

**ANALISA KESUKSESAN OTA (ONLINE TRAVEL AGENT) TIKET.COM
MENGUNAKAN MODEL DELONE AND MCLEAN
(Studi pada Pembelian Tiket Konser K-Pop di Indonesia)**

**ANALYSIS OF SUCCES OTA (ONLINE TRAVEL AGENT) TIKET.COM USING THE
DELONE AND MCLEAN MODEL
(Study on K-Pop Concert Ticket Purchases in Indonesia)**

Dhika Amalia Sholeha¹, Muhammad Zaini²

^{1,2}Universitas Mulawarman Samarinda, Kalimantan Timur
dhikaamalias@gmail.com

ABSTRACT

The growth of Korean Wave in Indonesia has been very significant since the beginning of the pandemic in 2020 and the interest in K-Pop music is one proof of the phenomenon of Korean Wave in Indonesia. The huge interest in K-Pop music has attracted the attention of promoters to hold K-Pop music concerts in Indonesia. One of the elements in holding a music concert is ticket sales, and promoters will choose to prioritize online ticket sales to facilitate sales. One of the online ticket sales platforms for K-pop music concerts in Indonesia is tiket.com. As an online ticket sales platform, tiket.com must consider the quality of their system. This study aims to determine the factors that influence the success of the tiket.com platform using the DeLone and McLean Model theory (2003). The research method used is quantitative. The sampling technique used is nonprobability sampling technique with a sample of 100 respondents from tiket.com platform users who have transacted K-pop concert tickets. Data analysis was carried out using the PLS-SEM approach with the SmartPLS tool. The results of this study indicate that there is a significant effect on system quality, information quality and service quality on user satisfaction and a significant effect of user satisfaction on net benefits.

Keywords: *Tiket.com, DeLone and McLean, System Success, Concert Tickets, K-Pop*

ABSTRAK

Perkembangan *Korean Wave* di Indonesia terjadi sangat pesat sejak awal pandemi pada tahun 2020 dan minat pada musik K-Pop merupakan salah satu bukti besarnya fenomena *Korean Wave* di Indonesia. Besarnya minat pada musik K-Pop menarik perhatian promotor untuk melangsungkan konser musik K-Pop di Indonesia. Salah satu unsur dalam melangsungkan konser musik ialah penjualan tiket, dan promotor akan memilih mengutamakan penjualan tiket secara *online* agar memudahkan penjualan. Salah satu *platform* penjualan tiket *online* konser musik K-pop di Indonesia ialah tiket.com. Sebagai *platform* penjualan tiket *online*, tiket.com harus memperhatikan kualitas pada sistem mereka. Tujuan dari penelitian ini yakni guna melihat faktor-faktor yang memberikan pengaruh kesuksesan *platform* tiket.com menggunakan teori Model DeLone and McLean (2003). Metode penelitian yang dipakai adalah kuantitatif. Teknik *nonprobability sampling* dipakai sebagai teknik pengambilan sampel dengan sampel sejumlah 100 responden dari pengguna *platform* tiket.com yang pernah betransaksi tiket konser K-pop. Analisis data dilaksanakan menggunakan pendekatan PLS-SEM dengan alat SmartPLS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh signifikan pada kualitas informasi, kualitas layanan, dan kualitas sistem pada kepuasan pengguna dan pengaruh signifikan kepuasan pengguna pada manfaat-manfaat bersih.

Kata Kunci: Tiket.com, DeLone and McLean, Kesuksesan Sistem, Tiket Konser, K-Pop

PENDAHULUAN

Indonesia sudah mengalami peningkatan yang cukup banyak dalam perkembangan pengguna internet dalam

beberapa tahun terakhir. Berbagai aspek kehidupan masyarakat telah dipengaruhi oleh koneksi internet yang lebih cepat dan lebih luas. Pertumbuhan jaringan,

peningkatan kualitas telekomunikasi, dan menurunnya biaya data yang bisa meningkatkan koneksi dan menciptakan peluang baru untuk pekerjaan, pembelajaran, berbisnis dan berkomunikasi. Menurut data HootSuite menyatakan yakni di awal tahun 2023 jumlah penduduk Indonesia telah berada pada angka 276,4 juta jiwa dengan pengguna internet tercatat hingga 212,9 juta atau 77% dari total populasi (Riyanto, 2023). Salah satu inovasi perkembangan internet di Indonesia adalah OTA atau *Online Travel Agent*. Sektor bisnis perjalanan telah mengalami perubahan besar berkat hasil dari perkembangan teknologi dengan adanya *Online Travel Agent* (OTA). *Online Travel Agent* (OTA) seperti tiket.com, Traveloka, dan PegiPegi mampu memberikan layanan seperti fitur-fitur yang inovatif kepada pengguna. *Online Travel Agent* (OTA) menggunakan berbagai teknologi, seperti pencarian cepat mengenai perjalanan seperti tiket penerbangan, tiket kereta api, penginapan, tempat wisata bahkan pemesanan tiket event seperti konser musik, perbandingan harga secara *real-time*, mempunyai aplikasi *mobile* yang praktis dan metode pembayaran yang aman. Selain itu, perkembangan teknologi telah memungkinkan *Online Travel Agent* (OTA) untuk menawarkan pengalaman yang lebih individual dan ramah pengguna, dan memberikan rekomendasi yang disesuaikan dengan preferensi pengguna.

Tiket.com memberi pengguna fitur pemesanan tiket *event* konser musik. Pascapandemi mulai banyak konser musik diadakan, baik musisi dalam negeri hingga musisi luar negeri. Di tahun 2023 sendiri banyak konser musik yang digelar terlebih lagi musisi dari Korea Selatan, kurang lebih sudah ada 27 musisi dari Korea Selatan yang melakukan konser musik di Indonesia. Banyaknya Musisi dari Korea Selatan yang datang ke tanah air menandai fenomena besarnya *Korean Wave* di

Indonesia. *Korean Wave* merupakan julukan yang diberi kepada penyebaran budaya populer negara Korea Selatan dengan produk-produk hiburan seperti musik, drama, *fashion*, *lifestyle* dan makanan (Putri et al., 2019). Melaksanakan konser musik K-Pop di Indonesia pascapandemi pada tahun 2023 sangat menguntungkan bagi para promotor, sebab saat pandemi pada tahun 2020 terjadi peningkatan yang cukup pesat dalam minat penggemar hiburan Korea Selatan. Peningkatan minat ini memberikan promotor konser kesempatan untuk menyelenggarakan konser-konser dan acara hiburan yang ditunggu oleh penggemar setia.

Promotor akan menjual tiket konser secara *offline* dan *online*. Penjualan tiket konser secara *offline* akan dilakukan saat hari konser diadakan atau biasa disebut penjualan OTS (*On the Spot*) dan penjualan tiket secara *online* melalui *platform online ticketing* dengan jadwal penjualan jauh dari tanggal konser diadakan. Ada beberapa kelebihan menggunakan *platform online ticketing* seperti tiket.com dalam penjualan tiket konser, antara lain memudahkan para calon pembeli dalam pembelian tiket konser, memeriksa jadwal konser, memeriksa daftar harga tiket konser dan memudahkan pada saat melakukan pembayaran tiket konser. Namun, dibalik kelebihan dari sistem penjualan tiket konser melalui *platform online* ada kekurangan yang dirasakan oleh pembeli saat melakukan pembelian tiket konser di aplikasi tiket.com seperti kualitas sistem, kualitas informasi maupun kualitas layanannya. Beberapa ulasan pengguna mengenai kendala saat melakukan pembelian pada *platform* tiket.com di tulis pada Playstore dan Twitter.

Dengan model DeLone dan McLean, mampu dimengerti bagaimana sebuah kualitas sistem informasi dapat berpengaruh kepada kesuksesan terhadap sistem informasi. Model DeLone dan

McLean *Information Success Model* ialah sebuah model yang memiliki fokus atas kesuksesan penerapan suatu sistem berlandaskan atas hubungan melalui berbagai variabel pengukuran kesuksesan sistem (Khairunnisa & Yunanto, 2018). Model DeLone dan Mclean (2003 (William H. DeLone & Ephraim R. McLean, 2003)) memiliki enam variabel yang telah di perbaharui dari model sebelumnya yakni Manfaat bersih (*net benefit*), Kepuasan pengguna (*user satisfaction*), Penggunaan (*use*), Kualitas Layanan (*service quality*), Kualitas Informasi (*information quality*), Kualitas Sistem (*system quality*).

Beberapa peneliti yang telah melakukan penelitian tentang kesuksesan sistem memakai Model DeLone dan McLean yakni pengukuran kesuksesan Aplikasi Jakarta Kini (JAKI) dengan hasil penelitian 8 hipotesis yang diajukan semua hipotesis diterima (Andriyanto et al., 2021). Selanjutnya adalah penelitian tentang pengukuran kesuksesan aplikasi akademik mahasiswa Universitas Bina Sarana Informasi berbasis mobile dengan hasil penelitian 12 hipotesis yang dilakukan pengajuan hanya 5 hipotesis yang diterima dan memiliki pengaruh, dalam penelitian ini model DeLone and McLean tidak seutuhnya dibuktikan empiris (Ernawati et al., 2021). Penelitian lainnya yang menggunakan model DeLone and McLean adalah penelitian tentang pengukuran kesuksesan aplikasi Go-Jek di Palembang, hasil penelitian 12 hipotesis hanya 9 hipotesis yang terbukti memiliki pengaruh yang signifikan (Wijaya & Erwin, 2019). Lalu penelitian lainnya yang memakai model DeLone and McLean guna melakukan pengukuran pada kesuksesan sistem adalah penelitian tentang kepuasan pengguna Zoom Cloud Meetings sebagai media pembelajaran di Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, dari 4 hipotesis yang diajukan semua hipotesis terbukti berpengaruh positif (Supriadi & Susanti, 2021).

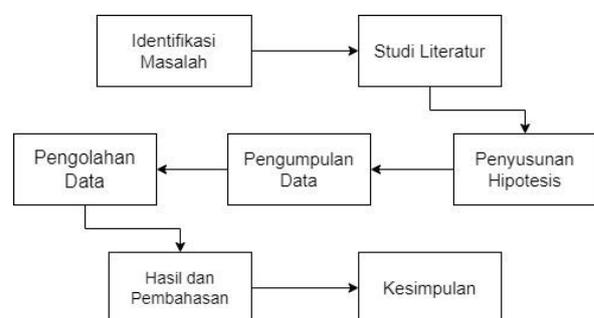
Dari beberapa penelitian sebelumnya dengan menggunakan model DeLone and McLean sebagai variabel memiliki kesenjangan penelitian (*research gap*) dengan penelitian yang akan peneliti lakukan yaitu pada objek penelitian. Berdasarkan hal tersebut, peneliti memiliki ketertarikan untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul “Analisa Kesuksesan OTA (*Online Travel Agent*) menggunakan Model DeLone and McLean (Studi pada Pembelian Tiket Konser K-Pop di Indonesia)”.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif ialah suatu jenis penelitian yang memiliki ciri khas yang sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas mulai dari tahap awal hingga penelitian dibuat. Penelitian kuantitatif melibatkan penggunaan angka dalam berbagai aspek, termasuk pengumpulan data, analisis data, dan presentasi hasilnya. Tujuan utama dari penelitian ini ialah guna menerapkan maupun mengembangkan model teori, matematis, atau dan hipotesis yang berhubungan terhadap fenomena alam (Siyoto & Sodik, 2015).

Tahapan Penelitian

Alur penelitian dijelaskan dalam gambar berikut:



Gambar 1 Alur Penelitian

Identifikasi Masalah

Permasalahan yang ada ialah banyak keluhan pada sistem pemesanan tiket konser K-pop pada tiket.com yang menarik untuk diteliti. Diperlukan

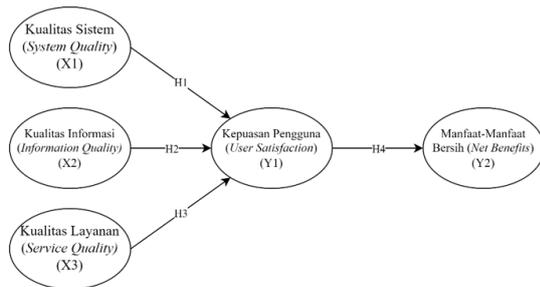
penelitian lebih lanjut mengenai permasalahan yang ada yang bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi sejauh pada kualitas sistem pada tiket.com.

Studi Literatur

Studi literatur dilaksanakan guna mengumpulkan informasi teori yang memiliki hubungan serta memberikan dukungan informasi penelitian dengan mencari serta membaca jurnal nasional dan jurnal internasional, *website*, buku serta referensi yang lain yang menolong pada proses analisa juga pengolahan data.

Penyusunan Hipotesis

Menurut studi literatur yang dilakukan sebelumnya, peneliti membuat hipotesis penelitian yang menjadi jawaban awal dari berbagai pertanyaan yang dihasilkan pada penelitian ini, yang mana penjelasan uraian pertanyaan yang sudah disusun berbentuk pertanyaan (Silviani & Jaya, 2022). Pada gambar .. berikut akan dijelaskan hipotesis pada penelitian ini.



Gambar 2 Hipotesis Penelitian

Menurut gambar 2, bisa dilihat adanya rumusan hipotesis dalam penelitian ini yaitu:

H1 : Kualitas Sistem memberi pengaruh dengan signifikan pada Kepuasan Pengguna

H2 : Kualitas Informasi memberi pengaruh dengan signifikan pada Kepuasan Pengguna

H3 : Kualitas Layanan memberi pengaruh dengan signifikan pada Kepuasan Pengguna

H4 : Kepuasan Pengguna memberi pengaruh dengan signifikan pada Manfaat-Manfaat Bersih

Pengumpulan Data

Penelitian ini tergolong jenis penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian adalah masyarakat Indonesia yang pernah membeli tiket konser K-pop di tiket.com. Teknik pengambilan *sampling* yang dipakai yakni *nonprobability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang mana peneliti mampu menentukan persyaratan khusus pada sampel yakni, 1) Minimal berusia 18 tahun, 2) membeli tiket konser K-pop tanpa perantara, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Teknik penelitian kuantitatif dilaksanakan menggunakan penyebaran kuesioner *online* dengan skala likert 1-5 yang disebar dengan *online*, berlangsung dari 3 Desember 2023-10 Februari 2024. Setiap variabel penelitian tersusun atas berbagai indikator. Indikator serta variabel pada penelitian ini dijelaskan dalam tabel.

Tabel 1 Variabel dan Indikator

Variabel	Indikator	Sumber
KS	X1.1 = <i>Ease of Use</i>	(Seddon & Kiew, 1996)
	X1.2 = <i>Reliability</i>	(Delone & McLean, 2003)
	X1.3 = <i>Response Time</i>	(Rachman, 2021)
	X1.4 = <i>Security</i>	(Rachman, 2021)
KI	X2.1 = <i>Completeness</i>	(Livari, 2005)
	X2.2 = <i>Timeliness</i>	(Livari, 2005)
	X2.3 = <i>Relevance</i>	(Livari, 2005)
	X2.4 = <i>Accuracy</i>	(Livari, 2005)
KL	X3.1 = <i>Emphaty</i>	(Delone & McLean, 2003)
	X3.2 = <i>Responsive</i>	(Delone & McLean, 2003)
	X3.3 = <i>Assurance</i>	(Delone & McLean, 2003)
KP	Y1.1 = <i>Effectiveness</i>	(Ernawati et al., 2021)
	Y1.2 = <i>Sesuai Harapan</i>	(Rachman, 2021)
	Y1.3 = <i>Overall Satisfaction</i>	(Ernawati et al., 2021)
MB	Y2.1 = <i>Effectiveness</i>	(Wijaya & Erwin, 2019)
	Y2.2 = <i>Efficiency</i>	(Wijaya & Erwin, 2019)
	Y2.3 = <i>Usefulness</i>	(Wijaya & Erwin, 2019)

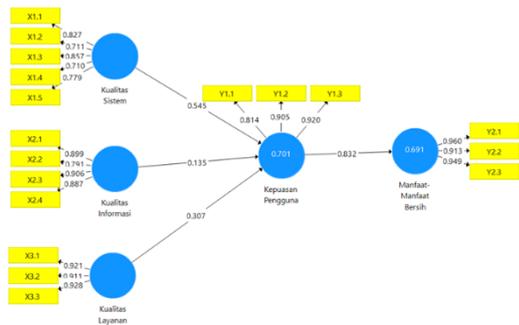
Pengolahan Data

Data yang telah diperoleh dari penyebaran kuesioner diuji melalui evaluasi *inner model* serta *outer model*. *Inner model* tersusun atas uji *path coefficient*, *R-Square* dan uji *predictive relevance*. *Outer model* tersusun atas uji *convergent validity*, *discriminat validity* dan *composite reliability*. Alat bantu dalam penelitian ini memakai *software SmartPls 3*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*)

Pengujian *outer model* atau model pengukuran dilaksanakan guna menilai reliabilitas juga validitas. Pengukuran yang dilaksanakan melalui *outer model* yakni *convergent validity*, *discriminat validity*, serta *composite reability* (Abdillah & Hartono, 2015). Hasil pengujian *outer model* berbentuk diagram PLS algoritm dapat dilihat dalam gambar 3.



Gambar 3 Tampilan Output Model Pengukuran (*Outer Model*)

Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Convergent validity dari model pengukuran menggunakan indikator reflektif dapat memiliki nilai menurut korelasi antara *construct score* serta *component score*. Ketika nilai *loading factor* > 0.70 maka dapat disebut berkorelasi dan valid terhadap konstruk.

Tabel 2 *Outer Loading*

Original Sample (O)	Sample Mean (M)	T Statistics (O/STDEV)	P Values
---------------------	-----------------	--------------------------	----------

X1.1-< KS	0.827	0.828	19.698	0.000
X1.2-< KS	0.711	0.708	8.749	0.000
X1.3-< KS	0.857	0.860	32.724	0.000
X1.4-< KS	0.710	0.711	10.615	0.000
X1.5-< KS	0.779	0.779	14.273	0.000
X2.1 <- KI	0.899	0.894	33.738	0.000
X2.2 <- KI	0.791	0.781	14.310	0.000
X2.3 <- KI	0.906	0.906	40.656	0.000
X2.4 <- KI	0.887	0.887	35.923	0.000
X3.1-< KL	0.921	0.922	61.772	0.000
X3.2-< KL	0.911	0.910	42.328	0.000
X3.3-< KL	0.928	0.927	55.744	0.000
Y1.1-< KP	0.814	0.815	19.762	0.000
Y1.2-< KP	0.905	0.904	43.639	0.000
Y1.3-< KP	0.920	0.921	65.779	0.000
Y2.1-<MB	0.960	0.959	94.982	0.000
Y2.2-<MB	0.913	0.913	39.102	0.000
Y2.3-<MB	0.949	0.948	76.789	0.000

Dapat dilihat dari hasil uji *convergent validity* diperoleh nilai *loading factor* dari semua indikator variabel diatas 0.70. selain itu, nilai t-statistik pada hasil uji > 1,96 serta mempunyai nilai p values < 0.05 yang didapatkan kesimpulan yakni konstruk variabel mempunyai nilai konvergen secara konvergen serta valid.

Validitas Diskriminan (*Discriminant Validity*)

Pengujian *discriminat validity* dipakai dalam menilai apakah sebuah konstruk dapat memiliki *loading factor* paling besar dalam konstruk yang telah dibentuknya, daripada dengan *loading factor* lainnya. Pengujian *discriminat validity* dapat menggunakan cara indikator reflektif yakni dengan mengetahui nilai *cross loading* pada masing-masing variabel diharuskan > 0.70 agar dinyatakan valid (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 3 *Cross Loading*

	KP	KI	KL	KS	MB
X1.1	0.695	0.350	0.604	0.827	0.669
X1.2	0.525	0.268	0.385	0.711	0.502
X1.3	0.733	0.245	0.569	0.857	0.775
X1.4	0.494	0.171	0.479	0.710	0.442
X1.5	0.564	0.253	0.415	0.779	0.530
X2.1	0.334	0.899	0.216	0.247	0.306
X2.2	0.238	0.791	0.246	0.135	0.227
X2.3	0.441	0.906	0.342	0.339	0.363
X2.4	0.425	0.887	0.437	0.373	0.418
X3.1	0.686	0.386	0.921	0.674	0.696
X3.2	0.600	0.322	0.911	0.535	0.603
X3.3	0.652	0.309	0.928	0.544	0.638
Y1.1	0.814	0.485	0.596	0.582	0.685
Y1.2	0.905	0.295	0.663	0.746	0.720
Y1.3	0.920	0.368	0.603	0.739	0.790
Y2.1	0.818	0.355	0.698	0.755	0.960
Y2.2	0.685	0.364	0.606	0.695	0.913
Y2.3	0.830	0.383	0.675	0.712	0.949

Pada tabel 3, didapatkan nilai *discriminant validity* serta *cross loading* yang baik diketahui berdasarkan nilai korelasi indikator pada konstruk lebih tinggi daripada dengan nilai korelasi indikator konstruk yang lain. Sehingga seluruh indicator dalam masing-masing variabel pada penelitian yang dilakukan sudah sesuai dengan syarat *discriminant validity*.

Reliabilitas (Composite Reliability)

Composite reliability dipakai sebagai alat guna menguji realibilitas ssebuah variabel.

Variabel	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	AVE
KP	0.854	0.861	0.912	0.776
KI	0.897	0.932	0.927	0.760
KL	0.910	0.913	0.943	0.847
KS	0.837	0.856	0.885	0.607
MB	0.935	0.945	0.959	0.885

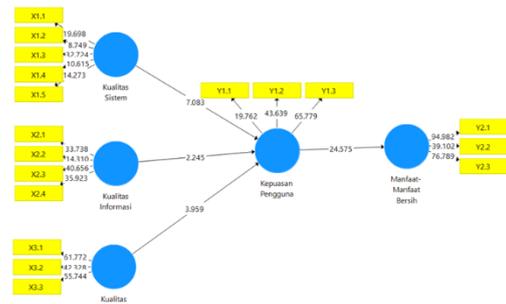
Apabila nilai *composite reliability* > 0,60 maka sebuah konstruk dianggap reliabel (Ghozali & Latan, 2015).

Tabel 4 Construct Validity dan Reliability

Pada tabel 4, dapat diketahui semua konstruk mempunyai nilai *composite reliability* > 0.70, demikian pula dengan nilai *cronbach's alpha* > 0.70, sehingga didapatkan kesimpulan yakni konstruk mempunyai reliabilitas yang baik. Selain itu, pada nilai AVE (*Average Variance Extracted*) terdapat 5 konstruk > 0.50, dan sehingga bisa dikatakan yakni evaluasi model mempunyai *convergent validity* yang baik.

Hasil Uji Model Struktural (Inner Model)

Evaluasi model struktural (*inner model*) dipakai dalam memprediksi serta memberikan penjelasan hubungan antar variabel laten. Untuk menilai model struktural memakai nilai *R-Square* (R²) lalu memakai nilai *predictive relevance* (Q²). Adapun dibawah ini model structural dari hasil pengujian:



R-Square (R²)

Model struktural dilakukan evaluasi dengan *R-Square* pada konstruk dependen. Nilai *R-Square* yang berubah bisa dipakai dalam memberikan penjelasan pengaruh variabel laten eksogen tertentu pada variabel laten endogen. Nilai *R-Square* 0.25 lemah, 0.50 moderate serta 0.75 kuat (Ghozali & Latan, 2015). Dalam penelitian ini menggunakan 2 variabel terikat yaitu Kepuasan Pengguna (Y1) yang diberi pengaruh dari variabel Kualitas Sistem (X1), Kualitas Informasi (X2), dan Kualitas Layanan (X3). Variabel Manfaat-Manfaat bersih (Y2) yang diberi pengaruh dari Kepuasan Pengguna (Y2). Berikut ini ialah nilai *R-Square* (R²):

Tabel 5 R-Square

Variabel	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Pengguna	0.701	0.692
Manfaat-Manfaat Bersih	0.691	0.688

Dapat diketahui dalam tabel 5, didapatkan hasil nilai *R-Square* (R²) pada variabel Kepuasan Pengguna (Y1) yakni sejumlah 0.701, yang menjelaskan yakni 70.1% variabel kepuasan pengguna (Y1) bisa dipengaruhi dari variabel Kualitas Sistem (X1), Kualitas Informasi (X2), serta Kualitas Layanan (X3), yang sisa sejumlah 29.9% diberi pengaruh dari variabel lainnya diluar penelitian. selanjutnya nilai *R-Square* (R²) pada variabel Manfaat-Manfaat Bersih (Y2) yakni sejumlah 0.691, yang menunjukkan yakni 69.1% variabel Manfaat-Manfaat Bersih (Y2) dapat diberi pengaruh dari variabel

Kepuasan Pengguna (Y1), dan sisanya sejumlah 30.9% diberi pengaruh dari variabel lainnya diluar penelitian.

Predictive Relevance (Q²)

Stone (1974) dan Geisser (1975) mengembangkan *Predictive Relevance* (Q²) atau dinamakan *predictive sample reus*. Besaran nilai Q² < 0 menjelaskan yakni model kurang mempunyai *predictive relevance* serta apabila Q² > menggambarkan bahwa model mempunyai *predictive relevance*, model semakin baik apabila nilainya mendekati 1. Menurut tabel 5 sehingga berikut adalah perhitungan *predictive relevance*:

$$Q^2 = 1 - (1 - R_1^2) \times (1 - R_2^2)$$

$$Q^2 = 1 - (1 - 0.701) \times (1 - 0.691)$$

$$Q^2 = 0.907609$$

Keterangan :

R₁² = nilai R-Square variabel Kepuasan Pengguna

R₂² = nilai R-Square variabel Manfaat-Manfaat Bersih

Q² = nilai *Predictive Relevance*

Menurut hasil perhitungan diatas, diperoleh nilai Q² adalah sejumlah 0.907609 yang berrati ialah keragaman data dari penelitian yang besar yang didapatkan mampu dijabarkan oleh model struktural yang disusun yakni sejumlah 90.76%, namun sisanya sejumlah 9.34% dijabarkan oleh faktor lainnya selain model. Berdasarkan hasil tersebut bisa disebutkan yakni pada penelitian ini model strukturalnya sudah cukup baik sebab nilainya mendekati 1.

Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dipakai dalam melakukan pengujian pengaruh antar masing-masing variabel. Pengaruh antar variabel tersebut akan melewati simulasi yang memakai metode *bootsrapping*, yang memiliki tujuan dalam mengurangi permasalahan data penelitian yang tidak normal. Adapun

hasil pengujian melalui metode *bootsrapping* yaitu:

Tabel 6 Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel	Sample Mean (M)	Path Coefficients		Keterangan
		T Statistics ((O/STDEV))	P Values	
KS ->	0.546	7.083	0.000	Diterima
KP				
KI ->	0.139	2.245	0.025	Diterima
KP				
KL ->	0.303	3.959	0.000	Diterima
KP				
KP ->	0.835	24.575	0.000	Diterima
MB				

Cara melakukan uji ini dengan melakukan perbandingan antara t-statistik terhadap nilai t-tabel. Nilai t-tabel yang digunakan yaitu 1.960 dengan tingkat signifikan value yaitu 0.05 (...). Hubungan antar konstruk dalam pengambilan keputusan dalm uji model dianggap memberi pengaruh signifikan apabila nilai t-statistik > dari tabel dan nilai p-values > dari 0.05.

Hasil Uji Hipotesis yang ditunjukkan pada tabel 6 tersebut menjelaskan yakni:

1. Variabel Kualitas Sistem mempunyai pengaruh dengan signifikan pada Kepuasan Pengguna dengan nilai t-statistik 7.083 > 1.96 serta nilai p-value 0.000 < 0.05. Selanjutnya nilai *path coefficient* atau *original sample* berada pada nilai 0.545. Pada penelitian ini, hasil pengujian yang dilaksanakan kepada H1 menyebutkan yakni Kualitas Sistem mempunyai pengaruh dengan signifikan pada Kepuasan Pengguna yang menyebabkan H1 diterima.
2. Varibael Kualitas Informasi mempunyai pengaruh dengan signifikan pada Kepuasan Pengguna dengan nilai t-statistik 2.245 > 1.96 serta nilai p-value 0.025 < 0.05. Kemudian nilai *path coefficient* atau *original sample* ada dalam nilai 0.135. Pada penelitian ini, hasil pengujian yang dilaksanakan kepada H2 menyebutkan yakni Kualitas Informasi mempunyai pengaruh dengan signifikan pada Kepuasan Pengguna yang menyebabkan H2 diterima.

3. Variabel Kualitas Layanan mempunyai pengaruh signifikan pada Kepuasan Pengguna pada nilai t-statistik $3.959 > 1.96$ serta nilai p-value $0.000 < 0.05$. selanjutnya nilai *path coefficient* atau *original sample* berapa dalam nilai 0.307. Pada penelitian ini, hasil pengujian yang dilaksanakan kepada H3 menyebutkan yakni Kualitas Layanan mempunyai pengaruh dengan signifikan pada Kepuasan Pengguna yang menyebabkan H3 diterima.
4. Variabel Kepuasan Pengguna mempunyai pengaruh dengan signifikan pada Manfaat-Manfaat Bersih dengan nilai t-statistik $24.575 > 1.96$ serta nilai p-value $0.000 < 0.05$. Kemudian nilai *path coefficient* atau *original sample* ada pada nilai 0.832. Pada penelitian ini, hasil pengujian yang dilaksanakan kepada H4 menyebutkan yakni Kepuasan Pengguna mempunyai pengaruh signifikan pada Manfaat-Manfaat Bersih yang menyebabkan H4 diterima.

Pembahasan

Pembahasan hasil dari penelitian ini disusun untuk mengetahui hubungan yang terjadi menjadi bentuk bukti hipotesis yang digunakan pada penelitian menyesuaikan terhadap kajian secara teoritis serta data yang dipakai. Dalam menyusun pembahasan hasil penelitian ini akan menggunakan hasil penelitian empiris maupun teori-teori yang telah dilaksanakan oleh peneliti terdahulu. Hasil pengujian hipotesis penelitian ini bisa akan bertentangan, menolak, maupun mendukung terhadap teori dan hasil penelitian empiris tersebut, juga dapat dijelaskan pula berbagai batasan yang terdapat pada penelitian ini.

1. Menurut hasil pengujian hipotesis 1 (H1) menyebutkan yakni variabel Kualitas Sistem memberi pengaruh terhadap Kepuasan Pengguna, hal tersebut mengartikan semakin tinggi

Kualitas Sistem tiket.com pada saat transaksi pembelian tiket konser K-pop maka semakin besar pula rasa puas pengguna. Hal ini berarti, kualitas sistem dari platform tiket.com menjadi suatu faktor yang penting pada rasa puas pengguna saat bertransaksi, oleh karena itu penting bagi tiket.com untuk terus dan selalu memperhatikan dan meningkatkan kualitas sistem mereka dalam mengelola sistem *platform* dalam memberikan fasilitas pembelian tiket konser K-pop. Dengan memastikan kemudahan saat digunakan, kehandalan, kecepatan akses dan keamanan saat bertransaksi, tiket.com dapat meningkatkan kepuasan pengguna dan memperkuat reputasi mereka sebagai *platform* pemesanan tiket konser yang dapat diandalkan. Selain itu, pengalaman positif dalam transaksi pembelian tiket juga dapat membantu memberikan peningkatan kepuasan pengguna.

Hasil yang diperoleh dari penelitian mendukung teori *D&M IS Success Model* dari DeLone and McLean (2003) yang menyebutkan yakni Kualitas Sistem mempengaruhi Kepuasan Pengguna. Penelitian ini membantah hasil penelitian yang dilaksanakan Erwin & Wijaya, A. (2019), yang menyebutkan yakni Kualitas Sistem tidak memberi pengaruh pada Kepuasan Pengguna aplikasi Gojek di Palembang (Wijaya & Erwin, 2019).

2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 2 (H2) menjelaskan yakni variabel Kualitas Informasi memberi pengaruh pada Kepuasan Pengguna, hal tersebut memiliki arti semakin tinggi Kualitas Informasi yang diberikan tiket.com pada saat transaksi pembelian tiket

konser K-pop maka semakin besar pula rasa puas pengguna. Dalam hal ini, berarti menekankan pentingnya *platform* tiket.com untuk menyediakan informasi yang lengkap, tepat waktu, relevan dan akurat kepada pengguna selama proses transaksi pembelian tiket konser K-pop. Informasi yang jelas berupa harga tiket beserta biaya lainnya, lokasi tempat konser, jadwal pelaksanaan konser, dan syarat ketentuan pembelian yang akan membantu pengguna membuat keputusan yang tepat dan merasa lebih yakin saat bertransaksi. Dengan demikian, memberikan pengalaman bertransaksi yang informatif dan transparan pada pengguna, *platform* tiket.com dapat meningkatkan kepercayaan pengguna.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini mendukung teori *D&M IS Success Model* dari DeLone and McLean (2003) yang menyatakan bahwa Kualitas Informasi mempengaruhi Kepuasan Pengguna. Penelitian ini membantah hasil penelitian yang dilaksanakan Erwin & Wijaya, A. (2019), yang menyebutkan yakni Kualitas Informasi tidak memberi pengaruh pada Kepuasan Pengguna aplikasi Gojek di Palembang (Wijaya & Erwin, 2019).

3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3 (H3) menjelaskan yakni variabel Kualitas Layanan berpengaruh pada Kepuasan Pengguna, hal tersebut berarti semakin bagus kualitas layanan yang diberi pada pengguna pada saat transaksi pembelian tiket konser K-pop maka semakin besar pula rasa puas pengguna. Oleh karena itu, tiket.com harus selalu memastikan kualitas layanan yang bagus selama proses

transaksi pembelian tiket konser K-pop, hal ini mencakup responsif layanan, empati pelayanan dan jaminan pelayanan dalam menanggapi pertanyaan atau keluhan pelanggan. Dengan memberikan pelayanan yang ramah, efisien, dan cepat pada kebutuhan pengguna, tiket.com dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna.

Hasil yang diperoleh dari penelitian mendukung teori *D&M IS Success Model* dari DeLone and McLean (2003) yang menyebutkan yakni Kualitas Layanan mempengaruhi Kepuasan Pengguna. Penelitian ini membantah hasil penelitian yang dilaksanakan Rismayadi, A. A., et al. (2020), yang menyebutkan yakni Kualitas Layanan tidak memberi pengaruh pada Kepuasan Pengguna ShopeepayLater di Bandung (Rismayadi et al., 2020).

4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis 3 (H3) menjelaskan yakni variabel Kepuasan Pengguna memberi pengaruh pada Manfaat-Manfaat Bersih, hal tersebut memiliki arti semakin tinggi rasa Kepuasan Pengguna pada dan *pasca* transaksi pembelian tiket konser K-pop maka semakin besar pula Manfaat-Manfaat bersih yang dirasakan. Hal ini berarti, kepuasan pengguna tidak hanya menciptakan pengalaman positif secara langsung, tetapi juga berdampak pada manfaat-manfaat yang lebih luas. Seperti efektifnya *platform* tiket.com saat transaksi pembelian tiket konser K-pop, lalu efisiennya *platform* tiket.com saat transaksi pembelian tiket konser K-pop karena pengguna menganggap bahwa menggunakan tiket.com dapat menghemat waktu, usaha atau sumber

daya yang lainnya. Lalu dalam hal kegunaan, pengguna platform tiket.com merasa terbantu dengan adanya tiket.com sebagai *platform* penyedia tiket konser K-pop secara online. Oleh karena itu, menjaga tingkat kepuasan pengguna pada dan *pasca* transaksi menjadi kunci dalam mencapai manfaat-manfaat bersih yang lebih besar dan memastikan bahwa pengguna merasa terpenuhi dengan pengalaman mereka menggunakan *platform* tiket.com.

Hasil yang diperoleh dari penelitian mendukung teori *D&M IS Success Model* dari DeLone and McLean (2003) yang menyebutkan yakni Kepuasan Pengguna mempengaruhi Manfaat-Manfaat Bersih. Penelitian ini membantah hasil penelitian yang dilaksanakan Rizqina, G., et al (2019) yang menyebutkan yakni Kepuasan Pengguna tidak memberi pengaruh pada Manfaat-Manfaat Bersih portal *online* pada Perusahaan XYZ (Rizqina Gardenta Maranaisya & Dien Novita, 2019).

SIMPULAN

Terdapat 4 hipotesis yang dibuat dalam penelitian ini dan keseluruhan hipotesis dapat diterima. H1 yaitu variabel Kualitas Sistem berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dengan *p-value* $0.000 < 0.05$. Hasil pengujian H2 yaitu variabel Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dengan *p-value* $0.025 < 0.05$. Hasil pengujian H3 yaitu variabel Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dengan *p-value* $0.000 < 0.05$. Kemudian, hasil pengujian H4 yaitu variabel Kepuasan Pengguna berpengaruh signifikan terhadap Manfaat-Manfaat Bersih dengan *p-value* $0.000 < 0.05$. Dari hasil tersebut, menunjukkan

bahwa Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Layanan merupakan aspek penting dalam sebuah sistem yang hasilnya akan mempengaruhi Kepuasan Pengguna, jika Kepuasan Pengguna yang didapat sesuai harapan maka hasilnya akan berdampak baik terhadap Manfaat-Manfaat Bersih. Saran untuk peneliti selanjutnya, dapat menggabungkan dengan metode lainnya seperti EUCS atau TAM dan penelitian ini hanya melibatkan 100 responden. Peneliti berharap peneliti selanjutnya bisa mendapatkan responden yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Penerbit Andi.
- Andriyanto, D., Said, F., Titiani, F., & Erni, E. (2021). Analisis Kesuksesan Aplikasi Jakarta Kini (JAKI) Menggunakan Model DeLone and McLean. *Paradigma - Jurnal Komputer Dan Informatika*, 23(1). <https://doi.org/10.31294/p.v23i1.10018>
- Ernawati, M., Hermaliani, E. H., & Sulistyowati, D. N. (2021). Penerapan DeLone and McLean Model untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile. *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer Dan Informatika*, 5(1), 58–67.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Dedi, Ed.; 1st ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Khairunnisa, U., & Yunanto, M. (2018). Pengaruh kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna dan manfaat bersih pada implementasi e-faktur: Validasi model kesuksesan sistem informasi Delone Dan Mclean. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(3).
- Livari, J. (2005). An Empirical Test of the DeLone-McLean Model of Information System Success. *ACM SIGMIS Database: The DATABASE for Advances*

- in Information Systems*, 36(2), 8–27.
<https://doi.org/10.1145/1066149.1066152>
- Putri, I. P., Liany, F. D. P., & Nuraeni, R. (2019). K-Drama dan Penyebaran Korean Wave di Indonesia. *ProTVF*, 3(1), 68.
<https://doi.org/10.24198/ptvf.v3i1.20940>
- Rachman, R. (2021). Analisa Kesuksesan E-Government Laporan dengan Model Delone-Mclean dan Metode PLS-SEM. *SISTEMASI*, 10(2), 357.
<https://doi.org/10.32520/stmsi.v10i2.1236>
- Rismayadi, A. A., Dede Kartika Dewi, & Anshori, I. F. (2020). Analisis Kepuasan Pengguna ShopeePayLater menggunakan Model Delone & Mclean sebagai Media Penagjukan Kredit Online. *Jurnal Responsif: Riset Sains Dan Informatika*, 2(2), 190–197.
<https://doi.org/10.51977/jti.v2i2.272>
- Riyanto, A. D. (2023). *Indonesian Digital Report 2023*. Andi.Link.
<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>
- Rizqina Gardenta Maranaisya, R. G. M., & Dien Novita, D. N. (2019). Evaluasi Kesuksesan Portal Online Dengan Pendekatan Model DeLone Dan McLean (Studi Kasus: Perusahaan XYZ). *JATISI (Jurnal Teknik Informatika Dan Sistem Informasi)*, 6(1), 31–42.
- Seddon, P., & Kiew, M.-Y. (1996). A Partial Test and Development of Delone and Mclean's Model of IS Success. *Australasian Journal of Information Systems*, 4(1).
<https://doi.org/10.3127/ajis.v4i1.379>
- Silviani, S., & Jaya, J. N. U. (2022). Evaluasi Kesuksesan E-Plantation Menggunakan Model DeLone dan McLean di PT Alam Permai Makmur Raya. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 3(3), 324–330.
<https://doi.org/10.47065/josh.v3i3.1545>
- Siyoto, S., & Sodik, A., M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup, Ed.; Ed. 1). Literasi Media Publishing.
- Supriadi, B., & Susanti, S. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Zoom Cloud Meetings Sebagai Media Pembelajaran Menggunakan Model Delone & Mclean. *Jurnal Responsif: Riset Sains Dan Informatika*, 3(2), 216–222.
- Wijaya, A., & Erwin. (2019). Penggunaan Model DELONE Dan MCLEAN Dalam Mengukur Kesuksesan Aplikasi GO-JEK Di Palembang. *JuSiTik: Jurnal Sistem Dan Teknologi Informasi Komunikasi*, 3(1), 9–17.
- William H. Delone, & Ephraim R. McLean. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-Year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
<https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>

