

**PENGARUH INFORMATION QUALITY, SYSTEM QUALITY, DAN SERVICE
QUALITY TERHADAP PERCEIVED FLOW**
(STUDI KASUS PADA PENGGUNA APLIKASI TRAVELOKA)

Henry Oktaviana Saputra

Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

Email : henryoktaviana10@gmail.com

No.Kontak : 0895392121396

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Information Quality*, *System Quality*, dan *Service Quality* terhadap *Perceived Flow*. Penelitian ini dilakukan pada 195 responden di Yogyakarta dengan responden para pengguna Aplikasi Traveloka yang melakukan setidaknya transaksi satu kali dalam enam bulan terakhir. Hasil penelitian ini menunjukkan: 1) *information quality* berpengaruh positif terhadap *perceived flow*, 2) *system quality* tidak berpengaruh positif terhadap *perceived flow*, 3) *service quality* berpengaruh positif terhadap *perceived flow*.

Kata kunci: kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas pelayanan, *perceived flow*.

Abstract

This study aims to examine the effect of Information Quality, System Quality, and Service Quality on Perceived Flow. This research was conducted in 195 respondents in Yogyakarta with respondents from Traveloka Application users who did at least one transaction in the last six months. The results of this study indicate: 1) information quality has a positive effect on perceived flow, 2) system quality does not have a positive effect on perceived flow, 3) service quality has a positive effect on perceived flow.

Keywords: *information quality*, *system quality*, *service quality*, *perceived flow*.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah membawa dunia memasuki era baru yang lebih cepat dari yang pernah dibayangkan sebelumnya. Pada era sekarang ini teknologi dan internet bukan lagi menjadi hal asing bagi masyarakat. Kini *smartphone* dapat digunakan sebagai alternatif yang efektif dan mudah, sedangkan internet sendiri sebagai sumber pengetahuan dan ilmu yang hampir tidak terbatas. Dengan adanya *smartphone* dan internet, kita bisa mendapatkan informasi terbaru, akurat, dan menjadi lebih mudah dan cepat. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2017, pengguna internet Indonesia telah mencapai 143 juta jiwa dengan penetrasi 54,69 persen dari total populasi.

Fenomena penelitian ini adalah meningkatnya sektor industri *travel and tourisme* serta pertumbuhan pengguna internet di Indonesia membuat pelaku usaha dibidang *travel agent online* pun meningkat karena peluang usaha yang menjanjikan, bukan hanya wisatawan asing yang datang ke Indonesia, akan tetapi masyarakat Indonesia juga yang bertamasya ke luar negeri. Kegiatan berwisata pun menjadi gaya hidup yang tidak dapat dipungkiri lagi, yang pada akhirnya hal ini menguntungkan negara Indonesia sebagai penambahan devisa negara. Manfaat besarnya penggunaan internet ini disadari oleh pelaku *online travel agent* salah

satunya adalah Traveloka. Traveloka adalah perusahaan travel terkemuka di Indonesia serta Asia Tenggara yang menyediakan layanan berbagai kebutuhan perjalanan dalam satu platform, memungkinkan untuk menciptakan momen bersama orang-orang terkasih. Traveloka menawarkan tiket pesawat, hotel, tiket kereta, paket pesawat dan hotel, aktivitas dan rekreasi, transportasi bandara dan bus. Perusahaan Traveloka didirikan pada tahun 2012 oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma, dan Albert Zhang. Ide ini muncul disaat Ferry Unardi sering mengalami kesulitan dalam pemesanan pesawat, terutama disaat dia ingin pulang ke Indonesia dari Amerika Serikat.

Di Yogyakarta, Traveloka sudah menguasai 2092 hotel yang tersedia di aplikasinya. Hal ini dapat menguntungkan pihak Traveloka, karena Yogyakarta merupakan salah satu provinsi yang memiliki berbagai destinasi wisata yang beragam. Yogyakarta sendiri tidak pernah sepi dengan wisatawan berbagai daerah ataupun mancanegara, terutama ketika musim lebaran telah tiba. Oleh karena itu, banyak wisatawan yang menginginkan kebutuhan seperti hotel, tiket pesawat, ataupun kebutuhan lainnya. Tuntutan konsumen inilah yang harus dipahami oleh *travel agent online* pada era teknologi seperti ini, agar dapat memudahkan segala kebutuhan konsumen ketika berpergian ataupun liburan dengan cara yang mudah, akurat, aman, dan terpercaya.

Novak (2000) dalam Hsu, Chang, & Chen (2012) *perceived flow* telah digambarkan sebagai keadaan pengalaman psikologis yang optimal atau pengalaman yang paling menyenangkan ketika seseorang secara tidak sadar terlihat dalam suatu aktivitas sedemikian rupa sehingga dia menjadi terlalu asik dengan dirinya sendiri. Ketika kualitas aplikasi/website sebuah perusahaan dapat memahami penggunanya, maka tidak hanya memiliki dampak kepada penggunanya, akan tetapi dampak itu akan dirasakan oleh perusahaan itu sendiri. Perusahaan dengan kualitas pelayanan dan sistem informasi yang baik dapat memberikan kesan yang baik, serta akan membuat penggunanya merasa nyaman dan aman, sehingga mereka akan menilai kualitas sistem dan layanan tersebut dengan nilai yang tinggi. Hal tersebut juga akan memiliki manfaat yang besar dan baik bagi perusahaan untuk kedepannya.

Meskipun peneliti telah mengidentifikasi faktor pendorong utama *perceived flow* seperti kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas pelayanan. Namun, hubungan timbal balik di antara konstruksi ini jarang diselidiki. Oleh karena itu, mengingat kesenjangan saat ini dalam literatur, pemahaman hubungan-hubungan yang ada di antara konstruk-konstruk yang disebutkan di atas dan pengaruhnya pada *perceived flow* adalah perhatian utama dalam penelitian ini yang membutuhkan penyelidikan lebih lanjut untuk memverifikasi hubungan timbal balik mereka

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Dalam bagian ini, akan dibahas kajian pustaka yang diawali dengan konsep-konsep yang digunakan dalam kajian teorinya mengenai pengertian konseptual seperti mengenai beberapa pengertian *information quality*, *system quality*, dan *service quality*.

Information Quality

Di dalam pengolahan sebuah sistem pada akhirnya akan menghasilkan sebuah informasi. Kegunaan informasi adalah untuk mengurangi hal ketidakpastian di dalam proses pengambilan keputusan tentang suatu keadaan. Fungsi informasi tidak mengarahkan pengambilan keputusan mengenai apa yang harus dilakukan, tetapi untuk mengurangi keanekaragaman dan ketidakpastian yang menyebabkan diambilnya suatu keputusan yang baik. Untuk itu kualitas suatu informasi sangat diperlukan untuk menunjang berhasilnya pengembangan sistem yang akan dirancang. Menurut Delone dan McLean (1992) dalam

Chinomona & Chinomona (2014) kualitas informasi merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem itu sendiri. Kualitas informasi yang bersifat lengkap, relevan, akurat, tepat waktu dan memiliki penyajian informasi yang baik, akan meningkatkan kepercayaan pengguna sistem tersebut. Sehingga sistem dikatakan sukses, apabila kualitas informasi mampu menghasilkan informasi yang dibutuhkan, dapat membuat pengguna merasa bahwa perhatiannya terfokus pada interaksi Aplikasi Traveloka dan merasa bahwa interaksi antara pengguna dan Aplikasi ini menyenangkan atau menarik. Hasil penelitian Chia-Lin Hsu, Kuo-Chien Chang, Mu-Chen Chen (2011) memberikan bukti empiris bahwa kualitas informasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived flow*.

H1: *information quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived flow*

System Quality

Kualitas sistem (*system quality*) dapat diukur dengan karakteristik kinerja sistem tersebut. Sasaran yang harus dicapai oleh sistem informasi menurut (Halim, 2007) adalah sistem yang direncanakan harus fleksibel dalam arti sistem harus dapat menampung perubahan, dalam kebutuhan informasi tanpa perlu mengadakan perubahan yang sangat besar. DeLone dan McLean (1992) dalam Agus (2014) kualitas sistem (*system quality*) merupakan karakteristik dari informasi yang melekat mengenai sistem itu sendiri yang mana kualitas sistem menunjukkan pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, dan kebijakan prosedur dari informasi yang dapat menyediakan informasi kebutuhan pengguna. Kualitas sistem berarti kualitas dari kombinasi hardware dan software dalam sistem informasi. Kualitas sistem informasi berfokus pada karakteristik kinerja sistem. Jika pengguna sistem percaya bahwa kualitas sistem informasi dari sistem ini adalah baik dan menyenangkan, maka *perceived flow* pengguna sistem informasi aplikasi ini akan meningkat. Sehingga sistem dikatakan sukses, apabila kualitas sistem ini dapat memberikan informasi yang berguna, dapat membuat pengguna merasa bahwa perhatiannya terfokus pada interaksi Aplikasi Traveloka dan merasa bahwa interaksi antara pengguna dan Aplikasi ini menyenangkan atau menarik. Hasil penelitian Chia-Lin Hsu, Kuo-Chien Chang, Mu-Chen Chen (2011) memberikan bukti empiris bahwa kualitas sistem mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived flow*.

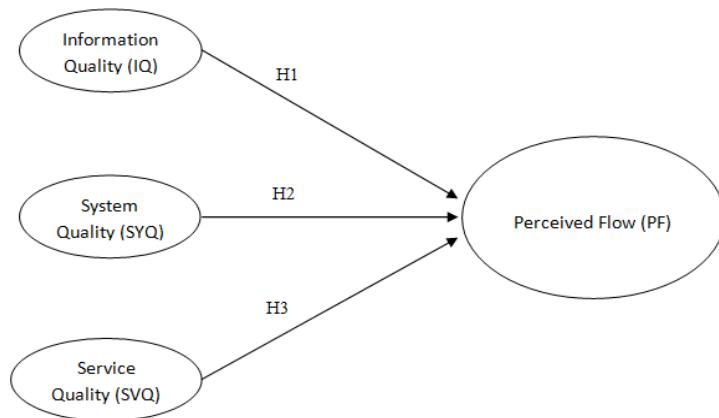
H2: *system quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived flow*

Service Quality

Pelayanan yang memiliki kualitas baik dapat digunakan untuk memberikan kepuasan optimal bagi konsumen. Untuk mewujudkan kepuasan konsumen tersebut, menurut Parasuraman, A, V.A Zeithaml dan Leonard L. Berry (1985: 47) dalam Gantasala (2010) dapat diidentifikasi melalui lima dimensi kualitas yaitu, *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Pelayanan adalah aktifitas, manfaat maupun kepuasan merupakan pelayanan yang pada dasarnya tidak berwujud. Kualitas pelayanan berfokus pada usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan pengguna sistem informasi. Suatu perusahaan dapat dikatakan meraih sukses ketika dilihat dari faktor pelayanan pelanggan, oleh karena itu pelayanan yang baik sangat mempengaruhi banyaknya jumlah pelanggan dalam suatu perusahaan. Selain itu kualitas pelayanan menandakan evaluasi dan penilaian pelanggan secara keseluruhan secara online. Semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi *perceived playfulness* penggunaan sistem informasi aplikasi. Sehingga sistem dikatakan sukses, apabila kualitas pelayanan dapat memberikan respon dan pemenuhan kebutuhan yang memuaskan bagi pengguna ketika sedang fokus dengan sistem tersebut. Hasil penelitian Chia-Lin Hsu, Kuo-Chien Chang, Mu-Chen Chen (2011) memberikan bukti empiris bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived flow*.

H3 :*service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived flow*

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna situs *travel agent* Aplikasi Traveloka di Yogyakarta yang melakukan setidaknya transaksi satu kali dalam enam bulannya. Populasi penelitian ini diambil di kawasan Malioboro Yogyakarta. Untuk menentukan sampel, peneliti menggunakan kuesioner. Sampel penelitian ini didapatkan melalui kuesioner yang dibagikan oleh peneliti kepada responden di kawasan Malioboro Yogyakarta yang melakukan setidaknya transaksi satu kali dalam enam bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yaitu dengan menggunakan kuesioner. Anggota sampel yang digunakan adalah 195 responden.

Tabel 1

Definisi Operasional Variabel

| Variabel | Indikator |
|---|---|
| <i>Information Quality</i> Wixom dan Todd (2005) | Menghasilkan informasi terkini. Memberi semua informasi yang dibutuhkan. Informasi yang diberikan akurat. Memberi informasi berkualitas tinggi. |
| <i>System Quality</i> Wixom dan Todd (2005) | Informasi yang cepat Informasi berfungsi dengan baik. Dapat diadaptasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Dalam hal kualitas sistem ini dinilai dengan sangat tinggi. Situs mudah untuk didapatkan. |
| <i>Service Quality</i> Jayawardhena (2004) | Cepat dalam menanggapi pertanyaan/respon. Mudah berbicara dengan perwakilan jika memiliki masalah akun. Aman dan menanamkan keyakinan. Dapat memahami kebutuhan pelanggan. Layanan yang diberikan persis seperti yang dijanjikan. |
| <i>Perceived Flow</i> Novak <i>et al.</i> (2003) | Ketika menjelajahi, merasa benar-benar terpikat. Ketika menavigasi waktu sepertinya berlalu dengan sangat |

cepat.

Ketika berkunjung di situs, lainnya tidak ada yang penting.

Analisa Dan Pembahasan

Tabel 2

Karakteristik Responden

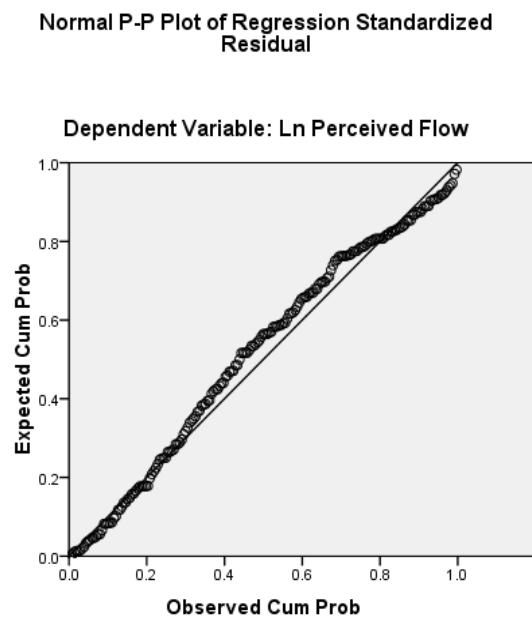
| Karakteristik | Keterangan | % |
|---------------------|-------------------------------|------|
| Jenis Kelamin | Laki-laki | 43,6 |
| | Perempuan | 56,4 |
| Usia | 16 -20 tahun | 40,5 |
| | 21-25 tahun | 47,2 |
| | 26-30 tahun | 6,7 |
| | Diatas 30 tahun | 5,6 |
| Pekerjaan | Pelajar/Mahasiswa | 72,3 |
| | TNI/POLRI/PNS/BUMN/BUMD | 4,6 |
| | Pegawai Swasta | 19 |
| | Wiraswasta | 2,6 |
| | Lainnya | 1,5 |
| Perangkat Pembelian | Komputer | 1,5 |
| | Smartphone | 98,5 |
| Domisili Asal | DIY | 27,2 |
| | Luar DIY | 72,3 |
| | 3 | 0,5 |
| Penghasilan | <= Rp 2.000.000 | 51,8 |
| | Rp 2.000.000 – Rp 6.000.000 | 36,9 |
| | Rp 6.000.0001 – Rp 10.000.000 | 8,7 |
| | => Rp 10.000.000 | 2,6 |

Tabel 2 menunjukkan bahwa pengguna aplikasi didominasi oleh perempuan (56,4%). Berdasar usia, mayoritas berusia 21-25 tahun (47%), hal ini dikarenakan status pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa yang senang akan travelling memiliki persentase terbesar yaitu (72,3%). Perangkat yang digunakan mayoritas ialah smarthpone (98,5%). Pengguna aplikasi ini didominasi berstatus domisili luar DIY dengan penghasilan < Rp 2.000.000 dan diikuti dengan yang berpenghasilan Rp 2.000.000 – Rp 6.000.000.

Berdasarkan hasil uji validitas yang sudah dilakukan, variabel *information quality* (0,5850, 5920, 5970, 572), *system quality* (0,476, 0,529, 0,378, 0,570, 0,584), *service quality* (0,535, 0,447, 0,535, 0,440, 0,516) dan *perceived flow* (0,639, 0,721, 0,713) menunjukkan bahwa seluruh butir memiliki *Correlated Item-Total Correlation* > dari r-tabel 0,1181 (5%, 2 tailed). Maka butir pernyataan yang ada pada hasil uji tersebut layak digunakan sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian ini.

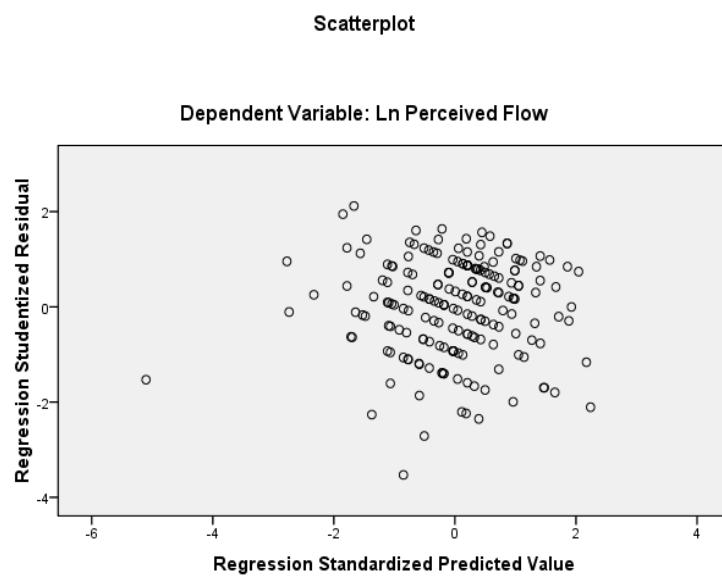
Hasil uji reliabilitas diperoleh koefisien reliabilitas untuk seluruh variabel, yaitu *Information Quality* sebesar (0,782), *System Quality* (0,743), *Service Quality* (0,877), dan *Perceived Flow* (0,830), maka hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel yang digunakan dalam penelitian ini lebih besar dari nilai kritisnya yaitu 0,70, sehingga seluruh butir pernyataan yang tertuan dalam kuesioner penelitian ini sesuai variabel yang di uji dapat dinyatakan handal/reliabel. Artinya kuesioner memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda. Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang dilakukan menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden terhadap variabel di atas adalah sebesar 3,78 (baik). Sedangkan penilaian tertinggi terjadi pada (IQ) dengan

rata-rata sebesar 4,06 (baik), dan penilaian terendah pada item (PF) dengan rata-rata sebesar 3,18 (cukup baik).



Gambar 2 Uji Normalitas P-Plot

Dengan hasil uji normalitas menggunakan grafik normal p-plot yang sudah dilakukan, maka titik-titik mengikuti garis diagonal dan penyebarannya tidak menjauhi garis diagonal sehingga grafik ini menunjukkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas menggunakan grafik dapat menyesatkan karena jika tidak hati-hati, grafik akan terlihat normal, padahal secara statistik tidak normal. Maka, uji analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji *Kolmogorov-Smirnov*.



Gambar 3. Uji Heteroskedastitas Scatterplot

Setelah pengujian dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov*, maka didapatkan hasil bahwa uji normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov* menunjukkan tingkat signifikansi sebesar 0,219 atau lebih dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Berdasarkan pada uji heteroskedastisitas *scatterplot* yang sudah dilakukan, hasil data residual pada model regresi berpola acak menyebar di atas dan di bawah sumbu nol Y. Dengan demikian, model regresi yang diajukan dalam penelitian ini tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 3

Asumsi Klasik

| Bebas | Terikat | <i>Kolmogorov Smirnov Z</i> | Asymp. Sig. (2-tailed) | Tolerance | VIF | t | Sig |
|-------|---------|-----------------------------|------------------------|-----------|-------|--------|-------|
| IQ | | | | 0,599 | 1,669 | -0,407 | 0,684 |
| SYQ | PF | 1,051 | 0,219 | 0,483 | 2,070 | -0,493 | 0,622 |
| SVQ | | | | 0,585 | 1,709 | 0,401 | 0,689 |

Untuk memperkuat hasil uji *scatterplot*, maka dilakukan pengujian lain menggunakan uji *glejser*, uji ini dapat digunakan mendeteksi ada tidaknya gejala heteroskedastisitas. Berikut ini adalah hasil dari uji *glejser*. Hasil uji heteroskedastisitas tersebut yaitu dengan menggunakan uji *Glejser* dapat diketahui bahwa nilai signifikansi setiap variabel independent lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa di dalam model regresi yang digunakan dalam penelitian terbebas dari masalah heteroskedastisitas. Hasil pengujian dengan multikolinieritas yang sudah dilakukan, menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan sebagai prediktor model regresi menunjukkan nilai VIF yang cukup kecil dimana semuanya berada dibawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Hal ini berarti bahwa variabel-variabel bebas yang digunakan dalam penelitian tidak menunjukkan gejala Multikolinieritas.

Uji Hipotesis dan Pembahasan

Tabel 4

Hasil Uji Hipotesis

| Variabel | Standardized Coefficients Beta | Sig. | R Square | Adjusted R Square | Hasil |
|------------------------|--------------------------------|-------|----------|-------------------|----------|
| Ln Information Quality | 0,221 | 0,009 | | | Sig |
| Ln Sistem Quality | (-0,084 | 0,369 | 0,205 | 0,193 | Not Sig. |
| Ln Service Quality | 0,361 | 0,000 | | | Sig |

a. Dependent Variable: Ln Perceived Flow

Berdasarkan hasil penelitian pada uji t, maka dapat diketahui bahwa *information quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived flow*. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat signifikansi $0,09 < 0,05$. Artinya hipotesis pertama diterima, maka semakin tinggi kualitas informasi, maka semakin tinggi *perceived flow* pengguna sistem tersebut. Sehingga sistem dapat dikatakan sukses, karena informasi yang dihasilkan memiliki kualitas, yaitu karakteristik, bernilai dan bermanfaat bagi pengguna yang akan memberikan pengalaman psikologis yang optimal atau pengalaman yang menyenangkan dan secara tidak sadar pengguna terlibat dalam segala alur yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut. Pengguna akan merasa bahwa waktu sangat cepat berlalu karena terfokus dengan apa yang diberikan oleh sistem tersebut. Pengelola Aplikasi Traveloka harus lebih memperhatikan variabel

information quality dengan melihat indikator variabel ini, yaitu, dapat menghasilkan informasi terkini, dapat memberi semua informasi yang dibutuhkan, informasi yang diberikan akurat, dan memberi informasi yang berkualitas tinggi sehingga dapat memunculkan penilaian yang positif terhadap penggunanya. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Chia-Lin Hsu, Kuo-Chien Chang, Mu-Chen Chen (2011) yang menyatakan bahwa *information quality* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived flow*.

System quality tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived flow*. Hal ini dapat dibuktikan dengan melihat hasil tabel diatas tingkat signifikansi $0.369 > 0.05$. Artinya hipotesis kedua ditolak, maka pengguna sistem informasi merasa kurang percaya dan nyaman dengan sistem yang diberikan, maka sistem informasi ini kurang dapat meningkatkan *perceived flow* dan rasa puas bagi pengguna. Sehingga sistem dikatakan tidak sukses, karena pengguna merasa bahwa interaksi antara pengguna dan Aplikasi ini kurang menyenangkan atau menarik. Temuan ini tidak sejalan dengan hasil penelitian Chia-Lin Hsu, Kuo-Chien Chang, Mu-Chen Chen (2011) yang menyatakan bahwa *system quality* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived flow*.

Service quality memilliki signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat diketahui bahwa *service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap *perceived flow*. Artinya ketika semakin tinggi kualitas layanan, maka semakin tinggi tingkat *perceived flow* pengguna sistem informasi tersebut. Sehingga sistem dapat dikatakan sukses, karena kualitas yang diberikan oleh pihak pengembang sistem aplikasi dapat memberikan respon dan memenuhi kebutuhan pengguna, dimana pengguna akan terfokus dan mengikuti segala arahan pada apa yang diberikan oleh sistem aplikasi tersebut. Secara tidak langsung, aplikasi traveloka telah memberikan pelayanan yang begitu baik bagi pengguna, yaitu cepat dalam menanggapi pertanyaan/respon, pengguna mudah berbicara dengan perwakilan jika memiliki masalah akun, aplikasi tersebut dapat memahami kebutuhan pelanggan, pengguna merasa aman dan menanamkan keyakinan serta layanan yang diberikan persis seperti yang dijanjikan. Dengan hal tersebut, aplikasi Traveloka harus mempertahankan variabel *service quality* dengan baik agar nilai kebaikan ataupun kepuasan yang diberikan dan dirasakan oleh pengguna tidak hilang. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Chia-Lin Hsu, Kuo-Chien Chang, Mu-Chen Chen (2011) yang menyatakan bahwa *service quality* mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap *perceived flow*.

Berdasarkan hasil Koefisien Determinasi (R^2) pada tabel di atas tersebut memiliki nilai 0.205. Artinya variabel *service quality*, *information quality*, *sistem quality* mampu menjelaskan variabel *perceived flow* sebesar 20,5 persen sedangkan sisanya 79,5 persen dijelaskan oleh variabel diluar model penelitian ini. Sedangkan pada *standardized beta coefficient*, maka dapat diketahui bahwa variabel *service quality* memiliki pengaruh yang dominan terhadap variabel *perceived flow* dengan nilai α sebesar 0,361 diikuti variabel *information quality* dengan nilai α sebesar 0,221.

PENUTUP

Kesimpulan

Simpulan penelitian ini meliputi dua hal. Pertama, *information quality* berpengaruh positif signifikan terhadap variabel *perceived flow*. Indikator menghasilkan informasi terkini memiliki penilaian yang terbesar, sehingga memiliki indikator yang paling kuat sebagai pengukur variabel *information quality*. Kedua, variabel *service quality* berpengaruh positif

signifikan terhadap *perceived flow*. Indikator cepat dalam menanggapi respon memiliki penilaian yang terbesar, sehingga merupakan indikator yang paling kuat sebagai pengukur variabel *service quality*.

Penelitian ini memberikan gambaran mengenai *information quality*, *system quality*, dan *service quality* yang mempengaruhi *perceived flow*. Dengan hasil ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam mengimplementasikan sistem informasi perusahaannya. Akan tetapi, perlu dipertimbangkan adanya variabel *system quality* yang tidak signifikan atau diterima. Pengelola Aplikasi Traveloka harus lebih memperhatikan indikator terendah dari variabel tersebut, yaitu indikator dapat diadaptasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan. Jika pengelola Aplikasi Traveloka dapat mengatasi dan berkreasi agar sistem ini dapat diadaptasi untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan, maka pengguna akan memberikan penilaian yang tinggi terhadap sistem aplikasi tersebut. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel *Behavioral Intention* terhadap aplikasi Traveloka. Dengan penelitian yang menambahkan variabel tersebut akan melihat pengaruh *Behavioral Intention* terhadap variabel yang telah digunakan pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, W. (2014). Pengaruh Kualitas Sistem , Kualitas Informasi , Kualitas Pelayanan Rail Ticketing Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, Kualitas Pelayanan Rail Ticketing System (RTS) terhadap Kepuasan Pengguna. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(January).
- Chinomona, R., & Chinomona, E. (2014). The Influence of Information Quality, System Quality and Service Quality on Student's Self-Efficacy at Institutions of Higher Learning in South Africa. *Mediterranean Journal of Social Sciences MCSER Publishing, Rome-Italy*, 5(December), 12. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n27p974>
- Gantasala, V. P. (2010). Service Quality (Servqual) and its Effect on Customer Satisfaction in Retailing. *European Journal of Social Sciences*, 16(September 2010), 14.
- Halim, A. (2007). *Akuntansi Sektor Publik : Akuntansi Keuangan Daerah*. Salemba Empat, Jakarta: UPP STIM YKPN Yogyakarta.
- Hsu, C. L., Chang, K. C., & Chen, M. C. (2012). The impact of website quality on customer satisfaction and purchase intention: Perceived playfulness and perceived flow as mediators. *Information Systems and E-Business Management*, 10(4), 549–570. <https://doi.org/10.1007/s10257-011-0181-5>