

Pengembangan Model Penelitian Dalam Meningkatkan Kualitas Layanan Toko Online (B2C)

Sandy Kosasi

STMIK Pontianak
Jl. Merdeka No. 372 Pontianak, 0561-735555
e-mail: sandykosasi@yahoo.co.id & sandykosasi@gmail.com

Abstrak

Kualitas layanan toko online (B2C) memiliki arti penting dalam menumbuhkembangkan dan memperluas bisnis digital. Keberhasilan toko online (B2C) tidak hanya ditentukan situs web yang baik dan harga produk/jasa yang murah. Studi sebelumnya memperlihatkan banyak toko online yang tidak bertahan lama dan mengalami kegagalan. Kondisi ini terjadi karena belum fokus pada kualitas layanan online, ketidaksiapan memberdayakan teknologi informasi secara menyeluruh dan cenderung masih bersifat parsial. Kenyataan ini dapat memberikan dampak pada menurunnya kepuasan, kepercayaan dan kesetiaan pelanggan. Rumusan masalah penelitian ini adalah (a) mengusulkan sebuah model penelitian baru mengenai pengaruh model kesuksesan sistem informasi dan tata kelola teknologi informasi terhadap manajemen layanan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas layanan toko online (B2C); (b) membangun rancangan uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel dalam penelitian ini. Tujuan penelitian untuk menganalisis kekuatan hubungan dan sejauhmana pengaruh dari manajemen layanan teknologi informasi sebagai faktor dominan dalam meningkatkan kualitas layanan toko online (B2C). Penelitian ini menggunakan metode kombinasi dan unit analisis organisasi dengan tipe concurrent triangulation strategy. Jumlah sampel ditetapkan sebanyak 83 toko online. Untuk memperkuat hasil analisa kuantitatif dilanjutkan dengan analisa dan perhitungan kualitatif melalui teknik wawancara secara mendalam dan FGDs memilih 5 orang informan dari lokasi sampel yang sama.

Kata kunci: *Manajemen Layanan Teknologi Informasi, Kualitas Layanan, Toko Online.*

1. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat telah memungkinkan setiap bisnis menjadi semakin mudah membangun hubungan personal dengan pelanggannya melalui berbagai saluran online, diantaranya perniagaan melalui toko online [1]. Usaha toko secara online atau yang dikenal dengan tipe B2C memberikan kemudahan dan keleluasaan menjalin hubungan personal dengan pelanggan, memiliki jangkauan pemasaran secara lebih luas, mudah melakukan kolaborasi dengan mitra bisnis, kemudahan investasi, dan tanpa harus mengeluarkan

biaya operasional yang besar [2]. Komunikasi pemasaran secara online dapat menjadi lebih efektif dan interaktif dalam pengadaan dan mendistribusikan produk dan jasa sesuai kebutuhan pelanggan. Menjalankan usaha toko online juga tidak membutuhkan biaya operasional yang besar dan peluang meningkatkan margin usaha [3].

Semua kemudahan dan manfaat yang dapat diperoleh melalui toko online tidak hanya ditentukan oleh sebuah situs web yang baik dengan harga produk/jasa yang murah namun dari semuanya yang paling penting adalah harus memastikan kualitas layanan yang optimal dan tepat sasaran melebihi harapan dan keinginan terpendam pelanggan [4]. Ketepatan waktu pengiriman, kondisi dan kesesuaian dengan produk/jasa, dan keamanan dalam pengiriman juga harus menjadi perhatian penting [5].

Sudah banyak studi sebelumnya menyoroti rendahnya kualitas layanan online dapat mengakibatkan kegagalan menjalankan bisnis digital ini. Kegagalan yang sering terjadi karena usaha toko online yang ada di Indonesia diantaranya belum memiliki kesiapan memberdayakan teknologi informasi secara menyeluruh dan dukungan teknologi informasi masih bersifat parsial [6]. Kualitas layanan online cenderung belum menitikberatkan pada ketersediaan dan jaminan kapabilitas infrastruktur teknologi informasi dengan koneksi internet yang lancar dan stabil [7]. Kualitas layanan toko online belum secara signifikan memfasilitasi pembelian dan pengiriman produk/jasa secara efisien, efektif, dan tepat waktu memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Selain itu, informasi tagihan yang tidak selalu sesuai dengan nilai saat transaksi, ketidakjelasan informasi dalam masa pengantaran dan pengiriman, ketidakjelasan layanan informasi untuk penggantian dan pengembalian uang dan produk/jasa [8,9].

Kapabilitas menyediakan layanan online dengan kualitas yang baik dan sesuai harapan pelanggan tidak selamanya hanya sebatas dari sisi keakuratan, kelengkapan dan kekinian informasi produk/jasa saja. Namun dalam hal ini, konten paling penting harus dapat membangun kepuasan, kepercayaan dan kesetiaan pelanggan dengan senantiasa meningkatkan dan memastikan kualitas layanan onlinenya [10]. Membangun hubungan personal pelanggan yang kuat dengan kemampuan memberikan dukungan purna jual, daya tanggap secara cepat, minat

Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 2018

SENSITEK 2018

STMIK Pontianak, 12 Juli 2018

yang tulus dalam memecahkan masalah pelanggan, komitmen yang kuat memastikan produk/jasa dan layanan telah disampaikan tepat pada waktunya. Kegagalan membangun kualitas layanan toko online mengakibatkan pelanggan tidak puas, mengeluh dan kemungkinan beralih ke pesaing lainnya [11].

Kondisi ini menandakan ketersediaan dan keterpaduan kualitas layanan harus senantiasa memiliki kekinian informasi dalam proses memasarkan produk/jasa melalui situs web secara online. Mengingat keterpaduan kualitas layanan online adalah bagian dari manajemen bisnis online [12]. Kualitas layanan toko online juga tidak terlepas dari komposisi dari desain situs web dalam memasarkan produk/jasanya. Model usaha melalui toko online dengan segmentasi B2C memiliki hubungan yang sangat erat dalam menyediakan dan memastikan kualitas layanan onlinenya agar dapat merujuk pada kebutuhan masing-masing pelanggan [13].

Kualitas layanan online didefinisikan sebagai bentuk layanan yang ditawarkan secara online melalui jaringan internet, dikelola oleh pelanggan, dan bersifat interaktif melalui kapabilitas dan ketersediaan informasi dari situs web [14]. Kualitas layanan online atau yang juga dikenal sebagai model E-SQ (E-Service Quality) dapat dibagi menjadi dimensi fungsional dan dimensi teknis. Penggunaan model E-SQ ini merujuk pada sejumlah studi terdahulu mengenai pengembangan penerapan teori dari model E-SQ ini [15]. Penelitian ini lebih difokuskan pada kualitas layanan toko online (B2C) dalam bentuk pengecer ritel online yang meliputi enam dimensi utama berupa keandalan, cepat tanggap, mudah digunakan, privasi, ketersediaan, dan desain situs web [16]. Secara komprehensif E-SQ harus melampaui layanan transaksi komersial sesuai interaksi yang terjadi sebelum, selama, dan setelah pengiriman layanan secara online. Dalam konteks web, E-SQ diartikan sejauh mana layanan online sebuah situs web dapat memfasilitasi transaksi ritel pembelian secara efisien dan efektif dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan [17].

Mewujudkan kualitas layanan toko online secara terpadu tidak terlepas dari kapabilitas dan kesiapan manajemen layanan teknologi informasi dalam menunjang dan menyampaikan informasinya [18]. Mengingat kualitas layanan online bergantung pada kepemilikan arsitektur teknologi informasi dan penyedia jasa layanan internet dalam menyediakan tingkat layanan informasi dengan tepat sasaran. Manajemen layanan teknologi informasi dapat membantu meningkatkan efektivitas dan efisiensi layanan toko online secara menyeluruh [19]. Kualitas layanan online sudah menjadi bagian yang penting dan menyatu dalam menjamin dan memastikan ketersediaan aliran informasi untuk semua penawaran produk/jasa secara mudah dan cepat. Manajemen layanan teknologi informasi memiliki peran penting dalam melakukan sinkronisasi dan interoperabilitas pengolahan data untuk memastikan keterpaduan informasi semua organisasi

yang menjalankan toko online [20]. Dalam konteks penelitian ini memiliki tujuan utama meningkatkan kualitas layanan toko online (B2C) yang dimediasi secara langsung melalui manajemen layanan teknologi informasi. Sementara yang menjadi faktor antesedennya adalah model kesuksesan sistem informasi dan tata kelola teknologi informasi.

Manajemen layanan teknologi informasi diartikan sebagai manajemen dari semua proses bisnis yang bekerja sama untuk memastikan kualitas layanan teknologi informasi telah sesuai dengan tingkat layanan yang telah disepakati bersama. Mencakup proses inisiasi, desain, organisasi, pengendalian, pengadaan, dukungan dan peningkatan layanan teknologi informasi sesuai kebutuhan organisasi [21]. Penyedia layanan teknologi informasi harus dapat memberikan dan memastikan penerapan manajemen layanan teknologi informasi telah sesuai dengan harapan pelanggan. Terlebih lagi dalam organisasi yang proses bisnisnya sangat bergantung kepada layanan teknologi informasi [22]. Manajemen layanan teknologi informasi memiliki dua unsur yakni dukungan dan menyampaikan layanan. Dukungan layanan mengarah kepada upaya mendapatkan akses kepada ketersediaan layanan informasi secara cepat dan lengkap mendukung kinerja proses bisnis. Sementara menyampaikan layanan untuk memenuhi kebutuhan manajerial dan pemangku kepentingan dalam pembuatan keputusan [23]. Manajemen layanan berkaitan lebih dari sekedar memberikan layanan. Setiap layanan, proses atau komponen infrastruktur memiliki siklus hidup, dan manajemen layanan mempertimbangkan seluruh siklus hidup dari strategi melalui desain, dan transisi untuk operasi dan perbaikan berkelanjutan [24].

Keberhasilan manajemen layanan teknologi informasi tidak terlepas dari pengaruh dari model kesuksesan sistem informasi dan tata kelola teknologi informasi. Mengingat salah satu dan/atau kedua faktor tersebut memiliki indikasi dapat memberikan dampak yang cukup signifikan dalam membangun dan meningkatkan kualitas layanan online [25]. Model kesuksesan sistem informasi dari DeLone dan McLean (1992) sampai saat ini masih relevan dan banyak digunakan untuk penelitian di bidang sistem informasi dan bidang lainnya serta selalu mengalami penyempurnaan [26,27]. Merujuk pada hasil studi mereka, terdapat 3 (tiga) faktor paling penting yaitu kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan. Kualitas informasi fokus pada kepentingan dan kekayaan konten teknologi informasi; kualitas sistem mengacu pada keandalannya dan stabilitas perangkat lunak dan perangkat keras terkait dengan pemrosesan informasi, pengiriman dan menerima informasi; kualitas layanan adalah layanan operasional dan teknis yang relevan dari teknologi informasi [28].

Sementara dari sisi tata kelola teknologi informasi memiliki peran dalam mengelola dan mengintegrasikan semua unit layanan teknologi informasi agar dapat

melakukan kegiatan operasionalnya dengan lancar [29]. Tata kelola teknologi informasi sudah menjadi bagian penting mendukung kesuksesan organisasi karena memiliki struktur hubungan yang saling mengontrol dalam mencapai tujuan bisnis melalui penambahan nilai sekaligus penyeimbangan resiko terkait pengelolaan proses layanan teknologi informasi [30]. Kenyataan ini menempatkan teknologi informasi sebagai sumberdaya yang sangat penting dalam mengimplementasikan tata kelola teknologi informasi yang baik dan tepat sasaran [31] agar dapat mencapai tujuan dan produktivitas perusahaan. Tata kelola teknologi informasi merupakan batasan komponen yang membangun sistem melalui serangkaian prosedur dan mekanisme antarkomponen dalam aktivitas organisasi [32]. Memiliki kontribusi penting sebagai solusi tepat untuk mengatasi meningkatnya perubahan dan kompleksitas dalam menyediakan layanan informasi. Menjadi pendorong utama dalam proses transformasi kearah bisnis digital melalui dimensi struktur, proses, dan mekanisme hubungannya [33].

Semua kajian literatur yang digunakan dalam penelitian ini memperlihatkan bahwa manajemen layanan teknologi informasi memiliki peran penting dalam menyediakan layanan online secara tepat dan sesuai kebutuhan pelanggan. Namun secara spesifik belum ada penelitian yang secara jelas meneliti hubungan dan pengaruhnya dengan kualitas layanan pada toko yang dilakukan secara online (B2C). Keterbaruan model penelitian yang diusulkan ini adalah hanya difokuskan kepada kebutuhan untuk meningkatkan kualitas layanan toko online (B2C) menggunakan model E-SQ dalam kaitannya dengan pengaruh langsung dari dua faktor antededen yakni model kesuksesan sistem informasi dan tata kelola teknologi informasi.

Proposal dari penelitian ini memiliki rumusan masalah menghasilkan (a) model penelitian baru mengenai pengaruh model kesuksesan sistem informasi dan tata kelola teknologi informasi terhadap manajemen layanan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas layanan toko online (B2C); (b) membangun desain uji hipotesis untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Selanjutnya tujuan dari penelitian adalah menghasilkan sebuah model penelitian dan rancangan uji hipotesis baru untuk mengetahui pengaruh langsung dari model kesuksesan sistem informasi dan tata kelola teknologi informasi terhadap manajemen layanan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas layanan toko online (B2C).

2. Pembahasan

Proposal penelitian ini menggunakan metode kombinasi dengan menggabungkan metode kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan dalam suatu kegiatan penelitian agar dapat memperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel dan objektif. Metode kombinasi yang digunakan

adalah model triangulasi konvergen dengan desain eksplanatoris melalui metode dengan teknik model penjelasan follow-up [34].

Penelitian ini diawali dengan mengumpulkan semua data yang dibutuhkan untuk melakukan perhitungan dan analisa secara kuantitatif. Semua analisis data kuantitatif kemudian diidentifikasi kembali untuk menentukan bagian mana yang perlu dijelaskan secara kualitatif dan bagian yang tidak perlu. Selanjutnya mengidentifikasi bagian data kuantitatif yang perlu diperjelas dengan analisis data kualitatif. Pengumpulan data kualitatif dipergunakan untuk dapat melakukan interpretasi data kuantitatif dengan dukungan dan/atau penjelasan dari data kualitatif. Populasi penelitian bersumber dari semua organisasi bisnis yang telah menjual produk/jasa secara online melalui media digital. Semua responden berasal dari lokasi di Kota Pontianak. Penelitian ini berbentuk survei dengan menggunakan unit analisis organisasi.

Penentuan ukuran sampel menggunakan rumus Slovin [34] dan berdasarkan perhitungan diperoleh sebanyak 83 toko yang sudah menjual produk/jasa secara online. Untuk kegiatan pengumpulan datanya menggunakan rentang waktu "One Snapshot"-Cross Sectional. Teknik pengambilan sampel menggunakan simple random sampling. Teknik ini dipilih karena pada dasarnya dari perspektif infrastruktur manajemen layanan teknologi informasi semua toko online bersifat homogen, yakni menyediakan layanan terbaik bagi semua pelanggan dan masyarakat pengguna jasa online.

Selanjutnya untuk kebutuhan tujuan triangulasi teknik pengumpulan data dalam perhitungan dan melakukan analisis kualitatif menggunakan data primer yang diperoleh dari hasil wawancara secara mendalam dan FGDs terhadap sejumlah informan terpilih [35]. Untuk jumlah informan dipilih sebanyak 5 orang dengan latar belakang manajer teknologi informasi dalam lokasi sampel penelitian. Pemilihan ini menggunakan teknik purposive sampling. Penentuan informan ini sangat penting karena membutuhkan informasi tambahan yang lebih spesifik agar dapat memberikan hasil analisis yang lebih konkrit dan akuntabel [35].

Berdasarkan data yang sudah dikumpulkan, selanjutnya melakukan analisis dan interpretasi data menggunakan metode SEM dan pendekatan PLS untuk memperoleh hasil penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan dan saran. Pendekatan PLS digunakan karena tidak membutuhkan banyak asumsi. Data yang digunakan juga tidak harus berdistribusi normal bahkan juga dapat menggunakan skala kategori, skala ordinal, skala interval dan skala rasio [36].

Untuk nilai uji validitas yang baik terhadap konstruk atau variabel latennya adalah jika nilai t muatan faktornya lebih besar dari nilai kritis atau $\geq 1,96$ atau untuk praktisnya ≥ 2 , dan muatan faktor standarnya

(standardized loading factornya) $\geq 0,70$. Selanjutnya mengukur reliabilitas menggunakan ukuran reliabilitas komposit dan ukuran ekstrak varian. Sebuah konstruk mempunyai reliabilitas yang baik adalah jika nilai Construct Reliability (CR)-nya $\geq 0,70$ dan nilai Variance Extracted (VE)-nya $\geq 0,50$ [37].

Untuk meningkatkan kredibilitas (validitas internal) penelitian ini dengan cara mengumpulkan yang nyata dilapangan serta menginterpretasi data autentik tersebut dengan akurat. Triangulasi teknik pengumpulan data menggabungkan dengan tiga teknik pengumpulan data yang telah diyakini mampu menghasilkan data yang dalam dan mendetil, yakni wawancara secara mendalam, FGDs (Focus Group Discussions), dan mengumpulkan dokumen lapangan. Selanjutnya untuk menjamin agar informasi yang diperoleh dari informan memiliki tingkat akurasi dan keandalan yang tinggi, maka perlu dilakukan proses feedback untuk memastikan setiap jawaban dari responden terpilih. Nilai reliabilitas yang semakin tinggi menunjukkan indikator-indikator tersebut mempunyai nilai konsistensi yang tinggi juga dalam mengukur setiap konstruk latennya [38].

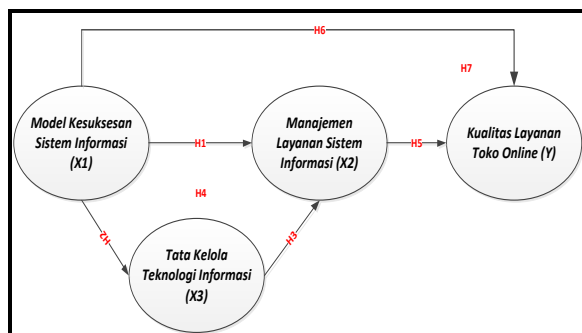
Untuk mengetahui pencapaian nilai konsistensi dilakukan dengan penghitungan formula Cohen's Kappa dan C ronbach Alpha, menggunakan program NVivo 11 Plus. Uji statistik Kappa untuk menentukan konsistensi hasil koding antar-anggota peneliti. Uji Kappa dalam NVivo sesungguhnya diadaptasi dari uji statistik Kappa. Dalam NVivo dapat memperoleh koefisien Kappa dan tingkat persentase persetujuan antara koder A dengan koder B melalui hasil perhitungan Coding Comparison. Nilai Kappa $< 0,40$ tidak konsisten, nilai diantara $0,40 - 0,75$ cukup konsisten, dan nilai di atas $0,75$ adalah konsisten [39].

Usulan proposal model penelitian ini memiliki usulan model baru dengan variabel eksogen adalah model kesuksesan sistem informasi dan tata kelola teknologi informasi. Pertama, model kesuksesan sistem informasi meliputi dimensi (a) kualitas sistem, (b) kualitas informasi, dan (c) kualitas layanan. Kualitas sistem terdiri dari kelengkapan informasi, keakuratan informasi, dan ketersediaan informasi; kualitas informasi terdiri dari keandalan informasi, keluwesan informasi, dan kemudahan akses informasi; kualitas layanan terdiri dari daya tanggap layanan, jaminan layanan, dan keandalan layanan [40]. Kedua, tata kelola teknologi informasi meliputi dimensi (a) struktur; (b) proses; dan (c) mekanisme hubungannya. Dimensi struktur terdiri dari komite pengarah teknologi informasi, komite strategi teknologi informasi, komite pengarah proyek teknologi informasi; untuk dimensi proses terdiri dari manajemen portofolio, perencanaan strategi sistem informasi, dan tata kelola proyek; dan selanjutnya mekanisme hubungan terdiri dari kesadaran tata kelola teknologi informasi dan kepemimpinan teknologi informasi [41]. Ketiga, manajemen layanan teknologi informasi sebagai variabel

mediating yang terdiri dari (a) dukungan layanan dan (b) penyampaian layanan. Dimensi dukungan layanan terdiri dari manajemen perubahan, manajemen pembebasan, dan manajemen konfigurasi; dan dimensi penyampaian layanan terdiri dari tingkat pelayanan manajemen, manajemen kapasitas, dan manajemen ketersediaan [42]. Selanjutnya yang keempat dari sisi variabel endogennya adalah kualitas layanan toko online (B2C) dengan dimensi terdiri dari (a) keandalan, (b) cepat tanggap, (c) mudah digunakan, (d) privasi, (e) ketersediaan, dan (f) desain situs web [43].

Kerangka pemikiran penelitian ini didasarkan kepada (a) bahwa manajemen layanan teknologi informasi mempunyai pengaruh langsung terhadap kualitas layanan toko online (B2C); (b) manajemen layanan teknologi informasi mempunyai dua anteseden yang berpengaruh langsung terhadap terbentuknya kemampuan dari manajemen layanan teknologi informasi tersebut, yakni model kesuksesan sistem informasi dan tata kelola teknologi informasi; (c) bahwa model kesuksesan sistem informasi juga akan mempengaruhi manajemen layanan teknologi informasi baik secara langsung maupun tidak langsung melalui tata kelola teknologi informasi; (d) bahwa model kesuksesan sistem informasi mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung melalui manajemen layanan teknologi informasi terhadap kualitas layanan toko online.

Penelitian ini difokuskan untuk mengeksplorasi dan menemukan pengaruh yang terjadi di antara variabel model kesuksesan sistem informasi dan tata kelola teknologi informasi terhadap kapabilitas manajemen layanan teknologi informasi dalam upaya meningkatkan kualitas layanan toko online. Penelitian ini menggunakan variabel manajemen layanan teknologi informasi sebagai variabel mediating (intervening). Model penelitian ini memiliki keterbaruan dengan memfokuskan kepada hubungan diantara empat variabel penting, yakni model kesuksesan sistem informasi, tata kelola teknologi informasi, manajemen layanan teknologi informasi dan kualitas layanan toko online (lihat Gambar 1.).



Gambar 1. Model Penelitian yang Diusulkan

Model penelitian yang diusulkan memiliki kontribusi ilmiah dan penting untuk meningkatkan kualitas layanan toko online. Selama ini model penelitian belum melihat

dari aspek model kesuksesan sistem informasi dan/atau dari sisi perspektif tata kelola teknologi informasinya. Oleh karena itu, dengan merujuk kerangka pemikiran sebelumnya, adalah penting untuk mengetahui pengaruh dan hubungan yang terjadi terkait dengan faktor dari sisi model kesuksesan sistem informasi, tata kelola teknologi informasi, manajemen layanan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas layanan khususnya pada toko online (B2C). Dalam konteks ini, maka perlu dilakukan uji hipotesisnya. Uji hipotesis merupakan kegiatan yang sangat penting untuk membuktikan secara empiris mengenai tindakan yang perlu dilakukan dalam meningkatkan kualitas layanan toko online. Analisis data dilakukan tidak menghasilkan hipotesis terbukti dan tidak terbukti, melainkan lebih kearah mendukung atau tidak dari sebuah hasil hipotesis.

Untuk membuktikan sebuah hasil pengujian hipotesis itu signifikan atau tidak maka diperlukan pengujian hipotesis statistik. Dalam hipotesis statistik, yang diuji adalah hipotesis nol. Hipotesis nol menyatakan tidak ada perbedaan antara data sampel dan data populasi. Terdapat beberapa langkah yang harus dilakukan dalam melakukan uji hipotesis. Pertama, diawali dengan membuat hipotesis nol dan hipotesis alternatif. Kedua, memilih derajat keyakinan. Ketiga, memilih alat uji statistik. Keempat, keputusan untuk menolak atau menerima hasil uji hipotesis. Uji hipotesis dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. H1: Model kesuksesan sistem informasi yang diterapkan mampu memberikan kontribusi nilai penggunaannya sehingga mempengaruhi secara langsung manajemen layanan teknologi informasi.
- b. H2: Model kesuksesan sistem informasi yang diterapkan mampu memberikan kontribusi nilai penggunaannya sehingga mempengaruhi secara langsung tata kelola teknologi informasinya.
- c. H3: Tata kelola teknologi informasi yang diterapkan mampu memberikan kontribusi nilai penggunaannya sehingga mempengaruhi secara langsung manajemen layanan teknologi informasinya.
- d. H4: Model kesuksesan sistem informasi yang diterapkan mampu memberikan kontribusi nilai penggunaannya sehingga mempengaruhi secara langsung manajemen layanan teknologi informasi melalui tata kelola teknologi informasi.
- e. H5: Manajemen layanan teknologi informasi yang diterapkan mampu memberikan kontribusi nilai penggunaannya sehingga mempengaruhi secara langsung kualitas layanan toko onlinenya.
- f. H6: Model kesuksesan sistem informasi yang diterapkan mampu memberikan kontribusi nilai penggunaannya sehingga mempengaruhi secara langsung kualitas layanan toko onlinenya.
- g. H7: Model kesuksesan sistem informasi yang diterapkan mampu memberikan kontribusi nilai penggunaannya sehingga mempengaruhi secara

langsung kualitas layanan toko online melalui manajemen layanan teknologi informasinya.

3. Kesimpulan

Proposal penelitian ini menghasilkan keterbaruan berupa sebuah model penelitian baru mengenai penerapan manajemen layanan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas layanan toko online khususnya B2C melalui pengaruh dari model kesuksesan sistem informasi dan tata kelola teknologi informasi. Keterbaruan dari penelitian ini terletak pada pengaruh dari variabel antesedennya dengan tujuan meningkatkan kualitas layanan toko online (B2C). Penelitian ini lebih menekankan kepada sisi kualitas layanannya melalui pemberdayaan manajemen layanan teknologi informasi dan bukan meninjau dari sisi kinerja organisasinya. Sisi penting dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauhmana tingkat konten pengaruh dari penerapan model kesuksesan sistem informasi dan/atau tata kelola teknologi informasi memberikan manfaat dan nilai terhadap proses manajemen layanan teknologi informasi dalam meningkatkan kualitas layanan toko online (B2C). Manajemen layanan teknologi informasi memiliki efek dalam memberikan kontribusi penting mengenai proses dari aliran informasinya.

Kontribusi teoritis dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi terkait penerapan model kesuksesan sistem informasi dan/atau dari sisi tata kelola teknologi informasi terhadap manajemen layanan teknologi informasi dalam konteks menyediakan layanan yang berkualitas agar dapat menjamin kontinuitas dan bertumbuhnya bisnis dari setiap toko yang sudah/atau akan memasarkan produk/jasa secara online khususnya di Kota Pontianak. Selain itu hasil penelitian juga dapat memberikan kontribusi dalam menumbuhkan tingkat perekonomian nasional.

Daftar Pustaka

- [1]. S. Kosasi, "Design of Online Marketing Information System of Shoes for Global Market Enhancement", *Techno.COM*, Vol.16, No.3, pp. 278-291, 2017.
- [2]. S. Kosasi, Vedyanto, & IDEA. Yuliani, "Enhancing Online Business Marketing to Expand Market Shares through IT Governance", 4th International Conference on Electrical Engineering, Computer Science and Informatics (EECSI), IEEE, 19-21 September 2017, pp. 319-323.
- [3]. B. Ahmed, M.B. Maâti, & B. Al Mohajir, "The Intelligence of E-CRM Applications and Approaches on Online Shopping Industry", *International Journal of Innovation and Scientific Research*, Vol.12, No.1, pp. 213-216, 2014.
- [4]. C. Luo, H. Gao, C. Gao, & W. Ma, "An Importance-Performance Analysis of E-Service Quality", 2015 International Conference on Logistics, Informatics and Service Sciences (LISS), IEEE, pp. 1-6, 2015.
- [5]. S. Kandulapati, & R. Shekhar Bellamkonda, "E-Service Quality: A Study of Online Shoppers in India", *American Journal of Business*, Vol.29, No.2, pp. 178-188, 2014.
- [6]. I. Sidharta, & B. Suzanto, "Pengaruh Kepuasan Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Sikap Serta

Seminar Nasional Sistem Informasi dan Teknologi Informasi 2018

SENSITEK 2018

STMIK Pontianak, 12 Juli 2018

- Perilaku Konsumen Pada E-Commerce”, *Jurnal Computech & Bisnis*, Vol.9, No.1, pp. 23-36, 2015.
- [7]. O. Andriyani, & H. Cangara, “Penggunaan Teknologi Informasi Online dalam Kecepatan Pelayanan dan Pengamanan pada Bank Bca Makassar (sebuah Studi Komunikasi Organisasi). KAREBA”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol.3, No.1, pp. 58-67, 2016.
- [8]. I. Putra, A. Ghina, & S. Fitria, “Pengembangan Kualitas Layanan Berbasis Elektronik Menggunakan Dimensi E-service Quality (studi Pada Bisnis Clothing P-clothes 2017)”, *eProceedings of Management*, Vol.4, No.1, pp. 195-202, 2017.
- [9]. H. Siagian, & E. Cahyono, “Analisis Website Quality, Trust dan Loyalty Pelanggan Online Shop”, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.8, No.2, pp. 55-61, 2014.
- [10]. O.S. Ting, M.S.M. Ariff, N. Zakuan, Z. Sulaiman, & M.Z.M. Saman, “E-Service Quality, E-Satisfaction and E-Loyalty of Online Shoppers in Business to Consumer Market; Evidence form Malaysia”, *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, Vol.131, No.1, pp. 1-11, 2016.
- [11]. D. Octavia, & A. Tamerlane, “The Influence of Website Quality on Online Purchase Intentions on Agoda. Com with E-Trust as a Mediator”, *Binus Business Review*, Vol.8, No.1, pp. 9-14, 2017.
- [12]. P. Hong, L. Rong, W. Jang, “The Effect of Service Guarantees on Online Customers’ Purchase Intention”, *Wuhan International Conference on e-Business*, pp. 50-57, 2014.
- [13]. S.M. Jafari, M. Forouzandeh, & N. Hashemi, “An Assessment of The Effect of E-Service Quality Management on The Organizational Performance: 2nd International Conference on Knowledge-Based Engineering and Innovation (KBEI), IEEE, 2015, pp. 183-187.
- [14]. R.M. Al-dweeri, Z.M. Obeidat, M.A. Al-dwiry, M.T. Alshurideh, & A.M. Alhorani, “The Impact of E-Service Quality and E-Loyalty on Oonline Shopping: Moderating Effect of E-Satisfaction and E-Trust”, *International Journal of Marketing Studies*, Vol.9, No.2, pp. 92-103, 2017.
- [15]. R. Ladhari, “Developing E-Service Quality Scales: A Literature Review”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.17, No.6, pp. 464-477, 2010.
- [16]. D. Zeglat, F. Shrafat, & Z. Al-Smadi, “The Impact of the E-Service Quality (E-SQ) of Online Databases on Users’ Behavioural Intentions: A Perspective of Postgraduate Students”, *International Review of Management and Marketing*, Vol.6, No.1, pp. 1-10, 2016.
- [17]. T.M. Choi, P.S. Chow, B. Kwok, S.C. Liu, & B. Shen, “Service Quality of Online Shopping Platforms: A Case-based Empirical and Analytical Study”, *Mathematical Problems in Engineering*, pp. 1-9, 2013.
- [18]. G.J. Udo, K.K. Bagchi, & P.J. Kirs, “An Assessment of Customers’ E-service Quality Perception, Satisfaction and Intention”, *International Journal of Information Management*, Vol.30, No.6, pp. 481-492, 2010.
- [19]. I.T.I. Al-Nuaimi, A.K.B. Mahmood, L.T. Jung, & H.H. Jebur, “A Review of E-Service Quality Dimensions in User Satisfaction”, *2013 International Conference on Research and Innovation in Information Systems (ICRIIS)*, 2013, pp. 186-191.
- [20]. H.U. Khan, M.A. Awan, & H.C. Ho, “How Do Chinese and Saudi Customers Perceive Online Service Quality? A Comparative Study”, *The Journal of Business Inquiry*, Vol.13, No.2, pp. 146-161, 2018.
- [21]. M. Lepmets, A. Cater-Steel, F. Gacenga, & E. Ras, “Extending the IT Service Quality Measurement Framework Through A Systematic Literature Review”, *Journal of Service Science Research*, Vol.4, No.1, pp. 7-47, 2012.
- [22]. J. Wulf, T.J. Winkler, & W. Brenner, “Measuring IT service management capability: Scale development and empirical validation”, *Wirtschaftsinformatik*, pp. 630-644, 2015.
- [23]. M. Goldberg, G. Satzger, & H. Fromm, “Adapting IT Service Management for Successful Multi-Sourcing Service Integration”, *Twenty-Fourth European Conference on Information Systems (ECIS)*, 2016, pp. 1-15.
- [24]. A. Shrestha, A. Cater-Steel, M. Toleman, & W.G. Tan, “A Method to Select IT Service Management Processes for Improvement”, *JITTA: Journal of Information Technology Theory and Application*, Vol.15, No.3, pp. 31-56, 2014.
- [25]. J. Wibawa, H.A. Widjaja, & A.N. Hidayanto, “Integrating IS Success Model, SERVQUAL and Kano Model into QFD to Improve Hospital Information System Quality”, *International Conference on Information Management and Technology (ICIMTech)*, IEEE, 2016, pp. 29-34.
- [26]. P.S. Chiu, I.C. Chao, C.C. Kao, Y.H. Pu, & Y.M. Huang, “Implementation and Evaluation of Mobile E-Books in A Cloud Bookcase Using The Information System Success Model”, *Library Hi Tech*, Vol.34, No.2, pp. 207-223, 2016.
- [27]. M.J. Noh, & K.T. Lee, “An Analysis of The Relationship Between Quality and User Acceptance in Amartphone Apps. Information Systems and E-Business Management”, Vol.14, No.2, pp. 273-291, 2016.
- [28]. Q. Zheng, & C.Y. Liang, “The Path of New Information Technology Affecting Educational Equality in The New Digital Divide—Based on Information System Success Model”, *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, Vol.13, No.7, pp. 3587-3597, 2017.
- [29]. S.P.J. Wu, D.W. Straub, & T.P. Liang, “How Information Technology Governance Mechanisms and Strategic Alignment Influence Organizational Performance: Insights from A Matched Survey of Business and IT managers”, *Mis Quarterly*, Vol.39, No.2, pp. 497-518, 2015.
- [30]. S. Ali, & P. Green, “Effective Information Technology (IT) Governance Mechanisms: An IT Outsourcing Perspective”, *Information Systems Frontiers*, Vol.14, No.2, pp. 179-193, 2012.
- [31]. S. Kosasi, & Vedyanto, “The Maturity Level of Information Technology Governance of Online Cosmetics Business”, *3rd International Conference on New Media (CONMEDIA)*, IEEE, 2015, pp. 1-6.
- [32]. J. Orozco, A. Tarhini, & T. Tarhini, “A Framework of IS business Alignment Management Practices to Improve The Design of IT Governance Architectures”, *International Journal of Business and Management*, Vol.10, No.4, pp. 1-12, 2015.
- [33]. J. Iden, & T.R. Eikebrokk, “Using The ITIL Process Reference Model for Realizing IT Governance: An Empirical Investigation”, *Information Systems Management*, Vol.31, No.1, pp. 37-58, 2014.
- [34]. J.W. Creswell, “Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches”, Fourth Edition ed., California: SAGE Publications, Inc., 2014.
- [35]. U. Sekaran, & R. Bougie, “Research Methods for Business: A Skill Building Approach”, Sixth Edition ed., United Kingdom: John & Wiley & Sons, Ltd., 2013.
- [36]. S. Haryono, & P. Wardoyo, “Structural Equation Modeling. Bekasi”, Jawa Barat: PT Intermedia Personalia Utama, 2013.
- [37]. I. Ghozali, & H. Latan, “Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris”, Edisi kedua ed., Universitas Diponegoro, Semarang, 2015.
- [38]. A. Bandur, “Penelitian Kualitatif: Metodologi, Desain, & Teknik Analisis Data dengan NVIVO 10”, Penerbit Mitra Wacana Media, 2014.
- [39]. A. Bandur, “Penelitian Kualitatif: Metodologi, Desain, dan Teknik Analisis Data dengan NVIVO 11 Plus”, Penerbit Mitra Wacana Media, 2016.
- [40]. S. Petter, W. DeLone, & E. McLean, “Measuring Information Systems Success: Models, Dimensions, Measures, and Interrelationships”, *European Journal of Information Systems*, Vol.17, No.3, pp. 236-263, 2008.
- [41]. S. Héroux, & A. Fortin, “Exploring IT Dependence and IT Governance”, *Information Systems Management*, Vol.31, No.2, pp. 143-166, 2014.
- [42]. S.H. Wan, & Y.H. Chan, “IT Service Management for Campus Environment-Practical Concerns in Implementation”, *10th International Symposium on Integrated Network Management*, IEEE, pp. 709-712, 2007.
- [43]. A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, & A. Malhotra, “ES-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality”, *Journal of Service Research*, Vol.7, No.3, pp. 213-233, 2005.