

Pengaruh *Technology Acceptance Model*, *Online Customer Review and Rating* terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna MyPertamina

Yoshua C Sinaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman,

Jl. Muara Muntai No. 1 Gunung Kelua Samarinda

Email : yoshuachrist30april@gmail.com

Abstrak

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara kedua variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, kuesioner dan penelitian kepustakaan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara *Technology Acceptable Model* dan *Online Costumer Review and Rating* terhadap kepuasan pelanggan pengguna MyPertamina. Hasil analisis menunjukkan bahwa *Technology Acceptable Model* dan *Online Costumer Review and Rating* memiliki pengaruh secara signifikan dan kedua variabel tersebut berpengaruh simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat terlihat dari nilai regresi $Y = 2,797 + 0,307 + 0,245$ dengan hasil uji F sebesar 76,805, uji t sebesar $(X1) = 6,054$ dan $(X2) = 2,712$, dan hasil variabel yang dominan sebesar $(X1) = 0,307$. Dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,783 yang menunjukkan adanya hubungan yang kuat dan nilai koefisien determinasi sebesar 61% yang berarti variabel *Technology Acceptable Model* dan *Online Costumer Review and Rating* memiliki pengaruh sebesar 61% dan 39% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak terdapat didalam penelitian ini. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa *Technology Acceptable Model* dan *Online Costumer Review and Rating* berpengaruh signifikan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan pengguna MyPertamina dan variabel *Technology Acceptable Model* merupakan variabel yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : *Technology Acceptable Model*, *Online Costumer Review and Rating*, Kepuasan Pelanggan.

Pendahuluan

Teknologi pada abad 20 hingga sekarang mengalami pertumbuhan massal, dimana teknologi tidak hanya digunakan untuk membantu masyarakat dalam mencukupi kebutuhannya. Saat ini, teknologi mulai digunakan untuk memudahkan masyarakat Indonesia dalam manajemen kebutuhan serta kemudahan mobilitas sehari-hari. Masyarakat dalam kehidupan sosialnya semakin bergantung kepada teknologi agar dapat memudahkan kebutuhan informasi dan komunikasi. Tercatat pada 3 Tahun terakhir, pengguna internet di Indonesia meningkat pesat. Pada Januari 2021 tercatat ada 203 juta pengguna internet, Januari 2022 tercatat sekitar 205 juta pengguna internet, dan Januari 2023 sebanyak 212,9 juta. Angka pada Januari 2023 setara dengan 77% dari Populasi penduduk Indonesia (dataindonesia.id, Februari 2023). Data diatas membuktikan bahwa masyarakat semakin bergantung dengan penggunaan teknologi yang semakin berkembang dengan pesat.

Perkembangan aplikasi saat ini diiringi oleh inovasi yang berkesinambungan. Salah satunya dengan hadirnya inovasi pembayaran *nontunai* atau pembayaran elektronik. Masyarakat saat ini dengan mudahnya mengakses pembayaran *nontunai* atau *e-payment* dalam melakukan transaksi. Beberapa tahun ini, *e-payment* semakin mudah ditemukan di Indonesia yang dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan pembayaran secara efektif dan efisien dibanding dengan transaksi tunai.

Selain pembayaran yang memiliki inovasi baru, PT. Pertamina mulai berinovasi bagi kemajuan perusahaan. Salah satunya adalah dengan menghadirkan aplikasi dengan nama MyPertamina pada 7 Agustus 2017. Kendati sudah rilis di PlayStore sejak Agustus 2017, MyPertamina masih terbilang minim pengguna dan fitur yang diberikan masih terbilang kurang bagus. Melalui PlayStore, para pengguna membanjiri aplikasi MyPertamina dengan rating dan review yang kurang baik. Tercatat pada Maret 2023, MyPertamina hanya mendapatkan Rating 3,0 bintang dari 5 bintang (dari total 318.175 review). Rating ini terbilang rendah disbanding aplikasi yang telah rilis di PlayStore.

Fenomena-fenomena yang terjadi pada aplikasi MyPertamina berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti, diantaranya *review* yang kurang baik diberikan para pengguna yang menyatakan penggunaan aplikasi yang kurang baik, *rating* yang terbilang rendah, dan fitur *log in* yang rusak membuat para pengguna harus masuk kembali dalam jangka waktu tertentu. Fenomena ini didukung oleh beberapa indikator yang dinyatakan oleh Noviarni (2017), yaitu perspektif *Technology Acceptable Model* terdiri dari perspektif kemudahan pengguna dan perspektif kegunaan. Dari kedua perspektif, keduanya mendukung fenomena yang terjadi pada aplikasi MyPertamina. Pertama, rumitnya fitur *log in* MyPertamina yang membuat pengguna merasa kesusahan, lalu pro kontra penggunaan telepon

seluler di area pom BBM dan *review* serta *rating* dari para pengguna MyPertamina yang mengungkapkan kekecewaan atas kurang baiknya eksekusi teknologi dari MyPertamina.

Noviarni (2017) menyatakan bahwa metode *Technology Acceptable Model* merupakan metode landasan untuk memahami sikap dan perilaku para pengguna teknologi. Selain dapat memahami sikap dan perilaku, aplikasi dari teori ini sederhana sehingga teori *Technology Acceptable Model* paling banyak digunakan untuk memperkirakan perilaku para pengguna aplikasi. Menurut Noviarni (2017), perspektif kegunaan dan perspektif kemudahan pengguna memiliki beberapa indikator penting terhadap *Technology Acceptable Model*, yaitu :

- a. *Work more quickly* (Membantu pekerjaan lebih cepat)
- b. *Makes job easier* (Membuat pekerjaan lebih mudah)
- c. *Usefull* (Memiliki Manfaat)
- d. *Increase Productivity* (Meningkatkan produktivitas)
- e. *Enchance Effectiveness* (Meningkatkan efektivitas)
- f. *Improve job performance* (Membuat kinerja berkembang)
- g. *Easy of learn* (Mudah dipelajari)
- h. *Controlable* (Dapat Dikontrol atau kendalikan)
- i. *Clear and Understandable* (Dapat dipahami)
- j. *Flexible* (Fleksibel)
- k. *Easy to become skillful* (Mudah menjadi mahir)
- l. *Easy to use* (Mudah digunakan)

Menurut Harianto (2020), *online costumer review* merupakan bentuk pemasaran dari mulut ke mulut secara elektronik dan dapat dilihat sebagai metode komunikasi pemasaran terbaru yang dapat berperan mempengaruhi seseorang dalam menggunakan teknologi. *Review* sendiri memiliki beberapa indikator yang mempengaruhi seseorang dalam memberi *review*, yaitu :

- a. Perspektif kemudahan pengguna
- b. Sumber yang kredibilitas tinggi
- c. Kualitas argument
- d. Valensi
- e. Jumlah *review*

Selain *review*, *rating* merupakan bagian penting dan tidak terpisahkan dari *review* itu sendiri. *Rating* menurut Ichsan (2018) merupakan skala penilaian dalam bentuk jumlah atau angka antara 1-5 yang diberikan seseorang kepada suatu produk atau aplikasi secara *online*. Sebagian besar aplikasi yang terdaftar saat ini sering mencantumkan bagian *rating* dan *review* secara bersamaan. Artinya, *review* dan *rating* merupakan satu bagian dari penilaian seorang pengguna aplikasi atau produk terhadap bentuk kepuasan pelanggan suatu produk. *Rating* sendiri memiliki beberapa indikator menurut Auliya (2017), yaitu:

- a. Jumlah *rating*
- b. Penilaian kualitas produk dan layanan

Menurut Irawan (2021), kepuasan pelanggan merupakan sebuah bentuk emosi para pengguna sebagai respon dari produk atau aplikasi yang telah digunakan. Selain itu, melalui *review* dan *rating*, pelanggan dapat mengekspresikan perasaan atau emosinya terhadap rasa puas yang telah didapatkan melalui penggunaan suatu produk atau aplikasi. Dalam menentukan kepuasan seorang pengguna, terdapat beberapa faktor yang perlu diperhatikan, yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosi, harga dan biaya. Selain itu, terdapat beberapa indikator yang harus diperhatikan dari para pemilik produk atau suatu aplikasi, yaitu :

- a. Sesuai dengan harapan
- b. Minat menggunakan atau mengunjungi aplikasi kembali
- c. Ketersediaan merekomendasi.

Metode

Metode pada penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik sampling *purposive*. Dengan teknik sampel ini, peneliti dapat menghitung sampel yang dibutuhkan dengan syarat responden telah menggunakan MyPertamina. Dari total 2.872.000 populasi, peneliti mendapatkan 100 responden dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat untuk mendapatkan data primer.

Berdasarkan tujuan penelitian, peneliti menggunakan alat analisis data, yaitu uji regresi linear berganda dan uji hipotesis. Dalam penelitian ini, variabel bebas (X) terdiri dari variabel *Technology Acceptable Model* (X1) dan *Online Customer Review and Rating* (X2). Sedangkan variabel terikat (Y), yaitu Kepuasan Pelanggan. Tahapan dalam analisis penelitian ini, yaitu Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian diketahui bahwa seluruh butir pernyataan yang ada pada kuesioner memiliki koefisien korelasi lebih besar dari r tabel (nilai r tabel untuk N = 100 dengan tingkat signifikansi 5% adalah 0,1966). Dengan demikian, seluruh butir pernyataan yang dilampirkan dalam kuesioner dapat dinyatakan valid. Kemudian dari hasil uji reliabilitas, diketahui bahwa seluruh variabel memiliki *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,70, sehingga semua variabel dinyatakan reliabel. Dengan hasil *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari 0,70, maka secara keseluruhan variabel penelitian dinyatakan reliabel.

Tabel 1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <i>a,b</i>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,89426337
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,054
	Negative	-,087
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,062 ^c

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa uji normalitas dengan menggunakan *Kolmogorov-Smirnov Test* hanya dengan melihat Asymp. Sig. (2-tailed) pada output SPSS. Dapat terlihat bahwa data Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,062 > 0,05 (5%), sehingga data pada penelitian ini berdistribusi normal.

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,797	1,353			
TAM	,307	,051	,573	,446	2,244
Review and Rating	,245	,091	,257	,446	2,244

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel 4.30 diatas bahwa uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai Tolerance dan VIF diatas. Dapat terlihat bahwa Tolerance 0,446 > 0,10 dan nilai VIF 2,244 < 10, sehingga data pada penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 3. Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
l(Constant)	5,405	,800		6,757	,000
<i>Technology Acceptable Model</i>	-,033	,030	-,149	-1,116	,267
<i>Online Costumer Review and Rating</i>	-,141	,054	-,354	-2,643	,010

Sumber : Data diolah (2023)

Dari tabel diatas bahwa uji heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai signifikan. Dapat dilihat bahwa nilai signifikan *Technology Acceptable Model*, yaitu $0,267 > 0,05$, sedangkan *Online Costumer Review and Rating* $0,010 > 0,05$, sehingga data pada penelitian ini tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
l (<i>Constant</i>)	2,797	1,353		2,068	,041
<i>Technology Acceptable Model</i>	,307	,051	,573	6,054	,000
<i>Online Costumer Review and Rating</i>	,245	,091	,257	2,712	,008

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,783a	,613	,605	1,914

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan data *output* SPSS pada tabel di atas diperoleh data koefisien korelasi (R) sebesar 0,783 atau 78% yang berarti tingkat korelasi antara variabel *technology acceptable model* dan *online costumer review and rating* terhadap kepuasan pelanggan pengguna MyPertamina termasuk pada tingkat hubungan yang kuat (0,600 – 0,799). Dalam *output* SPSS pada tabel diatas, nilai koefisien determinasi (R²) terdapat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam penelitian ini adalah sebesar 61%. Sedangkan, 39% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel penelitian ini.

Tabel 6. Hasil Uji F

Tabel Anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	562,555	2	281,277	76,805	,000b
	Residual	355,235	97	3,662		
	Total	917,790	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN

b. Predictors: (Constant), Online Costumer Review and Rating, TAM

Sumber : Data diolah (2023)

Tabel 7. Hasil Uji t

Tabel Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,797	1,353		2,068	,041
	TAM	,307	,051	,573	6,054	,000
	ONLINE	,245	,091	,257	2,712	,008

Sumber : Data diolah (2023)

Uji F digunakan untuk menguji apakah perubahan variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terkait, yakni dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan tingkat signifikansi 5%. Berdasarkan perhitungan F tabel diperoleh hasil sebesar 3,09, sedangkan F hitung sebesar 76,805. Terlihat

bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan tingkat signifikansi berada di hasil $0,00 < 0,05$. Dengan demikian, hasil diatas menunjukkan bahwa *technology acceptable model* dan *online costumer review and rating* menunjukkan secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna MyPertamina, sehingga dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Uji parsial dilakukan untuk dapat menganalisis pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, yang dimana t_{hitung} dari *technology acceptable model* dan *online costumer review and rating* lebih besar daripada t_{tabel} . Variabel *technology acceptable model* memiliki t_{hitung} sebesar 6,054 yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,985. Variabel *online costumer review and rating* memiliki t_{hitung} sebesar 2,712, lebih besar dari t_{tabel} . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna MyPertamina, sehingga dapat dinyatakan hipotesis 2 dan 3 dinyatakan H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dari kedua variabel bebas, variabel yang memiliki pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah *technology acceptable model* dengan nilai 0,307, sedangkan nilai *online costumer review and rating* memiliki nilai 0,245. Dengan demikian, *technology acceptable model* merupakan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pengguna MyPertamina.

Simpulan

Berdasarkan hasil penghitungan uji F, dapat dilihat bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga H_1 yang diketahui bahwa variabel *technology acceptable model* dan *online costumer review and rating* secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna MyPertamina diterima. Berdasarkan uji t dari variabel *technology acceptable model* dan *online costumer review and rating* diketahui bahwa kedua variabel secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna MyPertamina. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan indikator yang terdapat pada *technology acceptable model* dan *online costumer review and rating*. Bagi peneliti selanjutnya, variabel dependen lain dapat diambil untuk menguji objek ini, antara lain *brand awareness* dan Promosi.

Daftar Pustaka

- Sugiyono (2018). Metode Penelitian Kuantitatif Cetak Pertama. Bandung:Alfabeta
- Ghozali, Imam. (2018). Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Semarang Yoga Pratama
- Jogiyanto (2008). Metodologi penelitian Sistem Informasi. Yogyakarta :Andi
- Agustina dkk., (2018). Online Review : Indikator Penilaian Kredibilitas Online dalam Platform E-Commerce. Jurnal Ilmu Komunikasi, 15(2), 141-154.
- Firladi I. (2017). Pengaruh Prinsip *Technology Acceptable Model* Pada Aplikasi GOJEK Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada pengguna GOJEK di kota Malang).
- Hartatik S. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Online Costumer Rating Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi kasus pada pengguna Tokopedia di Kecamatan Medan Johor).
- Rahman A. (2022). Analisis Kepuasan Pengguna Terhadap Penerapan Aplikasi GOJEK dengan menggunakan Metode TAM (Technology Acceptable Model).