

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Pustaka

Sistem Informasi *E-Raport* Menggunakan *Expectation Confirmation Model* (ECM) Pada Sman 1 Pabuaran[12]

Penelitian ini untuk merancang dan mengembangkan sebuah informasi manajemen nilai sistem menggunakan *E-Raport* berbasis web dan untuk melakukan pengujian kualitas menggunakan Konfirmasi Harapan Model (ECM) metode pada sistem informasi yang dikembangkan. Rancangan sistem yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode Waterfall agar lebih mudah dalam mengembangkan dan menggunakan UML (*Unified Modeling Language*) untuk pemodelan sistem visual. Hasil dari penelitian ini nilai laporan menjadi lebih terstruktur dan terdokumentasi dengan baik. Hasil penelitian bahwa variabel *perceived of usefulness* mendapatkan hasil 89 %, *confirmation* 91%, *satisfaction* 87% dan *continuance intention* 92%. Hasil dari semua variabel berada pada kategori sangat puas[12].

Kualitas dan Kesuksesan Implementasi Sistem Pelaporan Nilai di Sekolah Menengah Atas Dengan Menggunakan *Expectation Confirmation Model* dan *DeLone & McLean*[13]

Tujuan dari penelitian mengevaluasi kualitas dan kesuksesan sistem e-rapor yang dibutuhkan sekolah untuk keberlanjutan implementasi e-rapor berdasarkan menggunakan metode *Expectation-Confirmation Model* dan *DeLone & McLean Model*. Hasil dari penelitian menunjukkan Rekomendasi peningkatan kualitas akan diberikan pada variabel *Confirmation* dan *Satisfaction* karena dibawah rata-rata total variabel. Kemudian rekomendasi untuk peningkatan kesuksesan akan diberikan pada variabel *Information Quality*, *Service Quality* dan *Use* karena dibawah rata-rata total variabel. Secara keseluruhan metode ECM ini memiliki total rata-rata 80,50% dan yang

termasuk kategori tinggi. Namun perlu diperhatikan pada variabel *Confirmation* dan *Satisfaction* yang memiliki nilai rata-rata dibawah total rata-rata ECM[13].

Defining the determinants of online impulse buying through a shopping process of integrating perceived risk, expectation-confirmation model, and flow theory issues[14]

Banyak belanja online dikaitkan dengan pembelian impulsif online, penting untuk mendefinisikan proses belanja khusus ini. Proses ini memiliki tiga isu penting, risiko yang dirasakan untuk toko virtual serta desain e-store dan keadaan psikologis untuk belanja *online*. Ini karena konsumen adalah pengguna sistem dan pembeli impulsif saat berbelanja di *e-store*. Desain *e-store* didasarkan pada interaksi pelanggan dengan *e-store* dan model konfirmasi harapan mendukung pemeriksaan masalah ini dengan keakraban yang luas dalam penggunaan TI. Keadaan psikologis adalah respons emosional terhadap stimulus produk di toko elektronik dan teori aliran, dengan keterampilan tugas dan tantangan tugas sebagai pendahulunya, cocok untuk mengeksplorasi masalah ini. Berpijak pada ketiga isu tersebut, penelitian ini mengusulkan model penelitian baru dengan pertimbangan tersebut untuk meneliti secara menyeluruh faktor-faktor penentu pembelian impulsif *online*. *Flow state* dan kepuasan pelanggan juga saling berinteraksi. Penelitian empiris menunjukkan hubungan penting untuk tiga masalah yang ditentukan dari pembelian impulsif *online*[14].

Consumers' continuance intention to use fitness and health apps: an integration of the expectationconfirmation model and investment model[15]

Tujuan Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi niat konsumen yang berkelanjutan untuk menggunakan aplikasi kebugaran dan kesehatan dengan menerapkan dua model teoritis: model harapan-konfirmasi (ECM) dan model investasi (IM). Survei *online* diberikan kepada konsumen yang saat ini menggunakan aplikasi kebugaran dan kesehatan (N5342). Pemodelan persamaan struktural (SEM) dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak Amos 22.0 untuk menguji hubungan hipotesis

dalam model penelitian. Hasil mengungkapkan bahwa niat kelanjutan pengguna diprediksi secara signifikan oleh kedua model. ECM ditemukan hubungan yang berkaitan antar variabel. Kepuasan sangat berpengaruh signifikan terhadap continuance intention ($\beta_{SAT \rightarrow CINT} = 0.301$, $t = 53.902$, $p < 0,001$) dan komitmen ($\beta_{SAT \rightarrow COM} = 0.480$, $t = 56.401$, $p < 0,001$); H4 dan H5a dengan demikian didukung. Selanjutnya, komitmen ditemukan diprediksi oleh ukuran investasi ($INV \rightarrow COM$, $t = 56.836$, $p < 0,001$), mendukung H5b. Namun, kualitas alternatif tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap komitmen ($\beta_{QA \rightarrow COM} = -0,040$, $t = -0,934$, $p = 0,350$); H5c karena itu tidak didukung. Akhirnya, jalan dari komitmen ke niat kelanjutan adalah signifikan ($COM \rightarrow CINT$, $t = 54.067$, $p < 0,001$), mendukung H6[15].

Understanding Solvers' Continuance Intention in Crowdsourcing Contest Platform: An Extension of Expectation Confirmation Model[16]

Penelitian ini menggunakan kerangka model Ekspektasi-konfirmasi untuk menjelaskan niat berkelanjutan solver. Karena ketidakpastian yang melekat dalam kontes *crowdsourcing*, kepercayaan, keyakinan psikologis yang menonjol, harus diperhitungkan dengan kerangka model Konfirmasi-Harapan untuk memprediksi niat kelanjutan pemecah, tujuan penelitian memberikan beberapa implikasi baik dalam teori maupun praktik untuk memahami proses memicu niat berkelanjutan dengan kerangka model Konfirmasi-Harapan dalam kontes *crowdsourcing*. yang berhubungan positif dengan konfirmasi. Untuk menguji kekokohan hasil kami, pertama-tama kami menguji hubungan langsung antara interaksi dan kepuasan ($b = -0,044$, $p > 0,1$), antara interaksi dan niat berkelanjutan ($b = 0,038$, $p > 0,1$), antara keadilan yang dirasakan dan kepuasan ($b = 0,143$, $p > 0,1$). Kemudian, untuk menguji dampak variabel kontrol (yaitu, usia, pendidikan, dan pengalaman) pada niat melanjutkan ($b = -0,027$, $p > 0,1$; $b = 0,045$, $p > 0,1$; $b = 0,086$, $p > 0,1$), kepuasan ($b = -0,017$, $p > 0,1$; $b = 0,014$, $p > 0,1$; $b = 0,039$, $p > 0,1$), kepercayaan platform ($b = -0,003$, $p > 0,1$; $b = -0,021$, $p > 0,1$; $b = 0,122$, $p > 0,1$; $b = -0,028$, $p > 0,1$; $b = 0,019$, $p > 0,1$)[16].

User acceptance of smart wearable devices: An expectation confirmation model approach[17]

Penelitian ini meneliti perangkat wearable pintar yang signifikan untuk tidak hanya mempromosikan keberhasilan difusi teknologi ini, tetapi juga memberikan pengalaman pengguna yang lebih baik kepada pengguna perangkat ini. Sejalan dengan tren ini, penelitian ini mengeksplorasi persepsi pengguna perangkat pintar yang dapat dikenakan dan memperkenalkan model penelitian komprehensif yang menggunakan faktor-faktor yang terutama diekstraksi menggunakan konfirmasi harapan, penerimaan teknologi, dan model aliran. Hasil yang diperoleh menggunakan analisis faktor konfirmatori dan metode pemodelan persamaan struktural ($N = 1,380$) menunjukkan bahwa niat pengguna untuk menggunakan perangkat pintar yang dapat dikenakan ditentukan oleh lima faktor yang berpengaruh: kepuasan, kenikmatan, kegunaan, keadaan aliran, dan biaya. Selain kepuasan pengguna, yang memiliki efek terbesar pada niat mereka, kenikmatan yang dirasakan memiliki efek standar yang menonjol pada niat ($0,501=0,129$ (langsung)+ $0,372$ (tidak langsung))[17].

Continuous Intention on Accommodation Apps: Integrated Value-Based Adoption and Expectation Confirmation Model Analysis[18]

Tujuan penelitian ini menganalisis faktor anteseden yang mempengaruhi niat berkelanjutan untuk menggunakan layanan aplikasi akomodasi online ke offline (O2O) dan memverifikasinya secara empiris dengan menerapkan model terintegrasi yang terdiri dari model adopsi berbasis nilai (VAM) dan model konfirmasi harapan (ECM). Untuk analisis empiris, sampel 410 peserta dengan pengalaman memesan kamar menggunakan aplikasi akomodasi digunakan. Hasil penelitian menunjukkan Konfirmasi ($\beta = 0,611$, $t = 5,548$, $p < 0,000$) berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction*, didukung hipotesis 5, dan konfirmasi ($\beta = 0,453$, $t = 7,635$, $p < 0,000$) berpengaruh signifikan terhadap *perceived*, dan dengan demikian Hipotesis 6 didukung. Kegunaan ($\beta = 0,353$, $t = 7,357$, $p < 0,000$) berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction*, dengan demikian Hipotesis 7 didukung, dan kenikmatan ($\beta = -0,108$, t

=-2.257, $p < 0.010$) berpengaruh negatif terhadap kepuasan, dan dengan demikian Hipotesis 8 didukung. Kepuasan ($\beta = 0.310$, $t = 3.500$, $p < 0,000$) berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention*, dan dengan demikian Hipotesis 9 didukung[18].

E-health/m-health adoption and lifestyle improvements: Exploring the roles of technology readiness, the expectation-confirmation model, and health-related information activities[19]

Penelitian ini untuk mengetahui prevalensi dan pola *e-health/m-health* digunakan di Hong Kong, penelitian ini menggunakan peran kesiapan teknologi dan model konfirmasi harapan, Hasil penelitian menunjukkan bahwa di antara enam kegiatan kesehatan *e-health* yang teridentifikasi, tutorial kesehatan dan pencarian informasi kesehatan adalah yang paling sering digunakan, diikuti oleh pencatatan / pemantauan dan layanan medis. Hasil kami menunjukkan bahwa variabel komponen dari ECM termasuk di antara prediktor terkuat; misalnya PU ($\beta = 0,50$, $p < .001$) diikuti dengan konfirmasi ($\beta = 0,27$, $p < .001$). Kegiatan *e-health/m-health* seperti pencatatan/monitoring ($\beta = 0.11$, $p < .01$), tutorial kesehatan ($\beta = 0,08$, $p < .05$), pelayanan ($\beta = 0,08$, $p < .05$), dan *experience* (negatif: =-0.07, $p < .05$) juga secara signifikan mempengaruhi gaya hidup[19].

Examining students' continued use of desktop services: Perspectives from expectation-confirmation and social influence[20]

Penelitian ini mengembangkan model berdasarkan ekspektasi-konfirmasi dan pengaruh social yang bertujuan sebagai faktor internal di balik penggunaan layanan desktop yang berkelanjutan oleh siswa. Hasil dari penelitian ini yaitu kepuasan memegang pengaruh internal terkuat pada penggunaan subjek yang berkelanjutan, dan tingkat kepuasan ditentukan oleh usaha dan harapan kinerja[20].

Determinants of Students' Intention to Continue Using Online Private Tutoring: An Expectation-Confirmation Model (ECM) Approach[21]

Penelitian ini mengukur niat siswa dalam menggunakan les privat online. Pengukuran dilakukan dengan analisis Model konfirmasi harapan. Hasil penelitian yaitu penerimaan sebagian besar hipotesis kecuali hipotesis keempat. *Confirmation* terhadap *Perceived Usefulness* terungkap memiliki hubungan yang paling substansial. Persepsi Kegunaan terungkap menjadi prediktor signifikan dari Niat Berkelanjutan dengan mediasi Kepuasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kedua variabel ($\beta = 0,50$, $p < 0,05$). Dukungan H5 menunjukkan bahwa ketika pengguna les privat online puas dengan *platform*, mereka akan berniat untuk terus menggunakannya. Korelasi ganda kuadrat (SMC) untuk *Continuance Intention* (I) membangun di 0,602, menunjukkan bahwa 60,2% dari semua variabel yang dapat memprediksi niat siswa untuk terus menggunakan les privat *online* hadir kerangka ECM[21].

Berdasarkan penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan memiliki perbedaan obyeknya yaitu menggunakan aplikasi Kitabisa. Lingkup responden dari beberapa penelitian terdahulu mengarah ke siswa/pelajar sedangkan penelitian yang akan dilakukan mengarah ke masyarakat yang menggunakan aplikasi Kitabisa. Untuk lingkup bidangnya dari beberapa penelitian terdahulu mengarah pada bidang pendidikan sedangkan penelitian yang akan dilakukan pada bidang sosial.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Sistem Informasi

Sistem informasi merupakan sebuah sistem yang dikembangkan oleh sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan dalam organisasi untuk mendukung operasi dari suatu organisasi[22]. Definisi sistem merupakan kesatuan yang saling berhubungan untuk melakukan sebuah kegiatan tertentu untuk mencapai suatu tujuan yang telah direncanakan[23]. Definisi informasi adalah data bahan mentah yang diolah menjadi bentuk yang lebih dapat dimanfaatkan[24].

2.2.2. Crowdfunding

Crowdfunding merupakan penggalangan dana yang diperoleh dari urunan dana masyarakat untuk berbagai jenis usaha, ide produk, bisnis yang sudah berjalan, serta mendapat imbalan berupa barang atau jasa[25]. *Crowdfunding* merupakan pengumpulan dana yang dikumpulkan dari beberapa penyumbang pada *platform* berbasis web atau aplikasi bertujuan untuk suatu proyek tertentu, usaha bisnis atau bantuan sosial[26]. Berkembangnya teknologi *fintech* dimanfaatkan oleh lembaga keuangan untuk mendapatkan pendanaan efektif dan efisien. Perkembangan *Fintech* di Indonesia saat ini sangat gencar. Sektor *Fintech* memiliki potensi untuk mempromosikan inklusi keuangan melalui pemenuhan standar hidup masyarakat[27].

2.2.3. Kitabisa

Kitabisa.com diluncurkan sejak Juli 2013, menjadi yayasan resmi di tahun 2014, dan tahun 2015. Tim Kitabisa.com baru benar benar bekerja *full time* mengembangkan platform ini dengan mendirikan PT KitaBisa Indonesia mengangkat nilai dan norma gotong royong melalui platform *online*. Melalui platform ini semua orang dapat melakukan donasi bersama[28]. Aplikasi

Kitabisa dirilis pada 23 Juni 2017. KitaBisa menjadi wadah kepada masyarakat yang ingin berdonasi dan menggalang dana secara *online* di KitaBisa, masyarakat bisa menggalang dana untuk beragam hal yang mereka inginkan berdonasi untuk beragam hal yang ingin mereka bantu, hingga 2018 sudah lebih dari 1 juta donatur dan dana lebih dari 500 juta[29].

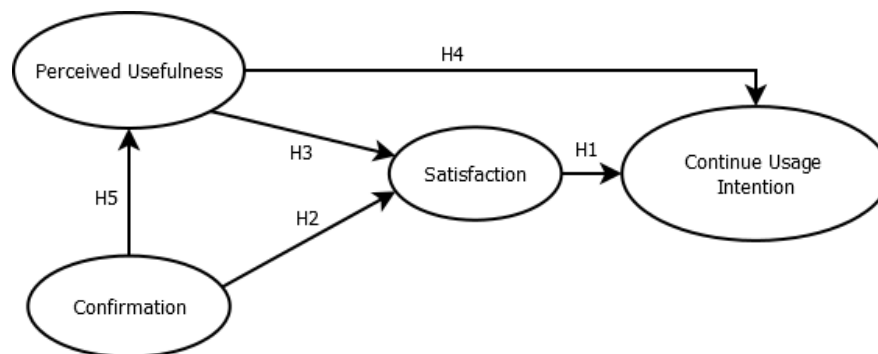


Gambar 2.1 Logo Kitabisa

2.2.4. *Expectation Confirmation Model (ECM)*

Metode *Expectation Confirmation Model (ECM)* merupakan metode untuk mengukur harapan sejauh mana pengguna merasakan kepuasan, berdasarkan pengalaman pengguna menggunakan teknologi, ECM sebagai model untuk memprediksi *IT continuance* berdasarkan kesesuaian antara keputusan individu untuk melanjutkan penggunaan mereka terhadap sebuah IT dan keputusan pengguna untuk melakukan pemakaian kembali[30]. Metode ECM mengusulkan bahwa niat pengguna untuk terus menggunakan secara langsung dipengaruhi oleh persepsi tentang manfaat yang diharapkan dari penggunaan aplikasi Kitabisa, dan tingkat kepuasan berdasarkan pengalaman penggunaan sebelumnya. ECM bergantung pada respons pengalaman (konfirmasi), harapan manfaat (kegunaan yang dirasakan), dan respons emosional (kepuasan) membentuk keputusan pengguna untuk terus menggunakan[10]. Langkah pada model ini akan menguji faktor kepuasan dari pengguna dengan kegunaan aplikasi yang dipercaya akan mempengaruhi minat

mereka untuk dapat terus menggunakan dari teknologi informasi dengan menggunakan kuesiner yang disebarakan kepada responden secara online [11].



Gambar 2.2 Model ECM[31].

Menurut Sugiyono, variabel independent adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen. Pada metode ECM yang termasuk variabel independen yaitu *confirmation*, *perceived usefulness*, *satisfaction*. Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat. Pada metode ECM yang termasuk variabel dependen yaitu variabel *continue usage intention*[32].

2.2.4.1. *Perceived Usefulness*

Perceived Usefulness atau kegunaan yang dirasakan adalah perspektif pengguna menggunakan teknologi dan merasakan teknologinya berguna. *Perceived Usefulness* merupakan subjektif pengguna teknologi informasi mengenai kemungkinan bahwa teknologi informasi akan meningkatkan kinerja. Jika penggunaan sebuah aplikasi berguna, maka pengguna akan terus menggunakannya[33].

2.2.4.2. Satisfaction

Satisfaction atau kepuasan adalah keadaan emosi positif yang dihasilkan dari penggunaan teknologi berupa perasaan positif atau kepuasan, ketidakpedulian, dan perasaan negatif atau ketidakpuasan. Faktor yang mempengaruhi seorang pengguna untuk melakukan pemakaian kembali adalah tingkat kepuasan. Jika puas dengan layanan yang diberikan oleh informasi teknologi, maka pengguna terus menggunakan teknologi informasi [33].

2.2.4.3. Confirmation

Confirmation adalah harapan dari *Perceived Usefulness* atau manfaat yang dirasakan dalam konteks penggunaan sebuah aplikasi. *Confirmation* adalah harapan yang telah terwujud dari teknologi informasi. Ketika pengguna dapat mengkonfirmasi harapan awal penggunaan teknologi informasi. Pengguna akan menganggap teknologi informasi yang digunakan bermanfaat [33].

2.2.4.4. Continuance Usage Intention

Continuance Usage Intention atau niat penggunaan berkelanjutan mengacu pada niat untuk menggunakan kembali teknologi atau melanjutkan penggunaan layanan. Variabel ini dipengaruhi oleh variabel *satisfaction* dan *perceived usefulness*. Jika harapan terpenuhi melalui penggunaan teknologi informasi. Pengguna cenderung puas dan menganggap teknologi itu berguna [30].

2.2.5. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh

penelitian ini untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Kitabisa. Penelitian ini menggunakan sampel karena populasi yang menggunakan aplikasi ini dalam jumlah besar. Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang mewakili populasi tersebut[34]. Pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* dengan pengumpulan data dari penyebaran kuesioner kepada masyarakat. Teknik *simple random sampling* merupakan teknik pengambilan sampel dari bagian populasi yang dilakukan secara acak yang ada dalam populasi itu[35]. Penelitian ini juga menggunakan teknik *slovin* dalam menentukan jumlah sampel yang digunakan. Rumus *Slovin* adalah rumus yang digunakan untuk menentukan jumlah sample yang dapat dijadikan model pada suatu populasi data[36].

Adapun rumus dari Slovin[36] adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.e^2+1}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Nilai kritis (batas ketelitian)

Populasi sesuai dengan jumlah pengguna aplikasi Kitabisa yaitu 31.198 orang yang memberikan ulasan pada Google Playstore tentang aplikasi Kitabisa. Berikut merupakan perhitungan minimal sampel penelitian:

$$n = \frac{31198}{31198.0,05^2 + 1} = 394.9364$$

Perhitungan rumus Slovin diatas dengan jumlah populasi yang terhitung mencapai 31.198, maka di dapatkan jumlah minimal sampel yaitu 395 sampel.

2.2.6. Kuesioner

Kuesioner merupakan alat ukur yang digunakan untuk mengukur suatu kejadian yang digunakan penelitian. Kuesioner didefinisikan sekumpulan pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan sebuah informasi dari seseorang yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan[37]. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan tentang data atau opini yang berkaitan dengan diri responden, yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden[38]. Kuesioner merupakan alat ukur pengumpulan data dengan metode survei untuk memperoleh opini dari seorang responden[39]. Kuesioner yang dipakai dalam penelitian ini mengacu pada jurnal dengan metode ECM yang dipakai oleh Bhattacharjee[31].

2.2.7. Hipotesis

Hipotesis adalah suatu pernyataan tentatif yang merupakan dugaan mengenai apa saja yang sedang kita amati dalam usaha untuk memahaminya. Hipotesis statistic sendiri adalah suatu anggapan atau pernyataan, yang mungkin benar atau mungkin juga salah, mengenai satu populasi atau lebih. Hipotesis yang dirumuskan dengan harapan akan ditolak memiliki istilah hipotesis nol yang dilambangkan dengan H_0 . Penolakan H_0 akan mengakibatkan diterimanya hipotesis alternatif yang dilambangkan dengan H_1 [40]. Pengujian *R-Square* apabila *R Square* (R^2) sebesar 0,67 menunjukkan model kuat, sebesar 0,33 bahwa model moderate dan sebesar 0,19 bahwa model

dikategorikan lemah[41]. Pengujian *Q Square* berada di atas 0, maka dapat dikatakan model penelitian yang dibangun memiliki *predictive relevance*, sedangkan apabila nilai *Q-square* < 0 [41].

2.2.8. SmartPLS

SmartPLS Adalah *Software* Pengolahan Data Untuk *Structural Equation Modeling* (SEM) Dengan *Metodepartial Least Squares* (PLS)[42].

2.2.9. Validitas

Pengujian Validitas dapat dilakukan dengan menggunakan aplikasi SmartPLS dan uji reliabilitas data juga dapat dilakukan dengan menggunakan SmartPLS. Uji validitas berfungsi untuk melihat apakah kuesioner tersebut valid atau tidak valid. Kuesioner valid jika pertanyaan kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner[43]. Uji validitas konvergen dilakukan dengan model PLS yang dinyatakan telah memenuhi validitas konvergen jika nilai AVE setiap konstruk > 0.5 [44]. *Discriminant validity* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konsep dari masing masing variabel laten berbeda dengan variabel lainnya[44].

2.2.10. Reliabilitas

Pengujian reliabilitas adalah pengukuran yang menunjukkan sejauh mana suatu kuesioner dapat diandalkan. Kuesioner reliabel jika menghasilkan hasil yang sama jika dilakukan pengukuran berkali kali[43]. Reliabilitas konstruk dapat dinilai dari nilai cronbach's alpha dan composite reliability dari masing-masing konstruk. Nilai *composite reliability* dan *cronbachs alpha* yang disarankan adalah lebih dari 0.7[44].