

KAJIAN KESUKSESAN SISTEM INFORMASI BERBASIS *PARTIAL LEAST SQUARE* TERHADAP KINERJA AGENT TELEMARKETING

REZA AVRIZAL

avrizale.pln@gmail.com

Program Studi Teknik Informatika, Fakultas Teknik, Matematika dan IPA
Universitas Indraprasta PGRI

Abstrak. Peran telemarketing pada PT. AXAMandiri adalah sebagai jalur alternatif distribusi marketing yang sangat mempengaruhi dalam hal pendapatan, dikarenakan distribusi pemasaran yang sangat mudah dan efisien yaitu hanya melalui telepon tanpa harus berhadapan langsung dengan nasabah. Untuk aktifitas ini hanya membutuhkan waktu sekitar 10-15 menit dan mampu menghubungi >30 nasabah dalam melakukan penawaran. Setiap aktifitas penjualan ini dilengkapi dengan system voice recording Hal ini membuat penjualan lebih efisien dan maksimal. Keberhasilan pemasaran yang berbasis telemarketing tidak lepas dari infrastruktur teknologi yang digunakan baik itu dari aplikasi, telekomunikasi dan aplikasi perekam. Pada penelitian ini akan menguji pengaruh penggunaan voice recording system terhadap kinerja agen telemarketing di P.T AXAMandiri dengan menggunakan sebuah analisis model yaitu structural equation model berbasis partial least square. Model ini merefleksikan ketergantungan dari enam pengukuran yakni ; kualitas sistem, kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan pengguna dan kinerja individu.

Keyword: Telemarketing, Voice Recording, Kinerja Agent Telemarketing, Kesuksesan Informasi

PENDAHULUAN

Telemarketing merupakan pemasaran jarak jauh yang menggunakan teknologi telekomunikasi sebagai bagian dari program pemasaran yang teratur dan terstruktur. *Telemarketing* membantu perusahaan dalam meningkatkan pendapatan, mengurangi biaya penjualan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut banyak ahli pemasaran, penawaran melalui telemarketing banyak diterima karena sifatnya yang lebih personal dan tanpa harus membuat janji terlebih dahulu untuk melakukan penawaran. Keberhasilan telemarketing tidak terlepas dari infrastruktur teknologi yang digunakan. Dalam dunia komunikasi kita sering mendengar istilah *audio-visual-aid* (didengar-dilihat-dirasakan) maka komunikasi telepon sebenarnya adalah komunikasi berupa suara (audio). Maka, bukti (autentifikasi) semestinya jika ditunjang oleh adanya dokumentasi (rekaman) percakapan telepon itu sendiri. Aplikasi rekaman suara (VRS) yang digunakan agar mencakup semua kebutuhan data dan suara secara lengkap dan akurat adalah aplikasi Verint. Aplikasi ini merupakan aplikasi yang khusus rekaman suara dan memiliki fitur lengkap yang kebanyakan digunakan oleh perusahaan asuransi besar seperti BNI Life dan AXAMandiri. Aplikasi ini sebagai penunjang seorang *quality control* untuk melakukan pengecekan data dan memberikan penilaian terhadap agen yang meliputi script product, cara komunikasi agen dengan nasabah, hingga validasi data. Setelah melewati proses *quality control* maka diterbitkanlah sebuah polis sebagai tanda kepesertaan nasabah, disisi lain agent telemarketing akan mendapatkan komisi sebagai bagian pencapaian penjualan produk asuransi.

Model kesuksesan informasi digunakan untuk meneliti aspek perilaku dalam implementasi sebuah sistem. Model ini merefleksikan ketergantungan dari enam pengukuran

kesuksesan sistem informasi, yakni: kualitas sistem (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*), kepuasan pemakai (*user satisfaction*), penggunaan (*use*), dampak individu (*individual impact*), dan dampak organisasi (*organizational impact*).

TINJAUAN PUSTAKA

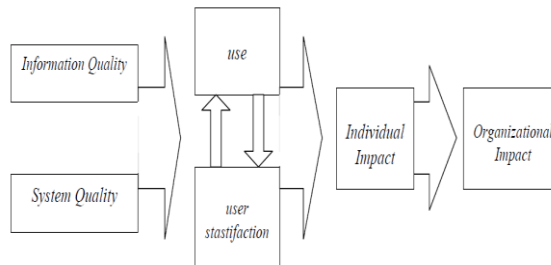
Telemarketing

Penggunaan telepon secara sistematis untuk mencapai tujuan bisnis suatu perusahaan, termasuk penggunaan telepon untuk tujuan-tujuan berikut ini : Riset pasar, Menyusun *database*, Menjadi pemimpin generasi, Layanan konsumen, Penagihan utang, Menangani rekening” Seiring berjalannya waktu, biaya telepon lebih murah karena banyak nya provider-provider penyedia jasa komunikasi. *Telemarketing* melingkupi wilayah bisnis yang luas dan biasanya dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

1. Telepon Masuk, berarti menjawab telepon dari pelanggan atau dari prospek.
 - a. Menjawab pertanyaan dan menerima pesanan
 - b. Jalur Bantuan / Jalur Peduli Jalur bantuan memberi kesempatan kepada pelanggan untuk mendapatkan saran / petunjuk melalui telepon.
2. Telepon Keluar, berarti agen yang menghubungi pelanggan atau melakukan prospek.
 - a. Menawarkan atau menjual produk atau jasa melalui telepon.
 - b. Menagih tunggakan (*Desk collection*).
 - c. Pendukung penjualan / manajemen rekening pelanggan.
 - d. Riset pasar.
 - e. Membangun *Database*.

Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan Mclane

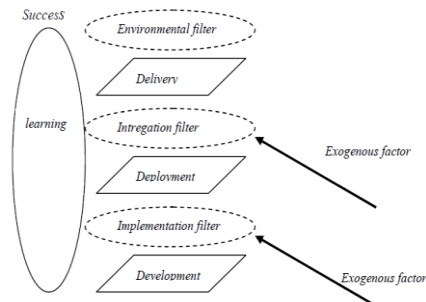
Model kesuksesan sistem informasi didefinisikan sebagai penelitian aspek perilaku dalam implementasi dalam sebuah system.



Gambar 1. Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean

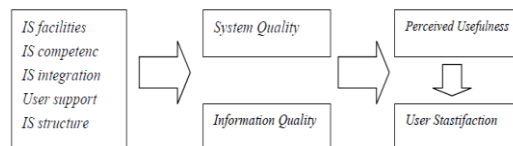
Beberapa ahli yang telah melakukan penelitian dengan model ini dan memiliki hasil penelitian beragam, diantaranya:

- a. Ballantine
Model kesuksesan sistem informasi 3-D yaitu menambahkan variabel pengembangan (*development*), penyebaran (*deployment*), dan penghantaran (*delivery*).



Gambar 2. Model Kesuksesan Sistem Informasi 3-D

- b. Rai (2002)
Melakukan penelitian penggunaan sistem informasi sukarela, hasil uji empiris mendukung model Delone dan Mclane yaitu kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap penggunaan dan kepuasan pemakai, kepuasan pemakai berpengaruh signifikan terhadap penggunaan.
- c. Roldan dan Leal (dalam Budianto, 2002)
penelitian ini dibuktikan bahwa kualitas sistem persepsian (*perceived system quality*) merupakan prediktor yang signifikan terhadap penggunaan dan kepuasan pemakai. Sedangkan kualitas informasi persepsian (*perceived information quality*) berpengaruh terhadap kepuasan pemakai tetapi tidak berpengaruh terhadap penggunaan. Antara penggunaan dengan kepuasan pemakai tidak terbukti saling mempengaruhi satu sama lain (*reciprocaly*). Dampak individu secara signifikan dipengaruhi oleh kepuasan pemakai, tetapi tidak oleh penggunaan.
- d. Hussein (2005:3)
melakukan penelitian untuk meneliti pengaruh factor teknologi dalam dimensi model kesuksesan sistem informasi Delone&Mclane.



Gambar 3. Model penelitian kesuksesan informasi

Dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor teknologi memiliki peran penting dalam menjamin kesuksesan implementasi sistem informasi pada organisasi pemerintah.

Keberhasilan Sistem Informasi

Konsep keberhasilan sistem informasi merupakan suatu konsep yang digunakan dalam berbagai riset sebagai kriteria dasar untuk mengevaluasi sistem informasi.[2] menyampaikan taksonomi mengenai enam faktor yang menjadi dasar pengukuran keberhasilan sistem informasi. Keenam kategori tersebut adalah kualitas informasi (*information quality*), kualitas sistem informasi (*system quality*), intensitas penggunaan sistem informasi (*system use*), kepuasan pengguna akhir sistem informasi (end user satisfaction), dampak individual (*individual impact*), dan dampak organisasional (*organizational impact*) dari sistem informasi.

Keputusan Pengguna Sebagai Ukuran Keberhasilan Sistem Informasi

Keputusan pemakai terhadap suatu sistem informasi adalah bagaimana cara pemakai memandang sistem informasi secara nyata, tapi tidak pada kualitas sistem secara teknik.

McGill, Hobbs, dan Klobas (2003), melakukan pengujian empiris terhadap keseluruhan dimensi dalam model keberhasilan sistem informasi dari Delone&Mclane. Pengujian mereka dilakukan pada lingkungan *user* yang sekaligus menjadi *developer system*. Dari hasil pengujian mereka menunjukkan bahwa kepuasan pengguna akhir suatu sistem informasi memainkan peranan signifikan dalam menentukan penggunaan sistem aplikasi. Kualitas sistem dan kualitas informasi yang baik direpresentasikan oleh *usefulness* dari *output* sistem yang diperoleh. *Usefulness* dari *output* dapat berpengaruh terhadap tingkat penggunaan sistem yang bersangkutan dan kepuasan pengguna. kepuasan sistem merupakan sebuah sikap, sehingga hal ini dipengaruhi oleh persepsi dari objek yang mempengaruhi sikap tersebut.

[5] melakukan pengujian dengan membandingkan validitas dan reliabilitas instrumen kualitas layanan dan kepuasan pengguna. Hasilnya menunjukkan bahwa antara kedua variabel ini secara umum adalah *mutually exclusive* dan *complementary*. Atas dasar hal ini dalam model keberhasilan sistem informasi yang dibangun maka disarankan perlunya menambahkan variabel kualitas layanan dalam mengukur keberhasilan suatu sistem informasi.

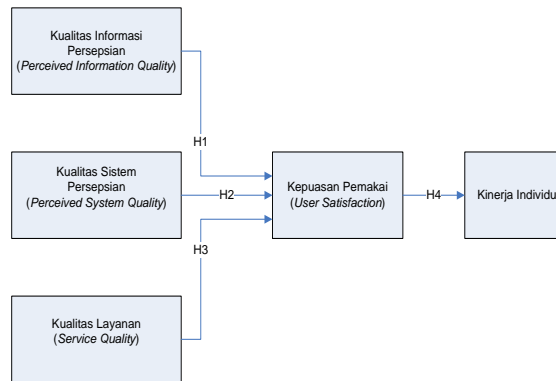
Dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa instrument pengukuran kualitas pelayanan memiliki validitas yang baik untuk digunakan dalam sistem informasi. [8] menyatakan bahwa kualitas layanan seperti halnya dengan kualitas sistem dan kualitas informasi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna. Apabila pengguna sistem informasi merasakan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia paket program aplikasi akuntansi baik, maka ia akan cenderung untuk merasa puas menggunakan sistem tersebut. Diprediksi bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan akan berpengaruh terhadap makin tingginya tingkat kepuasan pengguna. Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini mengajukan hipotesa (H1), (H2) dan (H3) sebagai berikut:

- H₁ : Kualitas informasi persepsian (*perceived information quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemakai (*user satisfaction*)
- H₂ : Kualitas sistem persepsian (*perceived system quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemakai (*user satisfaction*).
- H₃ : Kualitas pelayanan (*service quality*) berpengaruh positif terhadap kepuasan pemakai (*user satisfaction*).

Secara positif, keberadaan sistem informasi baru akan menjadi rangsangan (*stimulus*) dan tantangan bagi individu dalam organisasi untuk bekerja secara lebih baik, yang pada gilirannya berdampak pada kinerja organisasi. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan [7] yang menyatakan bahwa sebuah kesuksesan sistem akan berdampak pada individu dan organisasi penggunanya, dan selanjutnya dampak individual tersebut berpengaruh terhadap kinerja organisasional. Dengan demikian, hipotesis 4 (H4) dirumuskan sebagai berikut:

- H₄: Kepuasan pengguna (*user satisfaction*) berpengaruh positif terhadap dampak kinerja karyawan (*individual impact*)

Berdasarkan hipotesa diatas maka dibuatlah sebuah model penelitian sebagai gambaran hubungan kausalitas antar variabel, berikut modelnya :



Gambar 4. Model Penelitian dan Hipotesis

Model proses dan hubungan kausal tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut: kualitas sistem (*system quality*), kualitas informasi (*information quality*) dan kualitas pelayanan (*service quality*) secara mandiri dan bersama-sama mempengaruhi kepuasan pemakai (*user satisfaction*). Kepuasan pemakai mempengaruhi kinerja individu (*individual impact*).

Voice Recording System (VRS)

Aplikasi perekam suara (VRS) dianggap sebagai bukti autentik ‘transaksi’ percakapan telepon. Informasi yang dicatat setidaknya meliputi; *Nomor Pemanggil (user/extension)*, *Nomor Tujuan (Destination)*, *Waktu (Date Time)*, dan *Lama Panggilan (Duration Call)* dan lain-lainnya. Dalam dunia komunikasi kita sering mendengar istilah *audio-visual-aid* (didengar-dilihat-dirasakan) maka komunikasi telepon sebenarnya adalah komunikasi berupa suara (audio). Maka, bukti (autentifikasi) jika ditunjang oleh adanya dokumentasi (rekaman) percakapan telepon itu sendiri. Penggunaan aplikasi ini sesuai dengan level didalam entitas telemarketing, antara lain :

- **Supervisor Telemarketing**

Supervisor telemarketing bertugas untuk mengawasi, memandu aktifitas dan proses penjualan sebuah produk asuransi yang ditawarkan oleh *telemarketing*, seorang supervisor harus mengawasi 10 orang telemarketing officer.

- **Quality Control**

Seorang *Quality Control* bertugas untuk mengawasi hasil penjualan telemarketing officer yang telah melakukan submit polis asuransi melalui sebuah aplikasi, hasil dari submit polis oleh seorang telemarketing yang berhasil menjual produk akan dicek kebenarannya oleh seorang Quality Control baik itu dari sisi data nasabah, jumlah premi yang harus dibayarkan oleh nasabah, ahli waris dan lain-lainnya apabila semua proses tersebut bisa dikatakan lulus verifikasi jika nasabah memang menyetujui untuk ikut sebuah program yang ditawarkan oleh telemarketing melalui rekaman percakapan telemarketing dengan nasabah. Hasil percakapan inilah yang akan menjadi bukti kepesertaan nasabah/ legalitas dari sisi hukum.

- **Telemarketing officer**

Seorang telemarketing yang baru atau sudah bergabung dengan AXAMANDIRI rekaman percakapan digunakan sebagai pelajaran dan motivasi untuk mendengarkan hasil penjualan yang berhasil di handling secara baik dari segi penyampaian penawaran, keuntungan yang didapatkan jika mengikuti program tersebut oleh telemarketing lain dan tentunya telah lulus dari Quality Control.

Klasifikasi Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan menjadi 2[3]:

1. Variabel eksogen, yakni variabel yang tidak diprediksi oleh variabel lain dalam model. Variabel eksogen dikenal juga sebagai *source variable* atau *independent variable*. Dalam penelitian ini variabel eksogen adalah Kualitas Informasi (X1), Kualitas Sistem (X2), Kualitas Pelayanan (X3).
2. Variabel endogen, yakni variabel yang diprediksikan oleh satu atau beberapa variabel yang lain dalam model. Variabel endogen tergantung (*dependent variabel*), dalam penelitian ini variabel endogen tergantung adalah Kepuasan Pemakai (Y1) dan Kinerja Karyawan (Y2).

Pengolahan Data dengan Metode SEM

Model dianalisis dengan pemodelan persamaan struktural (*Structural Equation Modelling*). Terdapat dua macam model persamaan struktural, yakni SEM berbasis kovarian (*covariance based*) dan SEM berbasis komponen atau varian (*component based*) yang populer dengan *Partial Least Square* (PLS) (Ghozali 2008). SEM berbasis komponen dengan menggunakan PLS dipilih sebagai alat analisis pada penelitian ini. Teknik *Partial Least Squares* (PLS) dipilih karena perangkat ini banyak dipakai untuk analisis kausal-prediktif (*causal-predictive analysis*) yang rumit dan merupakan teknik yang sesuai untuk digunakan dalam aplikasi prediksi dan pengembangan teori seperti pada penelitian ini. SEM berbasis kovarian membutuhkan banyak asumsi parametrik, misalnya variabel yang diobservasi harus memiliki *multivariate normal distribution* yang dapat terpenuhi jika ukuran sampel yang digunakan besar (antara 200-800). PLS tidak membutuhkan banyak asumsi. data tidak harus berdistribusi normal *multivariate* dan jumlah sampel tidak harus besar (Ghozali merekomendasikan antara 30-150). Untuk melakukan pengujian dengan SEM berbasis komponen atau PLS, digunakan bantuan program SmartPLS versi 2.0.PLS. [4] Untuk melakukan analisis dengan PLS dilakukan dengan dua tahap:

1. Menilai *outer model* atau *measurement model*. Model pengukuran adalah penilaian terhadap reliabilitas dan validitas variabel penelitian atau didefinisikan sebagai hubungan antara indikator dengan variabel laten. Ada tiga kriteria untuk menilai model pengukuran yaitu: *convergent validity*, *discriminant validity* dan *composite reliability*.
2. Menilai *inner model* atau *structural model*. Pengujian *inner model* atau model struktural dilakukan untuk melihat hubungan antara konstruk atau variabel laten, yang dilihat dari nilai *R-square* dari model penelitian dan juga dengan melihat besar koefisien jalur strukturalnya. Stabilitas dari estimasi ini dievaluasi dengan menggunakan uji t statistik yang diperoleh lewat prosedur *bootstrapping*.

METODE

Karakteristik penelitian ini ada 3 jenis, yaitu :

- a. Berdasarkan teknik yang digunakan penelitian ini menggunakan penelitian *Survey Research*.
- b. Berdasarkan jenis data dan analisisnya penelitian ini menggunakan data kuantitatif.
- c. Berdasarkan tingkat explanasi ini adalah penelitian yang bertujuan menjelaskan kedudukan variable-variabel yang diteliti serta hubungan kausal antara variable melalui pengujian hipotesis dengan menggunakan data yang sama.

Secara umum penelitian ini menggunakan jenis penelitian ini adalah eksplanatif kuantitatif (penjelasan) yaitu, penelitian ini yang menggunakan data yang sama, menjelaskan hubungan kausal antara variabel melalui pengujian hipotesis dengan bentuk *survery research*. Penelitian ini hanya menguji pengaruh secara langsung *Voice Recording System (VRS)* terhadap kinerja operasional *Telemarketing*, pengujian dari hipotesa dengan teknik statistik. Data statistik tersebut didapat dari kuesioner dengan menggunakan model kesuksesan sistem informasi DeLone & McLean. Metode yang digunakan yaitu metode analisis SEM (*Structural Equation Model*) berbasis komponen atau varian (*component based*) yang populer dengan *Partial Least Square (PLS)*

Kegiatan penelitian ini melalui beberapa tahap untuk mengetahui dampak penggunaan system informasi terhadap kinerja telemarketing :

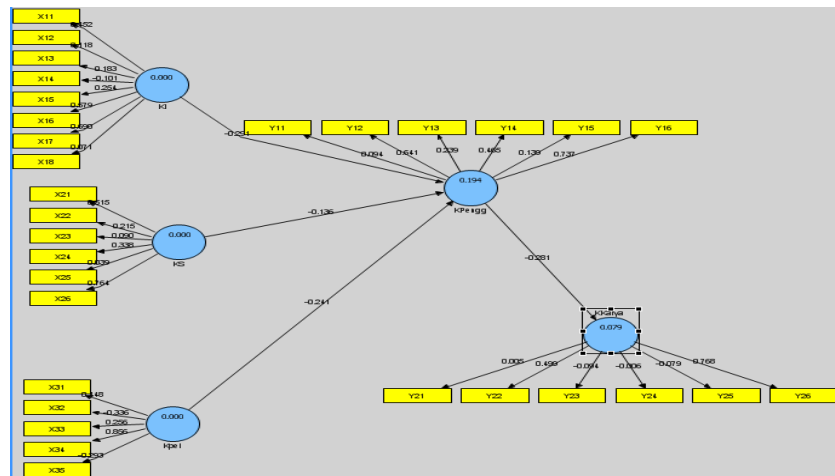
- a. Pengumpulan data merupakan bagian paling penting dalam sebuah penelitian, ketersediaan data akan sangat menentukan dalam proses pengolahan dan analisa selanjutnya. Oleh sebab itu didalam melakukan pengumpulan data harus dilakukan teknik yang menjamin bahwa data yang diperoleh adalah benar, akurat dan bisa dipertanggung jawabkan sehingga hasil pengolahan dan analisa tidak berbeda.
- b. Studi pendahuluan, kegiatan yang dilakukan pada saat studi pendahuluan yaitu mengumpulkan materi-materi kepustakaan yang berhubungan dengan pengambilan judul. Selanjut nya melakukan survei langsung ketempat penelitian yaitu divisi telemarketing PT AXAMandiri. Hasil dari survey ini adalah berupa kegiatan yang berhubungan dengan system informasi pada tempat riset.
- c. Keusioner, menyebarkan kuesioner tertutup dengan menggunakan skala likert kepada responden penilai .
- d. Pengolahan data kuesioner. Setelah kuesioner diisi oleh responden. Maka data diolah menggunakan metode analisis SEM (*Structural Equation Model*) berbasis komponen yang populer dengan *Partial Least Square (PLS)*. pertama kali menggunakan ms excel untuk input nilai (scoring) berdasarkan variabel. Setelah itu data excel tersebut di *import* kedalam software smartPLS 2.0 untuk melihat koefisien dan melakukan penilaian berdasarkan kriteria *Partial Least Square*.
- e. Laporan. Setelah semua tahap sudah dilakukan maka disusunlah laporan penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian pengaruh *VRS* terhadap kinerja agent telemarketing berjumlah 150 responden. Yang meliputi agent 93 orang dan quality control 57 orang.

Evaluasi outer Model (Measurement Model)

Path diagram yang digunakan sebagai input pada SmartPLS 2.0 dengan jumlah data sebanyak 150 dalam bentuk file csv. Gambar dibawah ini merupakan output path diagram pada SmartPLS 2.0



Gambar 5 Diagram Jalur

Analisis convergent validity

Kriteria uji *convergent validity* menggunakan loading factor ≥ 0.5 maka, hubungan signifikan (valid), jika loading factor < 0.5 maka indikator tersebut akan dihapus. Berikut adalah tabel hasil uji PLS terhadap variable laten eksogen dan endogen

Tabel 2. *convergent validity*

Variabel	Indikator	loading factor > 0.5
Kualitas informasi	8	2
Kualitas Sistem	6	2
Kualitas Pelayanan	5	1
Kepuasan Pengguna	6	1
Kinerja Karyawan	6	1

Analisis discriminant validity

Output hasil uji signifikansi indikator menunjukkan bahwa semua indikator signifikan pada taraf $\alpha = 0.05$ yaitu nilai T hitung lebih dari 1.96. Berikut output hasil dari SmartPLS untuk uji signifikansi.

Tabel 3. Hasil Uji Signifikansi

Variabel	Original Sample (O)	T Statistics (O/STERR)	Keterangan
X16 <- KI	0.8859	2.434	Signifikan
X17 <- KI	0.967	3.2857	Signifikan
X21 <- KS	0.7626	1.7127	Signifikan
X26 <- KS	1.2784	3.351	Signifikan
X34 <- KP	1.4624	19.1615	Signifikan
Y12 <- KPengg	0.6915	2.2271	Signifikan
Y16 <- KPengg	1.2162	6.3142	Signifikan
Y26 <- KKarya	1.4111	19.459	Signifikan

Uji Reliabilitas

Ada 3 Metode Uji reliabilitas yang bisa dilakukan jika nilai koefisien salah satu metode tidak terpenuhi yaitu :

1. *Composite Reliability*
2. *Cronbachs Alpha*
3. Akar AVE dan Korelasi antar Konstruk

Tabel 4. Akar AVE dan Korelasi antar Konstruk

Variabel	KI	KKarya	KPengg	KS	Kpel
KI	1*				
KKarya	- 0.0223	1*			
KPengg	- 0.2284	-0.2127	1*		
KS	0.0124	0.0185	-0.1971	1*	
Kpel	-0.012	0.0853	-0.2818	0.13	1*

Evaluasi Inner Model (*structural model*)

Berikutnya dilakukan pengujian inner model. Menilai inner model adalah melihat hubungan antar konstruk laten dengan melihat hasil estimasi koefisien parameter path dan tingkat signifikannya.

R Square

Nilai R-square 0.0452 untuk konstruk KKarya. Artinya bahwa variabilitas konstruk KKarya dapat dijelaskan oleh konstruk Kualitas Informasi, Kualitas Sistem dan Kualitas Pelayanan dan interaksinya 4.52% dan nilai R-square 0.1583 untuk konstruk KPengg dapat dijelaskan dari konstruk KKarya dan interaksinya sebesar 15.83%. Selebihnya yaitu 79.65% dijelaskan oleh faktor lain.

Path Coefficient

Dari hasil uji *path coefficient* maka didapatkan hasil sebagai berikut :

1. Hubungan variabel Kualitas Informasi, signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dilihat dari nilai T Statistics sebesar 2.3662 (>1.96).
2. Hubungan variabel Kepuasan Pelayanan, signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dilihat dari nilai T Statistics sebesar 2.8744 (>1.96).
3. Hubungan Kualitas Sistem, tidak signifikan terhadap Kepuasan Pengguna dilihat dari nilai T Statistics sebesar 1.804 (<1.96).
4. Hubungan Kepuasan Pengguna, signifikan terhadap Kinerja karyawan adalah sebesar 2.2955 (>1.96).

PENUTUP

Setelah melewati tahap-tahap pengujian dengan menggunakan kriteria penilaian *Partial least square* maka didapatkan variabel-variabel yang memiliki hubungan signifikan atau sesuai dengan hipotesa, hanya 1 hipotesa yang tidak signifikan yaitu kualitas system terhadap pengguna, ini artinya kualitas system bukan yang menentukan baik buruknya kinerja agent telemarketing. Kualitas pelayanan yang diukur melalui

sebuah indikator jaminan sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna yang diproyeksikan dengan kepuasan pengguna informasi Jaminan yang diberikan berupa aplikasi yang digunakan oleh pengguna aman dan bisa diandalkan serta jaminan untuk melakukan support terhadap pengguna yang mengalami masalah pada saat menggunakan aplikasi voice recording. Lalu dari sisi fleksibilitas system sangat berpengaruh terhadap kepuasan pengguna, dikarenakan semakin mudah system diakses dan mendapatkan dukungan dari staff IT maka semakin puas pengguna pada saat mengakses system ini, untuk staf IT sebaiknya diberikan training mengenai troubleshoot dan supporting terhadap pengguna aplikasi voice recording yang mengalami kendala. [6] berpendapat bahwa semakin tingginya tingkat kualitas pelayanan menyebabkan semakin tingginya tingkat kepuasan pelanggan, [] bahwa kualitas pelayanan yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan berbagai manfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ballantine et al 1996 dalam Kiswanto. 2007. **Implementasi Manajemen Kualitas dan Pengaruhnya Pada Kinerja Perusahaan Ditinjau dari Sudut Pandang Total Quality**. Thesis., Universitas Diponegoro.
- DeLone&McLean Delone, W.H. and Mclean E. R. 1992. **Information System Success : The Quest for the Dependent Variable**, Information System Research, 3(1): 60-95.
- Ferdinand, A. 2002. **Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen**. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, Prof. Imam. 2008. **Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Square**. Edisi Kedua. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kettinger&Lee 1994 dalam Munawaroh, Munjati. 2005. **Analisis Pengaruh kualitas Jasa Terhadap Kepuasan pada Industri Pendidikan Di Yogyakarta**. Jour. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Kotler 2009, 245 dalam Batubara, Muhamad Hendri. 2010. **Strategi Marketing Public Relation (MPR) Berupa Promosi Dan Sponsorsip Untuk Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian (Studi Produk Perawatan Bayi Johnsons Baby)**. Tes., Universitas Indonesia.
- Markus, M.Lynne, and Mark Keil. 1994. **If We Build It, They Will Come: Designing Information Systems That People Want To Use**. Sloan Management Review (Summer). ABI/INFORM research pp.11-25
- Myers, Barry L, Kappelman, Leon A. & Prybutok, Victor.R. 2007. **A Comprehensive Model for Assessing the Quality of the Information System Function: Toward a Theory for Information System Assessment**. *Information Resource Management Journal*, Winter, 10(1): 6-25.
- Rowson 2008, 1-2 Rowson, Pauline. 2008. **Kiat Sukses Menjual**. Jakarta: PT. INA PUBLIKATAMA.