

ANALISIS EFEKTIVITAS KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MEDIA SOSIAL FACEBOOK DAN INSTAGRAM (STUDI PADA KONSUMEN PRODUK KOSMETIK

Oleh :

Dwi Sudjanarti

Umi Khabibah

Tri Istining Wardani

Email : dwi.sudjanarti@polinema.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas kualitas informasi dan kepuasan pengguna media sosial Facebook dan Instagram produk kosmetik wardah.

Penelitian ini adalah penelitian komparatif dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei dengan melakukan penyebaran kuesioner. Sampel diambil secara purposive sampling, berjumlah 100 responden. Responden merupakan konsumen dari wardah kosmetik yang aktif menggunakan kedua media sosial yaitu Facebook dan Instagram. Data responden dianalisis dengan menggunakan Independent-test, sedangkan untuk mengetahui tingkat perbandingan kualitas informasi dan kepuasan pengguna media sosial Facebook dan Instagram digunakan Z-Score dengan bantuan Statistical Package for Social Sciences 25 (SPSS 25) for Windows.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna media sosial facebook dan instagram wardah cosmetics. Media sosial instagram wardah cosmetic dinilai lebih efektif dari pada media social facebook.

Kata-kata kunci: Kualitas Informasi, Kepuasan Pengguna, Media Sosial, Facebook, Instagram

Abstract.

This study aims to determine the effectiveness of the quality of information and user satisfaction of social media Facebook and Instagram Wardah cosmetic products.

This research is a comparative research with quantitative approach and survey method by distributing questionnaires. Samples were taken by purposive sampling, totaling 100 respondents. Respondents are consumers of cosmetic wardah who actively use both these social media. Respondents' data were analyzed using the Independent-test, while to find out the level of comparison of the quality of information and satisfaction of Facebook and Instagram social media users, the Z-Score was used with the help of the Statistical Package for Social Sciences 25 (SPSS 25) for Windows.

The results showed that there was a difference between the quality of information and user satisfaction of social media facebook and instagram wardah cosmetics. Wardah cosmetic's Instagram social media is considered more effective than Facebook's social media.

Keywords: Information Quality, User Satisfaction, Social Media, Facebook, instagram

1. Pendahuluan

1.1.Latar Belakang

Dampak perkembangan TIK memberikan kemudahan, kecepatan, dan ketepatan dalam

memperoleh data dan informasi. Selain dampak tersebut, saat ini muncul bisnis yang memungkinkan pelaksanaannya tidak terjadi secara langsung. Penjual dan pembeli atau konsumen

dapat tetap melakukan transaksi tanpa saling bertemu antarmuka atau pergi ke toko. Konsumen melakukan pencarian akan suatu barang atau jasa yang dibutuhkan melalui internet. Media sosial adalah salah satu fitur atau fasilitas internet yang paling sering digunakan oleh pengguna internet saat ini. Banyak media sosial yang ada di internet diantaranya Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, dan LinkedIn. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai wadah untuk berhubungan sosial akan tetapi sudah banyak digunakan juga oleh perusahaan untuk mempromosikan produk-produk yang dijual.

Kepuasan pengguna media sosial tersebut tergantung pada kualitas informasi yang disampaikan. Penggunaan teknologi informasi oleh perusahaan termasuk di dalamnya penggunaan media sosial termasuk Facebook dan Instagram untuk memasarkan produk yang dijual dipengaruhi oleh faktor kualitas informasi yang disajikan dan kepuasan pemakaian oleh penggunanya.

Wardah tergolong dari perusahaan kosmetik yang saat ini sedang berkembang terus melakukan promosi baik melalui media elektronik, surat kabar, maupun media sosial. Media sosial yang digunakan adalah facebook dengan akun Wardah Cosmetics, dan instagram dengan nama akun ig @wardahbeauty. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas kualitas informasi dan kepuasan pengguna media sosial Facebook dan Instagram produk kosmetik wardah.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

- 1) Apakah ada perbedaan antara kualitas informasi produk kosmetik wardah pada media sosial Facebook dengan kualitas informasi produk kosmetik wardah pada media sosial Instagram.
- 2) Apakah ada perbedaan antara kepuasan pengguna Facebook dengan kepuasan pengguna Instagram untuk produk kosmetik wardah?
- 3) Apakah media sosial Instagram @wardahbeauty lebih efektif dibandingkan dengan media sosial Facebook Wardah Cosmetics dalam memberikan informasi produk kosmetik wardah?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini adalah:

- 1) Menganalisis perbedaan antara kualitas informasi menggunakan media sosial Facebook dan Instagram produk kosmetik wardah.
- 2) Menganalisis perbedaan kepuasan pemakaian menggunakan media sosial Facebook dan Instagram produk kosmetik wardah.
- 3) Mengetahui media sosial manakah yang lebih efektif bagi produk kosmetik wardah.

2. Kajian Pustaka

2.1. Model Dasar Kesuksesan Sistem Teknologi Informasi

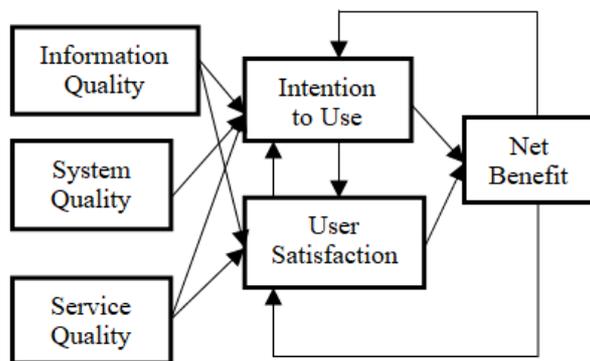
Sistem informasi merupakan seperangkat komponen yang saling berhubungan yang berfungsi mengumpulkan, memproses, menyimpan, dan mendistribusikan informasi untuk mendukung pembuatan keputusan dan pengawasan dalam organisasi (Laudon & Laudon, 2005). Kemudian Bodnard dan Hopwood (2010) menyatakan bahwa sistem informasi berbasis

komputer merupakan sekelompok perangkat keras dan perangkat lunak yang dirancang untuk mengubah data menjadi informasi yang bermanfaat. Penggunaan perangkat keras dan perangkat lunak tersebut dimaksudkan untuk menghasilkan informasi secara cepat dan akurat.

DeLone dan McLean (2003) merefleksikan enam dimensi kesuksesan sistem informasi yang diterapkan di lingkungan e-commerce adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas Sistem (System Quality)
- 2) Kualitas Informasi (Information Quality)
- 3) Kualitas Pelayanan (Service Quality)
- 4) Intensitas Pemakaian (Intention to Use)
- 5) Kepuasan Pengguna (User Satisfaction)
- 6) Manfaat-Manfaat Bersih (Net Benefit)

Model kesuksesan sistem informasi tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model Kesuksesan Sistem Informasi DeLone dan McLean 2003

Sumber: DeLone dan McLean, 2003

2.2. Kualitas Informasi

Menurut DeLone dan McLean (2003) menyatakan bahwa kualitas informasi mengukur kualitas output dari sistem informasi, yaitu kualitas yang dihasilkan oleh sistem informasi, terutama dalam bentuk laporan-laporan

(reports). Kualitas informasi (information quality) adalah karakteristik dari output yang disajikan dalam sebuah sistem informasi yaitu meliputi manajemen laporan dan halaman web (Petter dan Mclean, 2009).

Menurut O'Brien (2006) ada tiga dimensi kualitas informasi yaitu dimensi waktu (time dimension), dimensi konten (content dimension), dan dimensi bentuk (form dimension), sebagai berikut:

1).Time Dimension (dimensi waktu informasi). Informasi dikatakan berkualitas jika memenuhi kriteria sebagai berikut:

a. Currency yaitu informasi yang disampaikan tepat waktu. Informasi yang tersaji cepat akan memuaskan pengguna dan mendukung pengambilan keputusan.

b. Timeliness yaitu informasi tersedia kapanpun user menginginkannya.

c. Frequency yaitu informasi tersedia dalam periode waktu tertentu atau masuk kategori up to date.

2).Content Dimension (dimensi konten informasi), yaitu sebagai berikut:

a. Accuracy, informasi yang tersedia akurat, bebas dari kesalahan sehingga tidak menjerumuskan user dan berakibat salah dalam mengambil keputusan.

b. Relevance, informasi yang tersedia sesuai dengan business core atau kebutuhan user.

c. Conciseness, dimaksudkan informasi yang disajikan ringkas dan padat isinya,

3).Form Dimension (dimensi bentuk informasi), bentuk informasi adalah cara bagaimana informasi tersebut sampai ke user. Informasi dapat disajikan

melalui media-media yang ada seperti televisi, radio, internet dan lain-lain.

2.3. Kepuasan Pengguna

Kepuasan berasal dari bahasa latin yaitu satis yang berarti cukup baik atau memadai dan facio berarti melakukan atau membuat. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Menurut kepuasan pengguna adalah respon pemakai terhadap penggunaan keluaran sistem informasi. Petter, Delone, dan Mclean (2008) mengungkapkan bahwa kepuasan pengguna adalah respon atau perasaan pengguna setelah menggunakan sebuah sistem informasi. Secara keseluruhan kepuasan pengguna terhadap sebuah media dipengaruhi oleh kualitas informasi, kualitas sistem, dan kualitas layanan.

Pengukuran kepuasan dapat diukur dengan berbagai macam cara, DeLone dan McLean (2003) menyebutkan bahwa ada 5 indikator yang dapat digunakan dalam mengukur kepuasan pengguna (user satisfaction) yaitu sebagai berikut:

- 1) Content, yaitu kepuasan pengguna yang dilihat dari isi. Konten/ isi biasanya berupa fungsi dan modul yang digunakan oleh pengguna dan juga informasi yang dihasilkan yang sesuai dengan kebutuhan para penggunanya.
- 2) Accuracy, yaitu kepuasan pengguna yang dilihat dari keakuratan data ketika menerima input kemudian mengolahnya menjadi informasi yang siap disampaikan kepada para pengguna.

3) Format, yaitu kepuasan pengguna yang dilihat dari output yang dihasilkan.

4) Ease of use, yaitu kepuasan pengguna yang dilihat dari kemudahan pengguna dalam menggunakan sistem seperti proses memasukan data, mengolah data, dan mencari informasi yang dibutuhkan.

5) Timeliness adalah kepuasan pengguna yang dilihat dari sisi ketepatan waktu sistem dalam menyajikan dan menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna.

2.4. Facebook

Menurut Rohmadi (2016:42) Facebook (facebook.com) merupakan social media populer dengan kisaran pengunjung unik perbulannya 900.000.000 (eBizMBA Rank September 2015). Awalnya Facebook digunakan sebagai situs pertemanan saja. Namun seiring berjalannya waktu, Facebook juga digunakan untuk kepentingan lain, diantaranya untuk pemasaran online.

2.5. Instagram

Menurut Rohmadi (2016:134) Instagram merupakan salah satu top social media dengan kisaran pengunjung unik per bulan sebesar 100.000.000 (eBizMBA Rank September 2015). Instagram ini berfokus pada berbagi foto dan video durasi pendek

2.6. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara yang akan diuji, berikut hipotesis penelitian:

H1: Ada perbedaan kualitas informasi pada media sosial facebook dengan media sosial instagram.

H2:Ada perbedaan kepuasan pengguna pada media sosial facebook dengan media social instagram.

3. Metodologi Penelitian

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian komparatif. Menurut (Arikunto, 2014: 57) Penelitian komparatif yaitu penelitian yang dasarnya adalah penelitian yang berusaha untuk menemukan persamaan atau perbedaan tentang benda, organisasi, prosedur kerja, ide, dan sebagainya dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan antara dua hal atau lebih. Penelitian ini dilakukan dengan membandingkan kualitas informasi wardah kosmetik pada facebook dan instagram terhadap kepuasan pengguna.

3.2. Populasi dan Sampel

Keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti disebut populasi (Kriyantono, 2010: 149). Populasi pada penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti jumlahnya, karena jumlah pengguna facebook dan instagram yang mengetahui akun wardah cosmetics atau promosi wardah di facebook dan akun @wardahbeauty tidak diketahui jumlahnya.

Menurut Arikunto (2014:174) Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat

menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif atau mewakili (Sugiyono, 2019:127).

Jumlah pengguna facebook dan instagram yang menjadi populasi pada penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, maka rumus yang dibutuhkan untuk mengetahui jumlah sampel adalah menggunakan rumus Lemeshow (dalam Riduwan & Akdon, 2013), yaitu sebagai berikut:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

- n : Jumlah sampel minimal yang diperlukan
- Z α : Nilai standar distribusi sesuai nilai $\alpha = 5\%$
= 1,96
- P : maksimal estimasi =0,5 = 50%
- Q : 1 – P
- L : tingkat ketelitian 10%

Berdasarkan rumus di atas maka jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut: n = 100

3.3. Teknik Sampling

Sugiyono (2019:128), teknik sampling adalah teknik pengambilan sampel. Penentuan sampel yang akan digunakan dalam penelitian adalah Non-Probability Sampling. Teknik non-probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019:131). Sedangkan metode yang digunakan purposive sampling yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Pada penelitian ini setiap variabel diukur dengan indikator-indikator sebagai berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Indikator
Kualitas Informasi (O'Briens, 2006)	<i>Time Dimension</i>
	<i>Content Dimension</i>
	<i>Form Dimension</i>
Kepuasan pengguna (Petter, Delone, dan Mclean, 2008)	<i>Content</i>
	<i>Accuracy</i>
	<i>Format</i>
	<i>Ease of use</i>
	<i>Timeliness</i>

Sumber: Data penelitian diolah (2022)

3.5. Metode Analisis Data

3.5.1. Uji Validitas

Validitas adalah “suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuatu instrumen”. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. (Arikunto, 2014 :144). Perhitungan validitas dilakukan dengan bantuan program spss ver 25 dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai r_{XY} (r hitung) > r tabel, maka item pertanyaan dari kuisioner tersebut dinyatakan alat tes yang valid.
- Jika nilai r_{xy} (r hitung) < r tabel, maka item pertanyaan dari kuisioner tersebut dinyatakan tidak valid.

3.5.2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas “menunjuk pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik”, Arikunto (2014 :154). Pengukuran

reliabilitas instrumen menggunakan rumus Koefisien Alpha Cronbach. Dalam metode pengujian reliabilitas, standar yang digunakan dalam menentukan reliabel dan tidaknya suatu instrumen adalah nilai Alpha Cronbach harus lebih besar dari 0,6 (Sekaran, 2006 :182).

3.5.2. Rata-Rata (Mean)

Menurut Sugiyono (2019:49) mean merupakan teknik penjelasan kelompok yang didasarkan atas nilai rata-rata dari kelompok tersebut. Hal ini dapat dirumuskan seperti rumus berikut:

$$Me = \frac{\sum xi}{n}$$

Di mana :

Me = Mean (rata-rata)

\sum = Epsilon (baca jumlah)

X_i = Nilai x ke i samapai ke n

n = Jumlah individu

3.5.3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah kedua data itu homogen atau tidak, mempunyai varians yang sama atau tidak. Uji homogenitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Levene. Uji Levene (Levene's test) atau lengkapnya Uji Kesamaan Ragam (Levene Test for Equality of Variances) digunakan untuk menguji apakah sampel memiliki variance yang sama, didefinisikan sebagai berikut:

$$W = \frac{(N - k) \sum_{i=1}^k N_i(Z_{i0} - Z_{00})}{(k - 1) \sum_{i=1}^k \sum_{j=1}^{N_i} (Z_{ij} - Z_{j0})}$$

Dimana Z_{ij} dapat memiliki salah satu dari tiga definisi berikut:

- 1) $Z_{ij} = |Y_{ij} - Y_i|$ dimana $Y_{jo} =$ purata (mean) dari subgroup ke-i.
- 2) $Z_{ij} = |Y_{ij} - Y_i|$ dimana $Y_{jo} =$ (median) dari subgroup ke-i.
- 3) $Z_{ij} = |Y_{ij} - Y_i|$ dimana $Y_{jo} =$ 10% trimmed mean dari subgroup ke-i.

Uji tersebut di atas untuk mengetahui uji-dua sampel independen. Pengambilan keputusan berpedoman pada ketentuan berikut. Jika nilai signifikansi $\text{sig} < 0,05$, artinya data tidak memiliki variansi yang homogen (tidak sama) dan jika nilai signifikansi $\text{sig} > 0,05$ berarti data memiliki variansi yang homogen.

3.5.4. Uji t – Dua Sampel Independen

Uji perbandingan (uji t) yaitu uji perbandingan dua sampel digunakan untuk membandingkan (membedakan) apakah kedua data (variabel) tersebut sama atau berbeda. Uji statistik t menggunakan formulasi berikut:

$$t = \frac{X_a - X_b}{\sqrt{\left(\frac{S_a^2}{n_a}\right) + \left(\frac{S_b^2}{n_b}\right)}}$$

Dengan df sebagai berikut:

$$df = \frac{\left[\left(\frac{S_a^2}{n_a}\right) + \left(\frac{S_b^2}{n_b}\right)\right]^2}{\left(\frac{S_a^2}{n_a}\right)^2/(n_a - 1) + \left(\frac{S_b^2}{n_b}\right)^2/(n_b - 1)}$$

Dimana:

- $X_a =$ rata-rata kelompok a
- $X_b =$ rata-rata kelompok b
- $S_g =$ Standar Deviasi gabungan
- $S_a =$ Standar deviasi kelompok a
- $S_b =$ Standar deviasi kelompok b
- $n_a =$ banyaknya sampel di kelompok a
- $n_b =$ banyaknya sampel di kelompok b

Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan

ttabel dengan taraf signifikansi = 5%, dan $df = (n_1 + n_2 - 2)$. Jika $-ttabel \leq thitung \leq ttabel$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak ada perbedaan dari kedua sampel tersebut. Sebaliknya, jika selainnya maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada perbedaan dari kedua sampel tersebut.

3.5.5. Z-Score

Analisa data Z-score menurut Arikunto (2013: 116) “standar Score atau Z-score adalah angka yang menunjukkan perbandingan score seseorang dari mean, sehingga untuk mengetahui Z-score digunakan rumus berikut:

$$Z_1 = \frac{X_1 - X}{SD}$$

Keterangan :

- $X_i =$ Skor mentah
- $X =$ Rata-rata seluruh responden
- $SD =$ Standar deviasi

3.5.6. Tabel Distribusi Frekuensi dan Perbandingan

Tabel distribusi frekuensi merupakan hasil pengelompokan dari Z - score yang telah didapat, dengan mengelompokkan tiap variabel. Dikelompokkan dalam kategori rendah, sedang dan tinggi. Dibuat prosentase dari kelompok tersebut di setiap variabel. Selanjutnya dilakukan interpretasi serta perbandingan antara hasil dari Facebook Wardah Cosmetics dengan hasil dari Instagram @wardahbeauty.

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Uji Validitas

Berdasarkan adalah hasil perhitungan uji validitas menggunakan program SPSS ver 25 for windows diperoleh hasil pada tabel 2 dan tabel 3 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi dan Kepuasan Pengguna *Facebook*

Item	(r_{hitung})	r_{tabel}	Ket.
<i>Time Dimension</i>	.587	0,1966	Valid
<i>Content Dimension</i>	.608	0,1966	Valid
<i>Form Dimension</i>	.563	0,1966	Valid
<i>Content</i>	.344	0,1966	Valid
<i>Accuracy</i>	.331	0,1966	Valid
<i>Format</i>	.670	0,1966	Valid
<i>Ease of use</i>	.342	0,1966	Valid
<i>Timeliness</i>	.463	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2022

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Informasi dan Kepuasan Pengguna *Instagram*

Item	(r_{hitung})	r_{tabel}	Ket.
<i>Time Dimension</i>	.319	0,1966	Valid
<i>Content Dimension</i>	.630	0,1966	Valid
<i>Form Dimension</i>	.279	0,1966	Valid
<i>Content</i>	.547	0,1966	Valid
<i>Accuracy</i>	.385	0,1966	Valid
<i>Format</i>	.334	0,1966	Valid
<i>Ease of use</i>	.404	0,1966	Valid
<i>Timeliness</i>	.513	0,1966	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2022

Hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai r hitung pada semua item pernyataan lebih besar dari r_{tabel} yaitu 0,1966 yang berarti tiap item variabel adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa item-item tersebut dapat digunakan untuk mengukur variabel penelitian

4.1.2. Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan Alpha Cronbach sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Koef. Reli	Ket.
1	Kualitas Informasi fb	0,731	Reliabel
2	Kepuasan Pengguna fb	0,760	Reliabel
3	Kualitas Informasi Instagram	0,706	Reliabel
4	Kepuasan Pengguna Instagram	0,856	Reliabel

Sumber: Output SPSS ver 25, 2022

Hasil uji reliabilitas lebih besar dari 0,60 menunjukkan bahwa item-item pernyataan pada penelitian ini reliabel.

4.1.3. Rata-Rata (Mean)

Hasil perhitungan mean menggunakan program SPSS ver 25 for windows sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Uji *Mean*

Variabel	<i>Mean</i>
Kualitas Informasi <i>Facebook</i>	3.9560
Kepuasan Pengguna <i>Facebook</i>	4.3600
Kualitas Informasi <i>Instagram</i>	4.3990
Kepuasan Pengguna <i>Instagram</i>	4.9390

Sumber: Output SPSS ver 25, 2022

Hasil rata-rata jawaban responden terhadap variabel kualitas informasi dan variabel kepuasan pengguna media sosial instagram lebih tinggi dari pada media sosial facebook.

4.1.4. Uji Kesamaan Ragam (Levene's test)

Hasil dari uji homogenitas data dilihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 6. Hasil Uji *Levene*

Variabel	Sig Levene's Test	Keterangan
Kualitas Informasi	.701	Ragam sampel sama
Kepuasan Pengguna	.854	Ragam sampel sama

Sumber: Output SPSS ver 25, 2022

Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga data hasil kualitas informasi dan kepuasan pengguna dapat dikatakan homogen.

4.1.5. Uji t – Dua Sampel Independen

Hasil perhitungan menggunakan SPSS ver 25.0 tertera pada tabel 7 berikut ini

Tabel 7 hasil t_{hitung}

	t	df
KI	2.871	98
KP	4.308	98

Sumber: Output SPSS ver 25, 2022

Nilai thitung untuk variabel kualitas informasi dan kepuasan pengguna lebih besar dari nilai ttabel, hal berarti ada perbedaan antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna pada media sosial facebook dengan media sosial instagram.

4.1.6. Uji Z-Score

Hasil Z-Score digunakan untuk mengelompokkan score tiap variabel yaitu dikelompokkan dalam kategori rendah, sedang dan tinggi. Hasil perhitungan Z-Score didapatkan pengkategorian sebagai berikut:

Tabel 8. Kreteria *Cut off* untuk Uji Z-Score

No.	<i>Cut off</i>	Keterangan
1	Z-Score > 3	Tinggi
2	$1,80 \leq Z\text{-Score} \leq 2,99$	Sedang
3	Z-Score < 1,80	Rendah

Sumber: Output SPSS ver 25, 2022

4.1.7. Tabel Distribusi Frekuensi dan Perbandingan

Hasil pengelompokkan berdasarkan kategori Z Score adalah sebagai berikut:

Tabel 9. Pengkategorian Kualitas Informasi

No	Kategori Z-Score	Jumlah Responden Facebook	Jumlah Responden Instagram
1	Tinggi	80	87
2	Sedang	15	11
3	Rendah	5	2
Total		100	100

Sumber: Output SPSS ver 25, 2022

Tabel10. Pengkategorian Kepuasan Pengguna

No	Kategori Z-Score	Jumlah Responden Facebook	Jumlah Responden Instagram
1	Tinggi	78	89
2	Sedang	15	11
3	Rendah	7	0
Total		100	100

Sumber: Output SPSS ver 25, 2022

Berdasarkan tabel 9 dan 10 kualitas informasi yang disajikan oleh wardah cosmetic di media sosial lebih baik, dan kepuasan pengguna juga lebih tinggi pada media sosial instagram

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dan uji statistik yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara kualitas informasi dan kepuasan pengguna media sosial facebook dan instagram wardah cosmetics. Walaupun terdapat perbedaan kualitas informasi pada kedua media sosial tersebut, namun perbedaann tersebut tidak terlalu ekstrim. Hal, ini dikarenakan isi atau conten informasi yang disajikan oleh wardah dalam mempromosikan produk-produknya tidak berbeda pada media sosial facebook dan instagram.

Pada pengujian Z-Score yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa kualitas informasi dan kepuasan pengguna dari media sosial instagram wardah cosmetics lebih tinggi dibandingkan dengan kualitas informasi dari media sosial facebook wardah cosmetics. Sehingga dapat dikatakan bahwa media sosial instagram wardah cosmetic dinilai lebih efektif dibandingkan dengan media sosial facebook dalam memberikan informasi kepada kosumennya tentang produk-produknya.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dapat diambil yaitu:

- 1) Terdapat perbedaan kualitas informasi antara informasi di media sosial facebook dengan informasi di media sosial instagram. Demikian juga dengan kepuasan pengguna menunjukkan perbedaan antara kepuasan

- pengguna pada media sosial facebook dengan kepuasan pengguna media sosial instagram.
- 2) Kualitas informasi pada media sosial facebook dan media sosial instagram berkategori tinggi, akan tetapi kualitas informasi pada media sosial instagram lebih tinggi dari pada kualitas informasi pada media sosial facebook.
 - 3) Kepuasan pengguna media sosial facebook dan media sosial instagram berkategori tinggi, akan tetapi kepuasan pengguna pada media sosial instagram lebih tinggi dari pada kepuasan pengguna pada media sosial facebook.
 - 4) Media sosial instagram wardah cosmetic dinilai lebih efektif dalam melakukan pemasaran secara online dibandingkan dengan media sosial facebook, hal ini dibuktikan dari hasil perbandingan distribusi frekuensi dengan menggunakan Z-Score.

5.2. Saran

Dapat disarankan sebagai berikut:

- 1) Menjadikan media sosial Instagram dan facebook sebagai media untuk melakukan strategi pemasaran sehingga dapat meningkatkan penjualan produk wardah cosmetic.
- 2) Meningkatkan kualitas informasi pada kedua media sosial instagram dan facebook yang telah digunakan dalam mempromosikan produknya, khususnya media sosial facebook. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat konten-konten yang lebih menarik.

- 3) Perusahaan tetap menjaga dan meningkatkan kepuasan pengguna kedua media sosial yang telah digunakan untuk mempromosikan produk-produknya. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan kecepatan respon terhadap komen atau pertanyaan-pertanyaan konsumen.

5. Daftar Rujukan

- Arikunto, Suharsimi., 2014, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Bodnar, George , H., and Hopwood, William ,S., 2010. *Accounting System Information*, Tenth Edition, Pearson
- DeLone W. H. and Mclean K. R., 2003. The DeLone and Mclean model of information systems success: a ten-year update. *Journal of Management Information Systems* 19(4), 9- 30.
- Jogiyanto, HM., 2015. *Analisis Dan Perancangan Sistem Informasi*, Andi Offset, Yogyakarta
- Laudon, C. Kenneth & Laudon, P. Jane., 2005. *Sistem Informasi Manajemen Mengelola Perusahaan Digital*, Edisi 8. Andi Offset. Yogyakarta.
- O'Brien, James, A. 2006. *Introduction to Information System Essentials For The eBusiness Enterprise*. Elevent Edition. New York: Mcgraw Hill Companies. Inc.
- Kriyantono, Rakhmat., 2010, *Teknik Riset Komunikasi*, Kencana, Jakarta.
- Riduwan dan Akdon, 2013. *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*, Alfabeta, Bandung.
- Rohmadi, Arif., 2016. *Tips Produktif Ber-Social Media*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, Uma., 2006, *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*, Edisi 4, Buku 1, Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono, 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F., 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Andy Offset, Yogyakarta.
- Uyanto, Stanislaus. S., 2009. *Pedoman Analisis Data dengan SPSS*, Graha Ilmu, Edisi Ketiga Cetakan Pertama, Yogyakarta.

