, "Metode Delone dan Mclean Dalam Kepuasan Konsumen Terhadap Aplikasi Shopee," Bina Insa. Ict J., vol. 6, no. 1, pp. 55–64, 2019, [Online]. Available: http://ejournal-binainsani.ac.id/index.php/BIICT/article/view/1100
[6] M. Usadi, K. Rahyuda, and I. Giantari, "KONTRIBUSI SUCCESS FACTORS TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DAN DAMPAKNYA PADA PERILAKU PASCA PENGGUNAAN (Studi Pada Pengguna E-*marketplace* di Denpasar)," J. Ilmu Manaj. Mahasaraswati, vol. 7, no. 1, pp. 1–15, 2017.
[7] M. K. T. Ramadhani Khija, ludovick Uttoh, "Teknik Pengambilan Sampel," Ekp, vol. 13, no. 3, pp. 1576–1580, 2015.
[8] Niken Nanincova, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe and Bistro," Agora, vol. 7, no. 2, pp. 1–5, 2019.
[9] W. Waziana, R. H. Saputra, and J. A. Baba, "Pendampingan Pemasaran Produk Home Industri melalui *Facebook Marketplace* bagi Pelaku UMKM di Era Pandemi," J. PkM Pemberdaya. Masy., vol. 2, no. 2, pp. 39–44, 2021.
[10] C. H. Buzin, S. A. Dewhurst, and R. L. Seecof, "Temperature sensitivity of muscle and neuron differentiation in embryonic cell cultures from the Drosophila mutant, shibirets1," Dev. Biol., vol. 66, no. 2, pp. 442–456, 1978, doi: 10.1016/0012-1606(78)90250-6.
[11] P. Di, P. Tinggi, I. Teknologi, A. Dahlan, J. I. Juanda, and K. T. Selatan, "Manajemen peningkatan profesionalisme tenaga pendidik di perguruan tinggi," vol. 17, no. 2, pp. 88–100, 1907, doi: 10.23917/jmp.v17i2.18407.
[12] S. Ono, "Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation," J. Keterapian Fis., vol. 5, no. 1, pp. 55–61, 2020, doi: 10.37341/jkf.v5i1.167.
[13] "Technologia"Vol 13, No. 3, Juli 2022 250," vol. 13, no. 3, pp. 250–258, 2022.
[14] M. Saftari and S. Sinta, "Analisis Faktor Peserta, Pelatih, Prasarana, serta Materi Pelatihan yang Mempengaruhi Efektivitas Pelatihan Menggunakan Smart-PLS," Indiktika J. Inov. Pendidik. Mat., vol. 4, no. 2, p. 86, 2022, doi: 10.31851/indiktika.v4i2.7677.
[15] B. Voicu, M. Şerban, E. Tudor, and A. Deliu, "Acquiescence effects in measuring attitudes towards immigrants: The case of Romania," Calitatea Vietii, vol. 2013, no. 3, pp. 311–340, 2013.
[16] R. Nana Sucihati, Usman, and F. Arma Yunita, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada UD. Nealma Food Sumbawa Besar)," SAMALEWA (Jurnal Ris. dan Kaji. Manajemen), vol. 2, no. 1, pp. 40–49, 2022, [Online]. Available: http://e-journallppmunsa.ac.id/index.php/samalewaPp.40-49
[17] O. P. Safna and S. S. Wulandari, "Pengaruh Motivasi, Disiplin Belajar, Dan Kemampuan Berpikir Kritis Terhadap Hasil Belajar Siswa," Scaffolding J. Pendidik. Islam dan Multikulturalisme, vol. 4, no. 2, pp. 140–154, 2018.

[18] K. Kunci, "Uji Model DeLone dan McLean pada Sistem Informasi Manufaktur di Nawangwulan Craft," no. September, pp. 3103–3112, 2022.
[19] B. A. R. Tulodo and A. Solichin, "Analisis Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi dan Perceived Usefulness terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Care dalam Upaya Peningkatan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT. Malacca Trust Wuwungan Insurance, Tbk.)," J. Ris. Manaj. Sains Indonesia., vol. 10, no. 1, pp. 25–43, 2019.
[20] P. Faktor and K. Dan, "Jurnal Cakrawala Pendas MINAT SISWA SEKOLAH DASAR MENGGUNAKAN APLIKASI," vol. 8, no. 4, pp. 1065–1080, 2022.
[21] P. Sopiyan, "Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian," Coopetition J. Ilm. Manaj., vol. 13, no. 2, pp. 249–258, 2022, doi: 10.32670/coopetition.v13i2.1057.
[22] ni putu lenny. Pratiwi and ni ketut Seminari, "Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah," Manaj. UNUD, vol. 4, no. 5, pp. 6–7, 2015.
[23] A. Sudirman, E. Efendi, and S. Harini, "Kontribusi harga dan kepercayaan konsumen untuk membentuk kepuasan pengguna transportasi berbasis aplikasi," J. Bus. Bank., vol. 9, no. 2, p. 323, 2020, doi: 10.14414/jbb.v9i2.2078.
[24] K. N. F. Syahnur and M. T. Dharsana, "Analisis Kesuksesan Penerapan Sistem Informasi Administrasi Kependudukan Menggunakan Model Delone dan Mclean," J. Manag. Bus., vol. 5, no. 2, pp. 362–370, 2022.
[25] A. Fatmawati, B. A. Christina, and E. Murtiasri, "Analisis Kesuksesan SIAP BOS (Sistem Informasi Aplikasi Pengelolaan Bantuan Operasional Sekolah) di Kabupaten Blora," J. Aktual Akunt. Keuang. Bisnis Terap., vol. 5, no. 1, pp. 142–158, 2022.
[26] F. Saifullah, "Pengaruh Work-Life Balance dan Flexible Work Arrangement Terhadap Kinerja Karyawati Muslimah Konveksi," BISNIS J. Bisnis dan Manaj. Islam, vol. 8, no. 1, p. 29, 2020, doi: 10.21043/bisnis.v8i1.6762.

ANALISIS KEPUASAN PENGGUNA MARKETPLACE PADA APLIKASI FACEBOOK MENGGUNAKAN METODE DELONE AND MCLEAN

ORIGINALITY REPORT

25%	24%	12%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.upnjatim.ac.id Internet Source	1%
2	jurnal.ppi.ac.id Internet Source	1%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	www.scribd.com Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	1%
6	repository.unama.ac.id Internet Source	1%
7	www.researchgate.net Internet Source	1%
8	Oktaviangga Putri Safna, Siti Sri Wulandari. "Pengaruh Motivasi, Disiplin Belajar, dan Kemampuan Berpikir Kritis terhadap Hasil	1%

	Belajar Siswa", Scaffolding: Jurnal Pendidikan Islam dan Multikulturalisme, 2022 Publication	
9	eprints.uny.ac.id Internet Source	1 %
10	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	1 %
11	media.neliti.com Internet Source	1 %
12	repository.unair.ac.id Internet Source	1 %
13	repository.dinamika.ac.id Internet Source	1 %
14	repository.untag-sby.ac.id Internet Source	1 %
15	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
16	repository.ub.ac.id Internet Source	<1 %
17	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
18	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %

19	Oviradita Nobmadella, Nurhadi ,. "Pengaruh Experiential Marketing Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderator (Studi Pada Pengguna Aplikasi KAI Access Di Surabaya)", Jurnal Perkeretaapian Indonesia (Indonesian Railway Journal), 2021 Publication	<1 %
20	repository.unmuhjember.ac.id Internet Source	<1 %
21	journal.unilak.ac.id Internet Source	<1 %
22	jurnal.univrab.ac.id Internet Source	<1 %
23	repository.unbari.ac.id Internet Source	<1 %
24	123dok.com Internet Source	<1 %
25	Submitted to Christian University of Maranatha Student Paper	<1 %
26	Submitted to Universitas PGRI Semarang Student Paper	<1 %
27	www.coursehero.com Internet Source	<1 %

28	Fatoni Fatoni, Edi Supratman, Darius Antoni. "Arsitektur Sistem Informasi Akademik Perguruan Tinggi Swasta Menggunakan EAP", Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer), 2021 Publication	<1 %
29	digilib.unimed.ac.id Internet Source	<1 %
30	www.maheranetwork.net Internet Source	<1 %
31	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet Source	<1 %
32	ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id Internet Source	<1 %
33	jurnal.unigal.ac.id Internet Source	<1 %
34	library.moestopo.ac.id Internet Source	<1 %
35	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1 %
36	Submitted to Konsorsium 4 Perguruan Tinggi Swasta Student Paper	<1 %
37	ejournal.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %

38	ojs.unud.ac.id Internet Source	<1 %
39	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
40	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	<1 %
41	erepository.uonbi.ac.ke:8080 Internet Source	<1 %
42	garuda.ristekbrin.go.id Internet Source	<1 %
43	jlib.ut.ac.ir Internet Source	<1 %
44	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
45	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	<1 %
46	idec.industri.ft.uns.ac.id Internet Source	<1 %
47	riset.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
48	sites.google.com Internet Source	<1 %
49	www.jurnal.unsyiah.ac.id	

	Internet Source	<1%
50	Submitted to Clarkston Community Schools Student Paper	<1%
51	Submitted to Universitas Respati Indonesia Student Paper	<1%
52	Yashinta Octavian Setyanda, Rizanda Machmud, Abdi Setya Putra. "HUBUNGAN KUALITAS KOMUNIKASI DOKTER DAN DOKTER GIGI DENGAN LOYALITAS PASIEN", B-Dent: Jurnal Kedokteran Gigi Universitas Baiturrahmah, 2021 Publication	<1%
53	dewey.petra.ac.id Internet Source	<1%
54	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1%
55	journal.umsida.ac.id Internet Source	<1%
56	jurnal2.untagsmg.ac.id Internet Source	<1%
57	pt.scribd.com Internet Source	<1%
58	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%

59	www.informa.poltekindonusa.ac.id Internet Source	<1%
60	Rendri Purwandi Putra, Agung Wibowo, Yusti Farlina, Desi Susilawati. "Penerapan Model Delone And Mclean Website Sistem Informasi Akademik STIKES Sukabumi", Swabumi, 2022 Publication	<1%
61	"Proceedings of Asia Pacific Computer Systems Conference 2021", Springer Science and Business Media LLC, 2023 Publication	<1%
62	doku.pub Internet Source	<1%

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		