

## Analisis Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Sosial Media Instagram Pada Akun @bbtbnbromotenggersemeru

**Ryan Gerry Patalo<sup>1</sup>, Ike Kusdyah Rachmawati<sup>2\*</sup>, Stella Alvianna<sup>3</sup>, Syarif Hidayatullah<sup>4</sup>**  
<sup>1,3,4</sup>) Universitas Merdeka Malang  
<sup>2</sup>) Institut Teknologi dan Bisnis Asia Malang  
 \*ikekusdyah@gmail.com

### Abstract

*Factors that can affect the satisfaction of social media users in the form of Instagram became the purpose of this study. By analyzing the quality of the system and the quality of information that becomes variable and its influence on the satisfaction of Instagram social media users. The object of this study is the official Instagram social media account of Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru @bbtbnbromotenggersemeru. Novelty of this study with previous research is not only researching the quality of information, but adding variable quality system of Instagram to be researched the effect on the satisfaction of Instagram social media users. The number of samples taken was 398 people, and the results of the analysis showed the quality of the system and the quality of information influenced the satisfaction of Instagram social media users.*

*Keywords : System Quality, Information Quality, User Satisfaction, Instagram*

## PENDAHULUAN

Sektor pariwisata telah menjadi sektor yang sangat berpengaruh terhadap pendapatan Negara. Pengaruh sektor pariwisata terlihat dari urutannya yang senantiasa menempati posisi teratas sebagai penghasil devisa Negara. Awal tahun 2020 menjadi masa yang cukup memberikan pengaruh terhadap pendapatan dari sektor pariwisata. Sejak menyebarnya virus Covid-19 di berbagai Negara terlebih saat Indonesia juga terdampak, menjadikan perjalanan ke Indonesia berkurang dari tahun-tahun sebelumnya, banyak negara yang melakukan pembatasan kunjungan ke Indonesia yang berimbas pada jumlah kunjungan wisatawan yang menurun signifikan.

Pada masa serba terbatas karena pandemi, setiap calon wisatawan membutuhkan sistem informasi yang cepat dan tepat. Sistem informasi yang dimaksud adalah sistem informasi yang paling *update* baik dari sisi konten, berita maupun tampilan sehingga para calon wisatawan dengan mudah mengakses berita-berita yang disampaikan secara *online* yang nantinya akan memengaruhi kepuasan wisatawan (Zharfaningrum et al., 2020). Informasi tersebut dapat diakses melalui sistem informasi sosial media.

*Website* dan berbagai media sosial merupakan sistem informasi pariwisata dan sebagai alat pemasaran destinasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna berupa kebiasaan untuk membandingkan berbagai hal sebelum memutuskan suatu destinasi sebagai tujuan kunjungan. Sebagai sistem informasi pariwisata, *website* dan media sosial diharapkan mampu memenuhi dimensi-dimensi sistem informasi diantaranya kualitas sistem yang dapat dengan mudah diakses dan kualitas informasi yang akurat sehingga menciptakan kepuasan pada penggunaannya dan akhirnya dapat memberikan manfaat.

*Instagram* saat ini merupakan salah satu media sosial yang tumbuh dengan cepat, salah satu keunggulan *Instagram* tersebut adalah cara penggunaan yang mudah dengan menekankan pada bentuk visual atau gambar, adanya fitur *hashtag* yang mempermudah pencarian dan fitur *highlight* yang dapat menonjolkan suatu postingan. Selain itu, *create content* untuk *Instagram* lebih mudah sehingga admin bisa dengan maksimal



mengunggah konten yang materinya telah dipersiapkan. Sifat media sosial Instagram yang *real time*, menekankan pada visual, fitur yang variatif, mudah digunakan dan efisien membuat sistem informasi ini menjadi alat untuk pengoptimalan strategi penyampaian informasi dan kegiatan pemasaran pariwisata yang dilakukan oleh objek destinasi wisata.

Saat ini pemerintah menerapkan promosi setiap daya tarik wisata di Indonesia menggunakan sistem informasi berbasis media sosial. Maka dari itu setiap program yang dicanangkan akan diunggah melalui media sosial dengan tujuan menjadikan setiap pengguna dalam hal ini merupakan calon wisatawan terbantu dalam menentukan tempat wisata yang meraka inginkan.

Perkembangan teknologi di era sekarang begitu cepat mengakibatkan banyak sekali bermunculan berbagai media sosial. Teknologi pada saat ini menjadi salah satu pendukung untuk mempermudah kegiatan seseorang, dengan adanya media sosial sebagai sistem informasi (Sopalatu et al., 2021).

Melalui akun *Instagram @bbtnbromotenggersemeru* maka berbagai potensi wisata di Bromo Tengger Semeru dapat dijelajahi (*explore*) dan diharapkan berdampak pada manfaat yang didapatkan untuk industri kepariwisataan khususnya pada tingkat kunjungan wisatawan yang berakhir pada peningkatan pendapatan baik dari devisa maupun pengeluaran wisatawan untuk perjalanannya pada sektor pendukung pariwisata. Pengelola akun *Instagram @bbtnbromotenggersemeru* juga membuka peluang bagi para pengguna *Instagram* dan *followernya* untuk berkomentar terhadap konten yang dibagikan di *Instagram*, sehingga proses komunikasi menjadi timbal balik, bukan hanya satu arah. Proses interaksi inilah yang penting dalam penggunaan *Instagram*. Pemanfaatan *Instagram* sebagai sistem informasi pariwisata pada akun *@bbtnbromotenggersemeru* diharapkan berjalan dengan baik dan memenuhi dimensi-dimensi sistem informasi sehingga konten yang hendak disampaikan dapat memberikan kepuasan pada para pengguna *Instagram*, khususnya *followers* akun tersebut. Sebagai sistem informasi, *Instagram* memiliki beberapa fitur yang cukup diunggulkan jika dibandingkan dengan media sosial lainnya. Fitur *Instagram* tersebut yaitu *Sharing*, *Hashtag*, *Repost*, *Worldcam*, *Searchstagram*, *Findergram*, *Geolocation*, dan *Instastory*. Berbagai fitur tersebut dapat digunakan secara maksimal untuk menyampaikan konten yang telah direncanakan.

## KAJIAN LITERATUR

### Kualitas Sistem

Kualitas sistem menurut Chen (2010:310): “Kualitas sistem merupakan suatu ukuran pengolahan sistem itu sendiri”. Adapun indikator dari Kualitas Sistem menurut Jogiyanto (2007:13), yaitu: 1. *Reliability* (Reliabilitas Sistem), mengukur keandalan atas sistem yang dioperasikan. 2. *Flexibility* (Fleksibilitas), sistem yang dapat menyesuaikan dengan berbagai kebutuhan pengguna dan pada kondisi yang berubah-ubah. 3. *Response Time* (Kecepatan akses), kecepatan akses merupakan salah satu indikator kualitas sistem informasi. Diukur melalui kecepatan pemrosesan, dan waktu respon. Selain itu, 4. Kemudahan untuk digunakan (*Ease of Use*). Selain itu, dalam penelitian Hidayatullah, dkk (2020:47) mengukur kualitas sistem dengan indikator berikut: 1. Mudah dipelajari 2. Mudah di akses 3. Terkoneksi dengan cepat dan 4. Dapat diandalkan.

Performa dari sistem (aplikasi *Instagram*), yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, prosedur dari sistem (aplikasi *Instagram*) dapat menyediakan informasi kebutuhan pengguna, dalam hal ini *Instagram @bbtnbromotenggersemeru* mudah dipelajari, mudah digunakan, handal dan proses

muat/loading cepat. Indikator yang digunakan *Easy to learn, Easy of use, Response Time, System Reliability*.

Penelitian tentang kedudukan variabel kualitas sistem terhadap variabel lain khususnya variabel kepuasan pengguna pernah dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya. Dimensi kualitas sistem dengan indikator *Easy to learn, Easy of use, Response Time* dan *System Reliability* (Hidayatullah dkk, 2020; Jogiyanto, 2007) telah dilakukan penelitian empiris. Pada penelitian empiris oleh Tona, Carlsson & Eom (2012) dan Livari (2005) bahwa ada pengaruh yang positif pada kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna, selain itu kualitas sistem juga berpengaruh positif pada *net benefit* yang ditemukan pada penelitian Kutlu & Alkaya (2015). Pada penelitian ini mengadaptasi hubungan variabel tersebut untuk mengukur kualitas sistem terhadap kepuasan pengguna Instagram @bbtnbromotenggersemeru.

### **Kualitas Informasi**

Kualitas informasi menurut McLeod dan Schell (2007:46): “Informasi dikatakan berkualitas apabila memiliki ciri-ciri yaitu seperti: Akurat, relevan, tepat waktu, dan lengkap”. Sementara Hidayatullah dkk (2020:47) menggunakan beberapa indikator untuk mengukur kualitas informasi yaitu: 1. Informasi penggunaan lengkap 2. Aplikasi mudah dipahami 3. Informasi yang ada akurat dan 4. Informasi sudah sesuai kebutuhan. Proses, keberlangsungan, dan hasil informasi yang disampaikan dapat memenuhi standar kebutuhan pengguna baik dari segi kesiapan dan kelengkapan informasi (*completeness*), penyampaian informasi mudah dimengerti (*easy understanding*) ketepatan waktu (*timeliness*) informasi sesuai dengan kondisi eksisting, keakuratan informasi (*accuracy*) dan relevansi informasi (*relevance*) menjadi indikator dari kualitas informasi.

Dimensi kualitas informasi setidaknya harus memenuhi beberapa indikator yakni *Easy understanding, Accuracy, Completeness* dan *Relevance* (Hidayatullah dkk, 2020; McLeod & Schell, 2007; Dwivedi et al, 2012). Dimensi tersebut juga telah dilakukan penelitian empiris oleh Mardiana et al (2015) dan Isfahani & Rizi (2020) bahwa terdapat pengaruh yang positif dengan kepuasan pengguna dan juga hubungan positif dengan *net benefit* (Kutlu & Alkaya, 2015; Wang dan Liao, 2008). Pada penelitian ini mengadaptasi hubungan variabel tersebut untuk mengukur kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna Instagram @bbtnbromotenggersemeru.

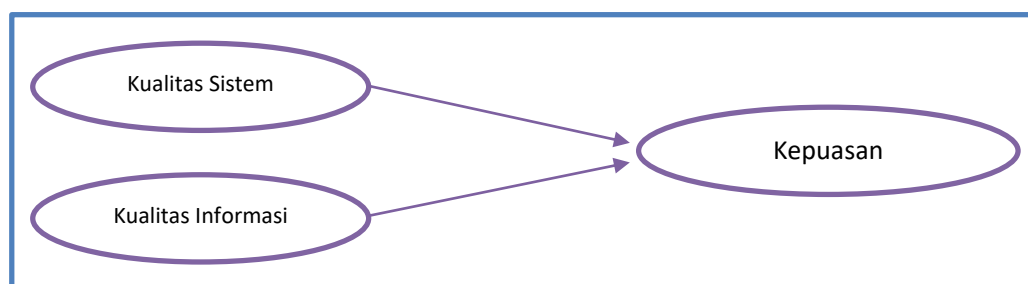
### **Kepuasan Pengguna**

Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dihasilkan dari kinerja produk/*outcome* suatu perusahaan yang berkaitan dengan harapan pelanggan (Kotler, 2012:128). Jogiyanto (2007:23) menyebutkan bahwa: “Kepuasan pemakai (*user satisfaction*) adalah respon pemakai terhadap penggunaan keluaran sistem informasi.” Keberhasilan Dimensi kepuasan pengguna merupakan tingkat pengguna kepuasan saat menggunakan sistem informasi. Hal ini dianggap sebagai salah satu langkah yang paling penting dari model IS sukses. Kepuasan pengguna sistem informasi dapat dinilai dengan menggunakan kriteria: *adequacy, effectiveness, efficiency, overall satisfaction* (Seddon dan Kiew, 1994); *enjoyment, information satisfaction, system satisfaction* (Gable et al., 2008).

DeLone dan McLean (2003) juga mengungkapkan indikator untuk mengukur kepuasan pengguna (*user*) yaitu sebagai berikut: 1. *Content* adalah kepuasan pengguna dilihat dari isi. Isi biasanya berupa fungsi dan modul yang digunakan oleh pengguna dan juga informasi yang dihasilkan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. 2. *Accuracy*

adalah kepuasan pengguna dari keakuratan data ketika menerima input kemudian mengolahnya menjadi informasi. 3. *Format* adalah kepuasan pengguna dilihat dari *output* yang dihasilkan. 4. *Ease of use* adalah kepuasan pengguna dari sisi kemudahan pengguna dalam menggunakan sistem seperti proses memasukan data, mengolah data, dan mencari informasi yang dibutuhkan. 5. *Timeliness* adalah kepuasan pengguna dari sisi ketepatan waktu sistem dalam menyajikan atau menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.

Dimensi kepuasan pengguna dengan indikator: *Overall Satisfaction*, *Enjoyment* dan *Content* (Seddon & Kiew, 1994; Gable et al, 2008; DeLone & McLean, 2003). Dimensi tersebut juga telah dilakukan penelitian empiris terhadap *net benefit* dengan indikator: *Cost reduction*, *Usefulness* dan *Decision effectiveness* (Almutairi & Subramanian, 2005; Livari, 2005); Gable et al, 2003) dan ditemukan hubungan yang positif antar variabel tersebut (Masrek et al, 2010; Stefanovic et al, 2016). Penelitian ini mengadaptasi hubungan variabel tersebut untuk mengukur hubungan antara variabel kepuasan pengguna pada Instagram @bbtnbromotenggersemeru.



**Gambar 1. Model Penelitian yang diusulkan**

Berdasarkan teori, hasil penelitian terdahulu yang relevan yang dikembangkan dalam kerangka teoritis, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

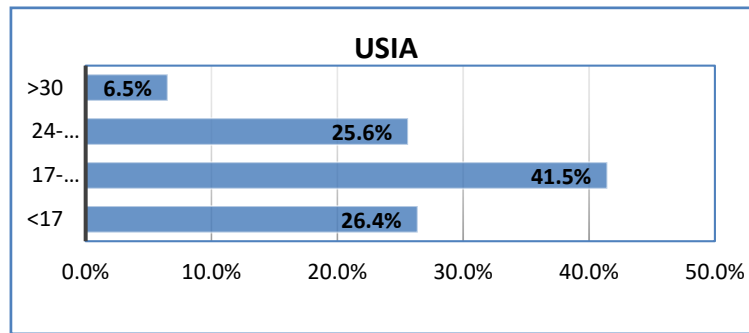
**H<sub>1</sub> : Kualitas Sistem berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna**

**H<sub>2</sub> : Kualitas Informasi berpengaruh terhadap Kepuasan Pengguna**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini untuk menganalisis pengaruh kualitas sistem, kualitas informasi terhadap kepuasan pengguna menggunakan metode dan pendekatan analisis kuantitatif deskriptif dengan sumber data yang diperoleh dari instrumen berupa kuesioner *online* yang dikembangkan dari variabel atau indikator dengan skala likert 1 sampai dengan 4 dan menggunakan jenis data yang bersifat interval. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* yakni *purposive sample* pada 398 sampel dari populasi pengguna instagram aktif yang mengakses instagram @bbtnbromotenggersemeru pada masa normal baru Covid-19 yang didapatkan dengan bantuan rumus slovin dan penelitian ini bersifat *explanatory research*.

Penelitian *explanatory research* merupakan penelitian yang menjelaskan hubungan antara variabel-variabel penelitian dan pengujian hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya (Singarimbun & Effendi, 1995:5; Sugiyono, 2013:6). Sedangkan penelitian *explanatory research* menurut Supriyanto dan Vivin (2013) adalah pengujian hipotesis antar variabel yang dihipotesiskan. Hipotesis tersebut menggambarkan hubungan antara dua variabel, apakah variabel tersebut berasosiasi ataukah tidak dengan variabel lainnya atau apakah satu variabel dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya.



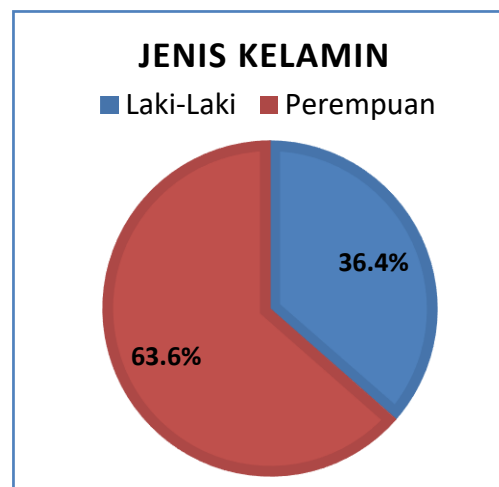
**Gambar 2. Usia Responden**

Sumber: data primer (diolah), 2021

Populasi penelitian dalam penelitian merupakan pengikut akun resmi Instagram Balai Besar Taman Nasional Bromo Tengger Semeru @bbtnbromotenggersemeru sebanyak 78.600, sedangkan jumlah sampel diambil dari populasi dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5%. Penentuan ukuran sampel responden menggunakan rumus Slovin. Berdasarkan rumus slovin dengan nilai kritis sebesar 5% dibutuhkan besaran sampel sejumlah 397,97. Jumlah responden merupakan variabel diskret, maka jumlah 397,97 dibulatkan menjadi 398 responden. Data yang terkumpul, selanjutnya dianalisis menggunakan program SPSS ver. 26.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Responden

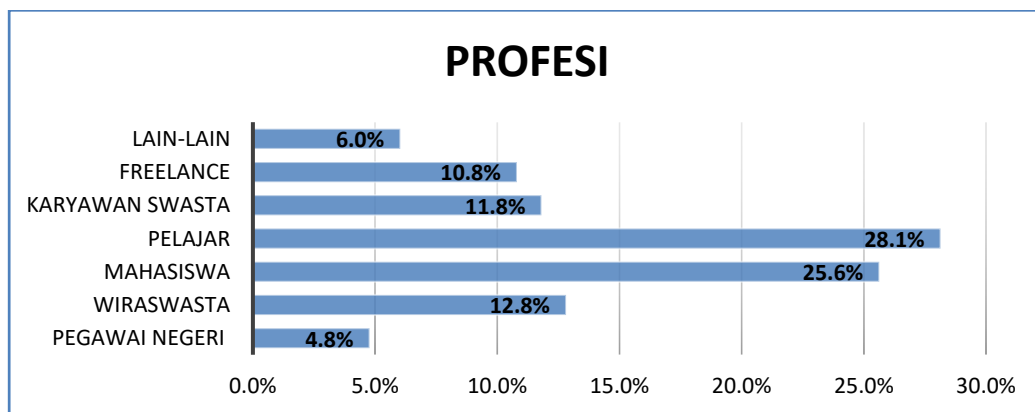


**Gambar 2. Jenis Kelamin Responden**

Sumber: data primer (diolah), 2021

Responden dalam penelitian ini didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 63,6%, sedangkan sisanya 36,4% merupakan responden berjenis kelamin laki-laki.

Sebaran responden berdasarkan usia, tertinggi berada pada usia 17 – 23 sebesar 41,5%, kedua berada di usia kurang dari 17 tahun sebesar 26,4%, ketiga usia responden 24 – 30 tahun sebesar 25,6%, dan yang paling sedikit ialah responden dengan usia lebih dari 30 tahun sebesar 6,5%. Pengguna atau orang yang mengakses Instagram @bbtnbromotenggersemeru terbanyak pertama dan kedua adalah pada usia berkisar 17-23 tahun dan <17 tahun. Hal ini bisa disebabkan karena usia ini merupakan usia para generasi *millennial* yang saat ini paling aktif sebagai pengguna jejaring internet. Hal ini menjelaskan jika usia dibawah 30 tahun adalah usia yang produktif dalam melakukan berbagai aktivitas termasuk untuk berwisata melakukan perjalanan dari yang terdekat hingga perjalanan yang cukup jauh sehingga sebelum melakukan perjalanan perlu melakukan pencarian informasi terkait destinasi yang akan dikunjungi, terlebih pada masa pandemi Covid-19 yang masih aktif dengan pemberlakuan pembatasan, informasi sebelum melakukan kunjungan wisata sangat dibutuhkan.

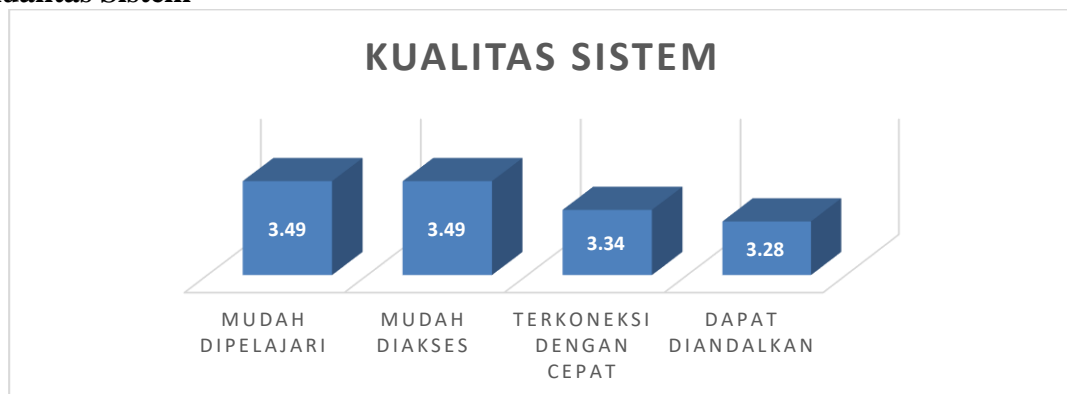


**Gambar 4. Profesi Responden**

Sumber: data primer (diolah), 2021

Responden yang mengakses Instagram @bbtnbromotenggersemeru terbanyak pertama dan kedua adalah pelajar kemudian disusul mahasiswa. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa mahasiswa/pelajar adalah pengguna sistem informasi potensial dan diharapkan dengan informasi yang didapatkan, akhirnya dapat diteruskan kepada pengguna lain dan juga akhirnya dapat berkunjung ke destinasi atau *event* yang diposting.

### Kualitas Sistem



**Gambar 5. Deskripsi Kualitas Sistem Berdasarkan Indikatornya**

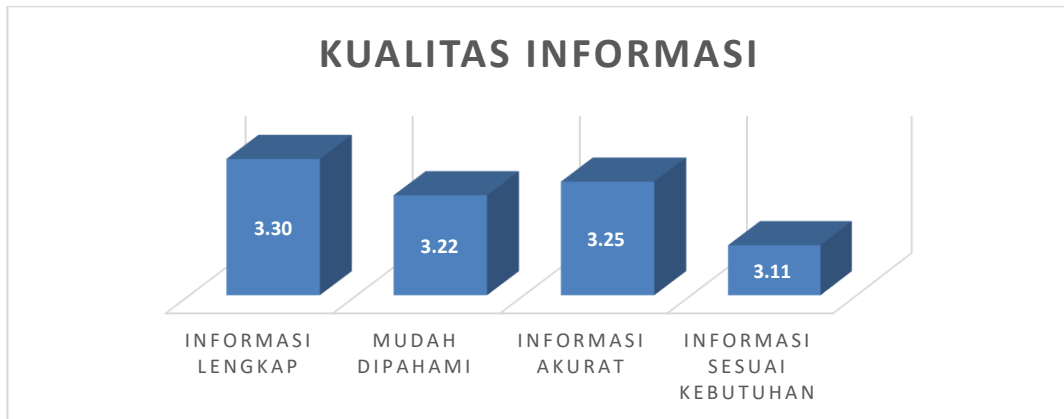
Sumber: data primer (diolah), 2021





Kualitas sistem, Performa dari sistem (aplikasi Instagram), yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, prosedur dari sistem (aplikasi Instagram) dapat menyediakan informasi kebutuhan pengguna. Hal ini dibuktikan berdasarkan nilai mean total sebesar 3,42 berarti bahwa responden yakni pengguna Instagram @bbtbnbromotenggersemeru cenderung setuju dengan indikator-indikator variabel ini.

### Kualitas Informasi

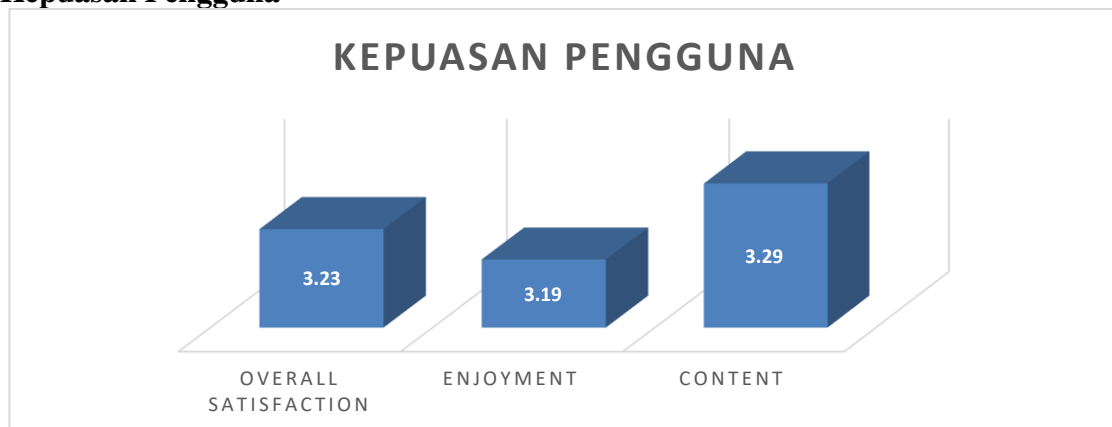


**Gambar 6. Deskripsi Kualitas Informasi Berdasarkan Indikatornya**

Sumber: data primer (diolah), 2021

Kualitas informasi, proses atau keberlangsungan dan hasil informasi yang disampaikan dapat memenuhi standar kebutuhan pengguna baik dari segi kesiapan dan kelengkapan informasi (*completeness*), penyampaian informasi mudah dimengerti (*easy understanding*) ketepatan waktu (*timeliness*), keakuratan informasi (*accuracy*) dan relevan (*relevance*). Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan dengan kriteria baik terhadap variabel kualitas informasi. Hal ini dibuktikan berdasarkan nilai mean total sebesar 3,22 berarti bahwa responden yakni pengguna Instagram @bbtbnbromotenggersemeru cenderung setuju dengan indikator-indikator variabel ini.

### Kepuasan Pengguna



**Gambar 7. Deskripsi Kepuasan Pengguna Berdasarkan Indikatornya**

Sumber: data primer (diolah), 2021



Kepuasan Pengguna merupakan respon dan umpan balik yang dimunculkan pengguna setelah memakai sistem informasi (aplikasi instagram). Hasil tanggapan responden menunjukkan bahwa responden memberikan tanggapan dengan kriteria baik terhadap variabel kepuasan pengguna (Y1). Hal ini dibuktikan berdasarkan nilai mean total sebesar 3,24 berarti bahwa responden yakni pengguna Instagram @bbtbnbromotenggersemeru cenderung setuju dengan indikator-indikator variabel ini.

### Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

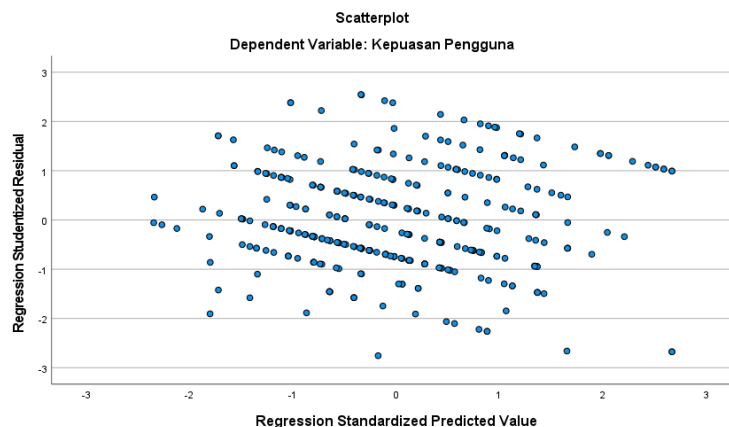
Tabel 1. Uji Multikolinieritas

Variable	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Sistem	.897	1.115	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Informasi	.779	1.284	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: data primer (diolah), 2021

Dalam regresi linier berganda diketahui tidak terjadi gejala multikolinieritas setelah dilakukan uji multikolinieritas seperti yang terdapat pada tabel 1 di atas.

### Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas



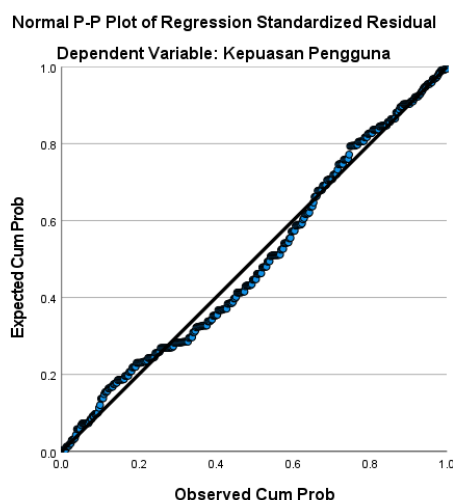
Gambar 8. Uji Heteroskedastisitas

Sumber: data primer (diolah), 2021

Uji heteroskedastisitas pada gambar 8 di atas menunjukkan jika data observasi yang digunakan tidak terjadi problem heteroskedastisitas karena penyebaran titik-titik yang ada menyebar secara sempurna baik di atas maupun di bawah sumbu Y serta pola penyebarannya tidak teratur.



## Uji Asumsi Klasik Normalitas



**Gambar 9. Uji Normalitas**

Sumber: data primer (diolah), 2021

Data dalam penelitian ini berdistribusi secara normal, hal ini dapat dilihat dari norma probability plots dimana titik-titik tersebut mengikuti garis diagonal yang terdapat pada garis kurva normal pada gambar 9 di atas.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Independent variable	$\beta$	Beta	t.count	Sig
Kualitas Sistem	.076	.128	2.591	0,012
Kualitas Informasi	.237	.280	4.651	0.000
<i>Dependent Variabel</i>		Kepuasan Pengguna		
Constant	3.599			
R	.670			
R <sub>2</sub>	.432			
R <sub>2</sub> Adjusted	.406			
F <sub>hitung</sub>	32.919			
Probability	0,000			
<b>Line Equation</b>	$Y = 3.599 + 0,076X_1 + 0,237X_2 + \epsilon$			

Sumber: data primer (diolah), 2021

Persamaan regresi linier berganda yang diperoleh adalah  $Y = 3,599 + 0,076X_1 + 0,237X_2$  dengan nilai R Square-nya (koefisien determinasi) dalam penelitian ini sebesar 0,432. Ini memberikan pengertian bahwa pada saat variabel independennya yang terdiri dari kualitas sistem ( $X_1$ ) dan kualitas informasi ( $X_2$ ) jika bersamaan akan mampu memberikan kontribusi kepuasan pengguna Instagram yang khususnya adalah pengikut akun @bbtbnbromotenggersemeru dengan nilai 43,2%, sehingga dapat dikatakan bahwa kontribusi ini berada dalam kategori sedang.

### Uji Kelayakan Model

Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menagalisis uji model dengan menggunakan nilai standar probabilitas di bawah 0,05. Dari hasil uji F yang dilakukan maka diperoleh nilai probabilitasnya sebesar 0,000 sehingga diperoleh perbandingan ( $0,000 < 0,05$ ), dengan demikian maka model regresi linier yang diestimasi layak untuk digunakan karena derajat signifikansi yang ditentukan lebih besar dari nilai probabilitas yang diperoleh.

### Pembahasan Pengujian Hipotesis

Berdasarkan tabel 2, hasil uji regresi, koefisien beta kualitas sistem diperoleh nilai sebesar 0,128 dengan nilai p sebesar 0,012 lebih kecil dari  $p = 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), Hal ini dapat menjelaskan bahwa kualitas sistem berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian, maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas sistem berpengaruh terhadap kepuasan pengguna secara statistik teruji. Kualitas Sistem, performa dari sistem (aplikasi Instagram), yang merujuk pada seberapa baik kemampuan perangkat keras, perangkat lunak, kebijakan, prosedur dari sistem (aplikasi Instagram) dapat menyediakan informasi kebutuhan pengguna. Kualitas sistem tersebut dibentuk dari kemudahan penggunaan, kecepatan akses, keamanan sistem dan keandalan sistem. Hal utama yang mempengaruhi kualitas sistem Instagram @bbtbnbromotenggersemeru ini adalah kemudahan penggunaan, yakni mudah dipelajari dan mudah digunakan, hal tersebut berdasarkan tanggapan responden yang menganggap kedua indikator tersebut sangat baik dibandingkan dengan indikator lainnya. Hal tersebut tercermin melalui kemudahan sistem diakses atau dioperasikan dengan bantuan berbagai fitur bawaan dan kemudahan sistem untuk dipelajari. Semakin berkualitas sistem Instagram @bbtbnbromotenggersemeru, maka dapat meningkatkan *net benefit* untuk Kemenparekraf. Selain itu, kualitas sistem yang disediakan juga akan meningkatkan perasaan puas para pengguna instagram @bbtbnbromotenggersemeru. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Amelia & Hidayatullah, 2020) dimana media social istagram memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengunjung pada sky lounge restaurant, dan penelitain yang dilakukan oleh (Eman et al., 2021) dimana social media juga memiliki pengaruh terhadap minat orang untuk berkunjung ke Lake Weekuri Sumba Barat. Demikian pula penelitian yang dilakukan oleh (Isman et al., 2020) dimana social media berpengaruh terhadap kunjungan tempat wisata. Selain kualitas sistem dan informasi yang ada, destinasi wisata hendaknya selalu memperhatikan aspek atraksi, aksesibilitas dan amenitas destinasi yang ada, seperti yang disampaikan oleh (Ningtiyas & Alvianna, 2021) (Alvianna et al., 2020) (Alvianna & Alviandra, 2020) dimana hal itu juga dapat meningkatkan kepuasan dari wisatawan yang berkunjung. Kualitas layanan yang baik juga harus diperhatikan dalam pengelolaan destinasi wisata (Alvianna, 2017) (Hidayatullah et al., 2019) (Wibowo et al., 2021). Dalam pengelolaan destinasi juga tidak lepas dari keberadaan kelompok sadar wisata (pokdarwis), sehingga pengelola destinasi juga perlu melakukan kerjasama dengan pokdarwis yang ada di desa setempat (Hidayatullah et al., 2018) (Hidayatullah et al., 2017).

Berdasarkan tabel 2, hasil uji regresi, koefisien beta kualitas informasi diperoleh nilai sebesar 0,280 dengan nilai p sebesar 0,000 lebih kecil dari  $p = 0,05$  ( $\alpha = 5\%$ ), Hal ini dapat menjelaskan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian, maka hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan pengguna secara statistik teruji. Kualitas informasi dibentuk dari proses, keberlangsungan dan hasil informasi yang

disampaikan dapat memenuhi standar kebutuhan pengguna baik dari segi kesiapan dan kelengkapan informasi (*completeness*), penyampaian informasi mudah dimengerti (*easy understanding*) ketepatan waktu dan keakuratan informasi (*accuracy*) dan relevansi informasi (*relevance*). Semakin berkualitas suatu informasi, maka dapat meningkatkan kepuasan pengguna. Hal utama yang memengaruhi kualitas informasi Instagram @bbtbnbromotenggersemeru adalah Informasi yang ada dalam postingan Instagram @bbtbnbromotenggersemeru dinilai responden sangat baik khususnya pada bagian detail informasi yang cukup lengkap dan terdapat daftar momentum yang dijadikan *highlight* sehingga penyampaian kontennya terlihat rapi dan menarik namun tetap lengkap sehingga informasi yang dimaksudkan oleh pemilik Instagram @bbtbnbromotenggersemeru dapat diterima oleh *followers* dan para pengguna Instagram yang mengakses @bbtbnbromotenggersemeru, Selain itu, kualitas informasi yang disediakan juga dapat meningkatkan perasaan puas para pengguna instagram @bbtbnbromotenggersemeru terhadap informasi yang disampaikan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratama, 2021) Dimana kualitas dari sistem memiliki pengaruh terhadap kepuasan orang berkunjung ke Jatim Park 3, sejalan pula dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hidayatullah, Rachmawati, et al., 2020) (Sandrio et al., 2020)(Hidayatullah, Khourouh, et al., 2020) dimana keberadaan sistem informasi khususnya sistem informasi pemasaran sangatlah dibutuhkan dalam pengembangan suatu destinasi wisata.

## KESIMPULAN

Kualitas sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Instagram @bbtbnbromotenggersemeru. Semakin berkualitas sistem Instagram @bbtbnbromotenggersemeru, maka kualitas sistem yang disediakan akan meningkatkan perasaan puas para pengguna instagram @bbtbnbromotenggersemeru. Hal tersebut tercermin melalui kemudahan sistem diakses atau dioperasikan dengan bantuan berbagai fitur bawaan dan kemudahan dari sistem itu untuk dipelajari, selain itu sistem dapat diandalkan dan memiliki respon yang cepat sehingga pengguna akan merasa puas menggunakan sistem.

Kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Instagram @bbtbnbromotenggersemeru. Semakin berkualitas suatu informasi, maka dapat meningkatkan kepuasan pengguna Instagram @bbtbnbromotenggersemeru. Hal tersebut tercermin dari kelengkapan informasi (*completeness*), penyampaian informasi mudah dimengerti (*easy understanding*) ketepatan waktu dan keakuratan informasi (*accuracy*) dan relevansi informasi (*relevance*) yang ada dalam akun Instagram @bbtbnbromotenggersemeru sehingga pengguna merasa puas dalam mengakses informasi yang disampaikan.

## REFERENSI

- Alvianna, S. (2017). ANALISIS PENGARUH HARGA, PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN DI TAMAN WISATA AIR WENDIT KABUPATEN MALANG. *Jurnal Pariwisata Pesona*. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1263>
- Alvianna, S., & Alviandra, R. (2020). *Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang Pengaruh Destinasi Wisata dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Minat*



- Berkunjung Kembali di Kampung Wisata Topeng Malang. December.*
- Alvianna, S., Patalo, R. G., Hidayatullah, S., & Rachmawati, I. K. (2020). *Pengaruh Attraction , Accessibillity , Amenity , Ancillary Terhadap Kepuasan Generasi Millenial Berkunjung ke Tempat Wisata.* 4, 53–59. <https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.41>
- Amelia, R., & Hidayatullah, S. (2020). The Effect of Instagram Engagement to Purchase Intention and Consumers ' Luxury Value Perception as the mediator in the Skylounge Restaurant. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(4), 958–966.
- Eman, E. M., Alvianna, S., Hidayatullah, S., & Lazaruddin, A. (2021). *The Influence of Social Media on Tourists Visiting Lake Weekuri Southwest Sumba.* 6(1), 538–542.
- Hardianti, Hidayatullah, S., & Respati, H. (2021). Implementation of the DeLone and McLean Information System Success Models for Information Systems Based on Social Media. *International Journal of Creative Research Thoughts (IJCRT)*, 9(2), 4361–4368.
- Hidayatullah, S., Khourouh, U., & Windhyastiti, I. (2018). Development of Tourist Village Model Through “Pokdarwis” Empowerment and Information Technology Utilization. *European Journal of Business and Management*, 10(January), 22–28. <https://doi.org/10.7176/ejbm-10-23-12>
- Hidayatullah, S., Khourouh, U., Windhyastiti, I., Patalo, R. G., & Waris, A. (2020). Implementasi Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone And McLean Terhadap Sistem Pembelajaran Berbasis Aplikasi Zoom Di Saat Pandemi Covid-19. *Jurnal Teknologi Dan Manajemen Informatika.* <https://doi.org/10.26905/jtmi.v6i1.4165>
- Hidayatullah, S., Patalo, R. G., Firdianjah, A., Waris, A., Malang, U., & Malang, P. (2019). Pengaruh sistem informasi pemasaran, kualitas pelayanan dan loyalitas terhadap keunggulan bersaing jatim park group. *Senasif, September*, 1652–1660. <https://jurnalfti.unmer.ac.id/index.php/senasif/article/view/226/186>
- Hidayatullah, S., Rachmawati, I. K., Aristanto, E., Waris, A., & Patalo, R. G. (2020). *Peran Sistem Informasi Pemasaran , Kualitas Pelayanan dan Entrepreneurial marketing serta Kepuasan Terhadap Loyalitas Generasi Milenial Berkunjung ke Tempat Wisata.* <https://doi.org/10.32812/jibeka.v14i1.148>
- Hidayatullah, S., Rachmawati, I. K., & Khourouh, U. (2017). *The Effectivity of “ Pokdarwis ” Role on Successfully Marketing of Tourism Village Towards “ Mega Tourism : Batu City For The World .” August*, 978–979.
- Jaafreh, A. B. (2017). Evaluation Information System Success: Applied DeLone and McLean Information System Success Model in Context Banking System in KSA. *International Review of Management and Business Research.*
- James A. O'Brien, & Marakas, G. M. (2017). *MANAGEMENT INFORMATION SYSTEMS Tenth Edition.* In *McGraw-Hill Irwin.*
- Jogiyanto, H. . (2009). sistem teknologi informasi. *Sistem Teknologi Informasi.*
- Laudon, & Laudon. (2013). Management information systems. vol. 6. In *Essentials of MIS: Global Edition, VitalSource for Laureate Education, 10th Edition.* <https://doi.org/10.1590/S1415-65552003000100014>
- Ningtiyas, E. A., & Alvianna, S. (2021). Analisis Pengaruh Attraction, Accessibility, Amenity, Ancillary terhadap Minat Berkunjung Wisatawan melalui Loyalitas Wisatawan sebagai Variabel Mediasi. *Media Wisata*, 19(1), 83–96. <https://doi.org/10.36276/mws.v19i1.69>
- Pratama, B. (2021). *Mediation Effect of Customer Satisfaction from the Relationship*

- between System Quality , Information Quality , and Service Quality towards Interests of Tourist Visiting in East Java Park 3. 6(1), 95–100.*
- Rakhmadian, M., Hidayatullah, S., Respati, H., & Malang, U. M. (2017). Analisis Kualitas Sistem Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pemakai Sistem Informasi Akademik Dosen. *Seminar Nasional Sistem Informasi, September*, 665–675.
- Sandrio, L., Hidayatullah, S., Supriadi, B., & Patalo, R. G. (2020). *Effect Of Tourism Satisfaction As A Mediator Variable Of Images Of Destination And Facilities To Loyalties On Millenial Generation To Visit Bromo Tengger Semeru. 9(05), 183–187.*
- Sopalatu, H., Hidayatullah, S., & Respati, H. (2021). *Tourism Website User Study : Measuring the Impact of System Quality and Information Quality Considering User Satisfaction to Obtain the Net Benefit. 4464(1).* <https://doi.org/10.36349/easjebm.2021.v04i01.004>
- Wibowo, R., Alvianna, S., Hidayatullah, S., Astuti, W., & Setioko, D. (2021). *Analysis of the Influence of Tourist Destinations and Service Quality on Tourist Satisfaction Visiting the Jawa Timur Park in the New Normal Era. 6(1), 295–300.*
- Zharfaningrum, D., Hidayatullah, S., Khourroh, U., Ekonomi, F., & Malang, U. M. (2020). *Determinan Keputusan Pembelian Online di Instagram : Perspektif Promosi , Kemudahan , Kualitas Informasi dan. 7(2).*
- Isman, I., Patalo, R. G., & Pratama, D. E. (2020). *Pengaruh sosial media marketing, ekuitas merek, dan citra destinasi terhadap minat berkunjung ke tempat wisata. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, 7(1), 30-36.*

