

JURNAL KAJIAN MEDIA

e-ISSN: 2579-9436, URL: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>

Vol 6 No 1	2022	Halaman 1 - 7
------------	------	---------------

Pengaruh kualitas informasi website yellow fit kitchen terhadap kepuasan visitor

Passa Almaziza¹, Susianto Darius², Natasia Angreani³,
Rustono Farady Marta⁴, Harris Christanto⁵

^{1,2} Institut Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

, ³ Universitas Bunda Mulia,

⁴ Universitas Satya Negara Indonesia,

⁵ Universitas Mercuru Buana

passaalmaziza@gmail.com

Received: 01-01-2022; Revised: 19-04-2022;
Acceptance: 30-04-2022; Published: 31-05-2022

English Title: *Effect of Information Quality on yellow fit kitchen website towards the customer satisfaction*

Abstract Nowadays, various industries in Indonesia have applied information technology, namely the internet to support their business activities. The industry that applies information technology in its activities is the food industry, especially this industry will always be operate because food and beverages are basic human needs. Yellow Fit Kitchen as one of the food and beverages industries from Indonesia uses website as a medium in distributing information from companies to the public. The factor that will be examined in this study is the quality of information from the Yellow Fit Kitchen website on the satisfaction of website visitors. Through a survey method using a questionnaire distributed to 50 respondents, it was found that there is an influence of the quality of information on the Yellow Fit Kitchen website on the satisfaction of visitors to the Yellow Fit Kitchen website, as seen from the calculated T value of 46,302 which is greater than T table 1,677. Through the output of R^2 , it was found that 97.8% of the variation in visitor satisfaction was caused by variations in the quality of information, while the remaining 0.1% was explained by other factors outside of this study.

Keywords: information quality, customer satisfaction, internet

Abstrak Dewasa kini berbagai industri di Indonesia telah mengaplikasikan teknologi informasi yaitu internet untuk mendukung aktivitas bisnisnya. Industri yang menerapkan teknologi informasi dalam kegiatannya ialah industri makanan, terlebih industri ini akan selalu beroperasi dikarenakan food and beverages ialah kebutuhan pokok manusia. Yellow Fit Kitchen sebagai salah satu industri yang bergerak di bidang food and beverages asal Indonesia menggunakan website sebagai sarana menyalurkan informasi

dari perusahaan ke publiknya. Faktor yang akan ditelaah dalam penelitian ini ialah kualitas informasi dari website Yellow Fit terhadap kepuasan dari visitor website. Melalui metode survei dengan menggunakan kuesioner yang disebar kepada 50 responden, didapatkan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas informasi website Yellow Fit Kitchen terhadap kepuasan visitor website Yellow Fit Kitchen, terlihat dari nilai T hitung 46.302 yang lebih besar dari T tabel 1.677. Melalui output R^2 didapati 97,8% variasi yang terjadi terhadap tinggi rendahnya kepuasan visitor disebabkan oleh variasi kualitas informasi, sedangkan sisanya 0,1% dijelaskan oleh factor lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: *Kualitas informasi, Kepuasan pelanggan, media internet*

PENDAHULUAN

Teknologi informasi terutama semakin berkembang seiring berjalannya waktu, dan tidaklah sulit untuk menemukan berbagai perkembangan terlebih dalam bidang internet (Angreani et al., 2021). Teknologi sendiri juga dapat menciptakan suatu iklim bagi masyarakat sebagai bentuk dari ketersediaan outlet dan media yang berlimpah di dalamnya (Pamuji, 2020). Kemajuan platform internet ini semakin terlihat dari kemudahan individu dalam mengaksesnya .

Kini, beragam industri mengembangkan bisnis nya dengan bantuan teknologi. Hal ini dilakukan agar tercipta pemahaman akan pelanggan, dan mengemukakan pesan perusahaan dengan baik kepada publiknya (Teguh & Ciawati, 2020). Salah satu industri yang mulai bergerak menggunakan media internet adalah industri makanan. Data menunjukkan sejak tahun 2015 hingga 2020 terdapat peningkatan dalam industri food and beverages, mengingat industri ini akan selalu beroperasi karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia dalam bertahan hidup (Sari et al., 2021). Industri makanan di Indonesia yang memanfaatkan saluran internet ialah Yellow Fit Kitchen.

Yellow Fit Kitchen adalah sebuah platform online yang mengusung konsep bisnis diet dan healthy catering di Indonesia. Program Yellow Fit Kitchen menawarkan solusi bagi masyarakat Indonesia untuk hidup sehat. Yellow Fit Kitchen di didirikan pada 2017 oleh Gregorius Ruben (Founder & CEO) dan Christopher Aldo (Co-Founder) (*Yellow Fit Kitchen | Home - www.Yellowfitkitchen.Com*, n.d.). Saat ini masyarakat mengandrungi gaya hidup sehat yang meningkatkan minat pasar terhadap makanan sehat akan produk khususnya untuk diet. Hal ini yang melatar belakangi maraknya bermunculan bisnis food and beverage. Yellow Fit Kitchen menyediakan makanan yang selalu enak tidak terasa seperti makanan diet, mengenyangkan, kekinian, dan bersih di seluruh kota besar di Indonesia.

Website Yellow Fit Kitchen menyediakan fitur belanja yang memudahkan visitor dalam memilih menu produk yang diinginkan. Terlebih lagi saat ini perkembangan teknologi memudahkan perusahaan dalam mengembangkan aktivitas bisnis (Harita et al., 2020). Saat ini, mengacu pada survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, terdapat peningkatan pengguna internet di Indonesia sebanyak 10,12% (Agustine & Prasetyawati, 2020). Maka dapat disimpulkan saat ini penggunaan internet merupakan hal yang lumrah di Indonesia.

Pada website Yellow Fit Kitchen visitor dapat memilih sesuai dengan apa yang sedang mereka butuhkan misalnya , kontak yellow fit kitchen ,menu sehat, harga, fakta, artikel mengenai yellow fit kitchen dan testimoni dari customer yang sudah mengkonsumsi produk, account yang berisikan profil dari visitor mulai dari voucher visitor, alamat visitor, blog, privasi dan kebijakan, ajuan komplain, bantuan, hingga yang terakhir keluar yang berfungsi untuk mengeluarkan akun visitor dari website Yellow Fit Kitchen. Adapun fitur order yang berisikan orderan visitor. Dari kategori di ataslah yang akan mempermudah visitor menentukan informasi apa yang di butuhkan (Anggraheni et al., 2021).

Kualitas informasi adalah fungsi dari sistem untuk menyampaikan maksud dan tujuan informasi yang dimaksudkan (Darwis & Rizal, 2015). Web merupakan bagian dari sistem informasi berbentuk teks, gambar, suara yang ada dalam server web internet dalam tampilan hiperteks. Maka kualitas informasi website memberi pengaruh terhadap kepuasan pengunjung web. Berdasarkan penjelasan di atas, timbul pertanyaan sebagai berikut “Sejauh mana pengaruh kualitas informasi website Yellow Fit Kitchen terhadap kepuasan visitor?”.

Penelitian ini akan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi website Yellow Fit Kitchen terhadap kepuasan visitor. Peterson mendefinisikan visitor atau pengunjung dari website sebagai individu yang mengunjungi website, menghasilkan tampilan halaman. Manusia dapat disebut visitor, agen pengindeks mesin pencari dan aplikasi pemantauan kinerja (Susanto & Semuel, 2013).

Komunikasi menurut Hoeta Soehoet (Munthe, 2012), ialah ketika terdapat 3 unsur dalam suatu proses seperti komunikator, isi pernyataan, dan komunikan baik secara langsung maupun tidak langsung. Jika dikaitkan dengan penelitian, Humas Yellow Fit Kitchen sebagai komunikator, Visitor menjadi komunikan, dan isi pernyataan adalah informasi yang diberikan oleh Website Yellow Fit Kitchen sebagai saluran atau media dalam menyampaikan isi pernyataan. Seluruh unsur dalam proses tersebut harus ada karena akan mempengaruhi keberhasilan suatu proses komunikasi (Samiaji et al., 2022).

Salah satu bentuk menjalin proses komunikasi antara perusahaan dengan publiknya ialah melalui kegiatan humas atau hubungan masyarakat. Hubungan Masyarakat lebih dari sekedar agen pers atau hubungan media. Ini lebih baik dilihat sebagai istilah umum untuk sejumlah departemen dalam bisnis atau perusahaan yang berusaha menyampaikan pesannya ke berbagai publik atau khalayak dengan mengelola arus informasi antara organisasi dan publik atau khalayaknya (Herika & Ruliana, 2016). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hubungan masyarakat adalah sebagai manajemen yang menyampaikan pesannya pada publik atau khalayak dengan mengelola arus informasi antara organisasi dan publik atau khalayaknya. Sebagai bentuk dari media internet, website ialah sekumpulan halaman dengan informasi berbentuk teks, gambar, animasi, serta gabungannya yang terkait satu dengan lainnya dan dihubungkan dengan jaringan. Maka, website merupakan jalur akses yang digunakan konsumen untuk mengakses layanan yang digunakan untuk menampilkan informasi baik berupa teks, gambar, animasi, suara serta gabungannya (Harry et al., 2021; Suruali, 2010).

Bila dikaitkan dengan penelitian maka, website www.yellowfitkitchen.com merupakan suatu layanan informasi yang menampilkan teks, gambar, multimedia, dan lainnya yang diperuntukan kepada visitor untuk mengakses layanan informasi dengan

cara mengikuti link dengan tujuan memberikan kepuasan bagi visitor terhadap website Yellow Fit Kitchen (Sari et al., 2021). Salah satu faktor penting dalam sebuah website ialah informasi yang ditampilkan di dalamnya. Kualitas informasi adalah informasi yang disusun, diatur dan format informasi harus jelas dan mencerminkan maksud dari informasi yang disampaikan dengan karakteristik isi, bentuk, dan waktu yang bernilai untuk para pengguna (Anggadini, 2019). Dapat disimpulkan bahwa, kualitas informasi output informasi yang dihasilkan oleh suatu sistem informasi. Adapun indikator untuk mengukur kualitas informasi adalah akurat, tepat waktu, relevan dan lengkap.

Perasaan puas ialah rasa senang atau kesan yang muncul setelah membandingkan kinerja produk dengan hasil yang diharapkan. Bila kinerja sesuai dengan harapan maka akan muncul perasaan puas atau senang. Untuk mengukur kepuasan terdapat beberapa indikator yaitu kualitas layanan, layanan pelanggan, kemudahan pengguna, kualitas informasi dan disain website (Christian et al., 2019).

Kualitas informasi dikatakan dapat memberi dampak terhadap kepuasan individu, dampak yang dapat dirasa seperti kemampuan dalam pengambilan keputusan, keefektifan kerja, dan peningkatan kualitas kerja, sehingga semakin tinggi kualitas informasi akan meningkatkan kepuasan dari penggunaannya (Latukolan et al., 2021). Maka, kualitas informasi dari website Yellow Fit akan memberikan pengaruh dalam kepuasan visitor website.

METODOLOGI

Penelitian kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial yang memperbolehkan signifikansi perbedaan kelompok atau hubungan antar variable dengan sampel yang besar (Maulana et al., 2019). Dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini akan mencari tahu pengaruh dari kualitas informasi website Yellow Fit Kitchen terhadap kepuasan visitor. Melalui metode survei, data akan dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Penggunaan pendekatan ini berangkat dari paradigma positivistik yang merupakan proses berpikir dengan menerapkan kaidah ilmiah yang konkrit, terukur, dan rasional (Marta & Monica William, 2016). Deskripsi lainnya dari pendekatan ini ialah strategi yang digunakan, yaitu melalui survei dan eksperimen, dan juga observasi serta pengukuran yang lalu hipotesis dalam penelitian akan diuji melalui uji statistik (Isnaini et al., 2021).

Populasi dalam penelitian ini ialah seluruh visitor website Yellow Fit Kitchen sedangkan sampel dalam penelitian bagian dari visitor website www.yellowfitkitchen.com. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, variable X yang adalah kualitas informasi dan variabel Y yaitu kepuasan visitor.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Survei melalui kuesioner dilakukan kepada 50 sampel penelitian dengan deskripsi 24% laki-laki dan 76% wanita. Rentang usia responden ialah 22% dengan rentang usia 17 tahun hingga 21 tahun, 70% rentang 22 tahun hingga 26 tahun, 8% rentang usia 27 tahun hingga 31 tahun. Mayoritas responden (48%) memiliki status sebagai karyawan.

Hasil nilai KMO MSA pada setiap masing- masing indikator memiliki nilai hasil KMO di atas 0,50 nilai signifikan (Sig) di bawah 0,05 dan nilai anti image di atas 0,50. Artinya semua pernyataan pada variabel X Kualitas Informasi dapat diterima dan dipahami oleh responden atau visitor website www.yelowfitkitchen.com karena semua pernyataan tersebut valid.

Hasil nilai KMO MSA pada setiap masing- masing indikator memiliki nilai hasil KMO di atas 0,50 nilai signifikan (Sig) di bawah 0,05 dan nilai anti image di atas 0,50. Artinya semua pernyataan pada variabel Y kepuasan visitor dapat diterima dan dipahami oleh responden atau visitor website www.yellowfitkitchen.com karena semua pernyataan tersebut valid.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas variabel X kualitas informasi dari website www.yellowfitkitchen.com dapat dikatakan reliabel. Nilai Cronbach`s Alpha pada variabel ini yaitu 0,843 yang berarti di atas 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa butir pernyataan pada kuesioner termasuk andal untuk mengukur variabelnya.

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas variabel Y kepuasan visitor dapat dikatakan reliabel. Nilai Cronbach`s Alpha pada variabel ini yaitu 0,856 yang berarti di atas 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa butir pernyataan pada kuesioner termasuk andal untuk mengukur variabelnya.

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana pengaruh kualitas informasi www.yellowfitkitchen.com terhadap kepuasan visitor pada informasi website Yellow Fit Kitchen, pada tabel model summary dapat dilihat koefisien (R1) sebesar 0,989, dan signifikansi 0,000 yang artinya kualitas informasi www.yellowfitkitchen.com berpengaruh terhadap kepuasan visitor pada informasi website Yellow Fit Kitchen sebesar 98,9%. R square (R2) sebesar 0,978, artinya 97,8% variasi yang terjadi terhadap tinggi rendahnya kepuasan visitor disebabkan oleh variasi kualitas informasi, sedangkan sisanya 0,1% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian.

Berdasarkan hasil analisis Uji F/ANOVA mengenai pengaruh kualitas informasi www.yellowfitkitchen.com terhadap kepuasan visitor pada informasi website Yellow Fit Kitchen menghasilkan angka Fhitung sebesar 2143.895 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 dan Ftabel 4,04. Oleh karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 serta hasil Fhitung lebih besar dari Ftabel, maka dapat dikatakan model regresi pada penelitian ini sudah cocok. Artinya ada pengaruh kualitas informasi www.yellowfitkitchen.com terhadap kepuasan visitor pada informasi website Yellow Fit Kitchen.

Berdasarkan hasil analisis Uji T/Coefficient mengenai pengaruh kualitas informasi www.yellowfitkitchen.com terhadap kepuasan visitor pada informasi website Yellow Fit Kitchen memiliki sig 0,000 dengan B sebesar 0,989. Thitung 46.302 dan Ttabel 1.677. Karena nilai Thitung lebih besar dari Ttabel, maka dapat disimpulkan ada pengaruh kualitas informasi www.yellowfitkitchen.com terhadap kepuasan visitor pada informasi website Yellow Fit Kitchen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis Uji T/Coefficient mengenai pengaruh kualitas informasi www.yellowfitkitchen.com terhadap kepuasan visitor pada informasi website Yellow Fit

Kitchen memiliki sig 0,000 dengan B sebesar 0,989. Thitung 46.302 dan Ttabel 1.677. Karena nilai Thitung lebih besar dari Ttabel, maka dapat disimpulkan ada pengaruh kualitas informasi www.yellowfitkitchen.com terhadap kepuasan visitor pada informasi website Yellow Fit Kitchen. Karena nilai Thitung lebih besar dari Ttabel, maka dapat disimpulkan jawaban masalah pokok penelitian adalah ada pengaruh positif dan signifikan terhadap pengaruh kualitas informasi website Yellow Fit Kitchen terhadap kepuasan visitor.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, M., & Prasetyawati, Y. R. (2020). Pengaruh kualitas informasi Instagram dan electronic word of mouth terhadap citra dapurfit. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 5(1), 82. <https://doi.org/10.24198/prh.v5i1.23966>
- Anggadini, S. D. (2019). Keberhasilan Sistem Informasi Akuntansi Dideterminasi Oleh Etika Pengguna. *Journal of Accounting, Finance, Taxation, and Auditing (JAFTA)*, 1(1), 58–74. <https://doi.org/10.28932/jafta.v1i1.1528>
- Anggraheni, P., Setyowati, N. T., & Harry, H. (2021). Social Media and Political Participation in Indonesia: Restrictions Access at Announcement Results of 2019 Presidential Election. *ASPIRATION Journal*, 2(1), 100–126. <http://aspiration.id/index.php/asp/article/view/23>
- Angreani, N., Tandranegara, S., Marta, R. F., & Wang, C. (2021). Comparing Drivers Cultural Sensitivity Value between Gojek and Goviet from Digital Ads. *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 113. <https://doi.org/10.12928/channel.v9i2.21581>
- Christian, M., Mulia, U. B., & Utara, J. (2019). Telaah Keniscayaan Iklan di Kanal Youtube sebagai Perilaku Khalayak di Kalangan Milenial. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 5(2), 141–158.
- Darwis, Y., & Rizal, Y. (2015). Pengaruh kualitas informasi. *Journal Communication*, 6(2), 146–163.
- Harita, F. M., Sadono, T. P., Sya, M., Fernando, J., & Goswami, J. K. (2020). TRAVELOKA AS THE ULTIMATE WORKPLACE FOR MILLENNIAL GRADUATES IN INFORMATION AND TECHNOLOGY. *ASPIRATION Journal*, 1(November), 163–181.
- Harry, H., Marta, R. F., & Briandana, R. (2021). Memetakan Tautan Budaya Lasem melalui Dokumenter Net . Biro Jawa Tengah dan MetroTVNews. *ProTVF*, 5(2), 227–246. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/ptvf.v5i2.33411>
- Herika, D., & Ruliana, P. (2016). Public Relations dalam Membina Hubungan dengan Medi. *Jurnal Komunikasi*, 4(1), 1–23.
- Isnaini, M., Marta, R. F., Septiarysa, L., Atmadja, V., & Michelle, M. (2021). Determinan Karakteristik Konten dan Pengaruhnya terhadap Penerimaan Pengguna pada Aplikasi Travelation. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 25(2), 237. <https://doi.org/10.31445/jskm.2021.3961>
- Latukolan, J. J., Marta, R. F., & Engliana, E. (2021). When Words Matter: Language Choices and Brand Building on Two Global Coffee Shop Retail Brands in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(2), 2899–2906. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i2.1974>
- Marta, R. F., & Monica William, D. M. W. (2016). Studi Terpaan Media Pemasaran Melalui Posting Instagram Terhadap Ekuitas Merek Pelanggan Sumoboo! *Jurnal Komunikasi Untar*, 8(1), 68–82.

- Maulana, A., Afghan, M., & Rynaldi, D. (2019). Pengaruh Instagram Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Mahasiswa. *Jurnal Kajian Media*, 3(2), 65–72. <https://doi.org/10.25139/jkm.v3i2.1999>
- Munthe, M. G. (2012). Propaganda dan Ilmu Komunikasi. *Jurnal ULTIMA Comm*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.31937/ultimacomm.v4i1.429>
- Pamuji, E. (2020). Ujaran kebencian pada ruang – ruang digital. *Jurnal Kajian Media*, 4(2), 62–71. <https://doi.org/10.25139/jkm.v4i2.2811>
- Samiaji, A., Bahrudin, M., Harry, H., & Hidayat, E. (2022). Nation Branding Construction and Public Diplomacy from @america in Muslim Community of Indonesia. *Medium Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi*, 9(1), 276–290. [https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8836](https://doi.org/https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8836)
- Sari, N., Marta, R. F., Angreani, N., Harry, H., & Perkasa, M. I. A. (2021). Menakar Loyalitas Konsumen berdasarkan Persepsi Nilai dan Kepercayaan Merek Geprek Benu. *Soetomo Communication and Humanities*, 2(2). <https://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/sch/article/view/4078>
- Suruai, N. (2010). Perancangan Sistem Informasi Pembelajaran Budidaya Rumput Laut dengan Multimedia Bebas Web. *Jurnal Teknik Industri Arika*, 04(2005), 1–12.
- Susanto, F., & Samuel, H. (2013). Pengaruh Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan Pt Mitra 10 Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–15.
- Teguh, M., & Ciawati, S. T. (2020). Perancangan Strategi Digital Marketing Communication Bagi Industri Perhotelan Dalam Menjawab Tantangan Era Posmodern. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 6(01), 051. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v6i01.2067>
- Yellow Fit Kitchen | home - www.yellowfitkitchen.com.* (n.d.).