

PENGARUH COMPLETE FEATURES, KEMUDAHAN, DAN KEAMANAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA ZOOM MEETING PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

Fitriya Ramadayani¹, Siti Chamidah², Dwi Warni Wahyuningsih³

^{1,2,3}Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Email: ramadayanifitriya@gmail.com

Abstract

The research sample was 72 respondents taken from the number of students in the management study program. The results of the study concluded that there was a significant effect on feature completeness on user satisfaction, no significant effect of convenience on user satisfaction, no significant effect on location on user satisfaction and there was a joint effect on feature completeness, convenience and security on user satisfaction zoom encounter. The use of zoom meetings for students of the management study program at the Muhammadiyah University of Ponorogo. Complete features have an influence on user satisfaction, therefore it is recommended that company owners pay attention to features, convenience and security in the Zoom meeting application. The company's results show that there are other factors that can satisfy users besides complete features, convenience and security, therefore it is recommended that companies pay attention to user complaints related to user satisfaction with complete features, convenience and security and can make strategies to improve performance as desired. consumers as meeting zoom users.

Keywords: Complete Features (X1), Convenience (X2), Security (X3) and User Satisfaction (Y)

Abstrak

Sampel penelitian adalah 72 responden yang diambil dari jumlah mahasiswa prodi manajemen. Hasil penelitian menghasilkan kesimpulan bahwa ada efek signifikan pada complete features pada kepuasan pengguna, tidak ada efek signifikan dari kemudahan pada kepuasan pengguna, tidak ada pengaruh signifikan pada lokasi pada kepuasan pengguna dan ada pengaruh bersama pada complete features, kemudahan dan keamanan pada kepuasan pengguna zoom meeting. Penggunaan zoom meeting pada mahasiswa prodi manajemen universitas muhammadiyah ponorogo. Complete features memiliki pengaruh terhadap kepuasan pengguna, oleh karena itu disarankan agar pemilik perusahaan dalam memperhatikan kelengkapan fitur, kemudahan dan keamanan dalam aplikasi zoom meeting. Hasil menunjukkan bahwa ada faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna selain complete features, kemudahan dan keamanan, oleh karena itu disarankan agar perusahaan memperhatikan keluhan pengguna terkait penilaian kepuasan pengguna terhadap complete features, kemudahan dan keamanan serta dapat membuat strategi untuk meningkatkan kinerja perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen sebagai pengguna zoom meeting.

Kata kunci: Complete Features (X1), Kemudahan (X2), Keamanan (X3) dan Kepuasan Pengguna (Y)

PENDAHULUAN

Kondisi di Indonesia dikondisikan tidak baik akibat adanya virus yang pertama kali ditemukan di Wuhan yaitu Covid-19. Akibat adanya Covid-19, pemerintah memberikan kebijakan pada Juli 2021 yaitu kebijakan Pemberlakuan Pemberantasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) ditetapkan diseluruh wilayah Jawa dan Bali. Penetapan Pemberlakuan Pemberantasan Kegiatan (PPKM) membuat dampak yang begitu besar, tidak hanya dari bidang ekonomi

namun kesehatan dan pendidikan juga ikut terdampak. (BUTTULANGI, 2020)

Pencegahan penularan Covid-19 pemerintah mengupayakan untuk mengajak masyarakat melaksanakan *physical distancing* atau pembatasan fisik dan meniadakan pembelajaran tatap muka untuk sementara waktu dan diganti dengan pembelajaran secara online. Adanya keputusan dari pemerintah mengenai pencegahan Covid-19 tersebut, pihak dari Universitas Muhammadiyah Ponorogo membuat keputusan dalam surat edaran nomor : 127/1.1/KD/2020 dimana segala aktivitas di lingkungan kampus termasuk kegiatan belajar mengajar di tunda dan diganti dengan pembelajaran daring.

Berbagai macam Teknologi Informasi dan Komunikasi sebagai upaya pencegahan penularan Covid-19 mahasiswa dapat melakukan belajar online melalui platform seperti Google Classroom sebagai penunjang belajar virtual. Selain itu dapat dilakukan dalam bentuk video online melalui platform seperti Zoom Meeting, Google Meet dan sebagainya. Universitas Muhammadiyah Ponorogo memanfaatkan teknologi berbasis internet dalam kegiatan belajar mengajar yang salah satunya yaitu menggunakan aplikasi Zoom Meeting. Dengan kemudahan akses pada aplikasi Zoom Meeting sebagai media penunjang pembelajaran virtual, perlunya memperhatikan apa yang menjadi dasar dari kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen yaitu perasaan atau ungkapan seseorang akan kecewa maupun senang yang tumbuh setelah membandingkan kinerja perusahaan satu dengan lainnya atas terpenuhinya harapan dari seseorang tersebut sebagai konsumen (Matantu et al., 2020). Kepuasan konsumen yaitu pembelian pada suatu produk maupun jasa yang dipilih oleh konsumen dengan tingkat keinginan yang sama atas harapannya, sedangkan ketidakpuasan konsumen merupakan tingkat dimana konsumen merasakan bahwa produk atau jasa tidak memberi hasil yang sama dari harapannya. Dalam pemanfaatan suatu teknologi informasi dan komunikasi pentingnya memahami faktor-faktor yang menjadi dasar dari kepuasan pengguna.

Kelengkapan fitur adalah sebagai perlengkapan penting dalam suatu produk dengan tujuan untuk menarik perhatian para konsumen di dalam penyampaian suatu jasa internet (Chandra Wijaya dan Sesilya Kempa, 2018). Fitur diartikan sebagai suatu bagian dari atribut atau perlengkapan produk yang diidentikkan dengan sesuatu yang dinilai unik dan menarik dalam suatu produk (Fata, Khairul, Mukhlis Yunus, 2017). Pada dasarnya fitur dirancang untuk membuat suatu produk menjadi lebih sempurna dengan tujuan untuk membuat konsumen

agar tertarik dengan produk tersebut. Apabila fitur yang dirancang buruk maka memungkinkan konsumen untuk beralih pada produk lain yang lebih baik atau lebih unggul. Begitu sebaliknya, jika fitur dirancang baik dan lengkap, konsumen akan nyaman, puas dan tetap memilih produk tersebut untuk digunakan.

Kemudahan penggunaan juga dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kemudahan penggunaan dapat diartikan seberapa mampu seseorang yakin apabila teknologi yang digunakan terbebas dari usaha yang dikeluarkan. Kemudahan dapat diartikan seberapa mampu suatu produk dapat digunakan oleh pengguna dalam mencapai tujuan yang efektif dan efisien (Lestari & Indriana, 2021). Jika layanan sistem teknologi informasi jelas dan praktis, maka konsumen akan merasa puas dan mudah dalam pengaplikasiannya, karena dinilai bahwa layanan yang diberikan tidak mengeluarkan banyak usaha, karena kemudahan penggunaan merupakan suatu usaha yang tidak menimbulkan kesulitan atau memberatkan ketika seseorang menggunakan suatu sistem.

Keamanan sistem informasi merupakan kebijakan, prosedur dan ukuran teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak sah, perubahan program, pencurian dan kerusakan fisik terhadap sistem informasi. Keamanan merupakan usaha dalam melindungi dan menjamin kerahasiaan data dan ketersediaan data (Lestari & Indriana, 2021). Jika keamanan pada layanan teknologi terasa aman dan nyaman memungkinkan konsumen merasa puas karena layanan sesuai dengan harapan.

Zoom meeting merupakan perusahaan yang bergerak di bidang teknologi komunikasi. Pada umumnya zoom meeting digunakan untuk melakukan meeting hingga konferensi video dan audio, namun zoom meeting juga dapat digunakan untuk webinar, chatting, hingga melakukan diskusi sehingga tidak heran jika zoom kini digunakan sebagai alat alternatif penunjang pembelajaran virtual.

Aplikasi zoom meeting didirikan tahun 2011 dan diluncurkan secara publik pada tahun 2013 dan berkembang pesat hingga saat ini. Aplikasi zoom meeting merupakan salah satu media berbasis internet dengan layanan konferensi video yang digunakan sebagai alat untuk melakukan obrolan secara online. Zoom meeting dikembangkan oleh perusahaan zoom video communication, inc dimana perusahaan tersebut berpusat di California Amerika Serikat dan didirikan oleh Cisco Webex dan Eric Yuan.

Zoom meeting memberikan berbagai fitur menarik seperti fitur audio, share screen, fitur lockmeeting, fitur waiting room, fitur pengatur jadwal, serta fitur background. Namun masih terdapat keluhan konsumen pada fitur-fitur yang ada yaitu keterbatasan kemampuan zoom dalam penerapan fitur immersive view dimana penerapan fitur tersebut hanya dapat digunakan pada windows tipe smartphone tertentu ataupun macOS versi 5.6.3 keatas, sehingga tidak semua bisa menggunakan fitur tersebut. Selain itu keluhan pengguna dalam pengaplikasian layanan sistem pada aplikasi Zoom Meeting juga masih dirasa sulit oleh para pengguna dimana kurangnya pemahaman pengguna dalam memahami bahasa pada sistem aplikasi Zoom Meeting tersebut karena belum adanya fitur yang diciptakan mengenai fitur change language atau ganti bahasa dalam aplikasi, sehingga bagi pengguna akan merasa kesulitan jika tidak memahami bahasa pada sistem aplikasi zoom meeting tersebut, serta keluhan konsumen yang menilai aplikasi Zoom Meeting pada tingkat keamanannya. Keluhan dan komplain pengguna dalam penilaian konsumen terhadap layanan zoom mengenai keamanannya yang masih kurang yaitu dimana pengguna mengetahui bahwa dalam pengaplikasian Zoom Meeting diketahui mengekspos data pengguna ke aplikasi lain tanpa pemberitahuan dan persetujuan dari pengguna.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen pemasaran diartikan sebagai rangkaian dari proses menganalisis, merencanakan, melaksanakan, pengawasan serta mengendalikan kegiatan pemasaran dengan tujuan untuk mencapai target perusahaan. Manajemen pemasaran merupakan proses manajemen yang meliputi analisis, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan menurut (Lestari & Indriana 2021:69). Pemasaran merupakan proses dimana menemukan apa yang menjadi kebutuhan dari konsumen dan memproduksi suatu produk ataupun jasa sehingga dapat terjadi terjadinya suatu proses transaksi antara produsen dengan konsumen. (Lestari & Indriana 2021:69).

Menurut pendapat dari Kotler dan Amstrong dalam Andhini et.al. (2017:3) bauran pemasaran merupakan seperangkat pemasaran dimana meliputi sebuah produk, menentukan harga produk tersebut, distribusi serta promosi dan digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran. Bauran pemasaran merupakan sekumpulan alat pemasaran

yang meliputi produk, harga dan promosi. Bauran pemasaran juga diartikan sebagai strategi kombinasi di dalam bidang pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan. bauran pemasaran terdapat seperangkat alat pemasaran yang dikenal dengan istilah 7P yaitu Product (Produk), Price (Harga), Place (tempat), Promotion (Promosi), People (Orang), Physical evidence (Bukti fisik), Proses (Proses).

Menurut Sudaryono dalam muslimah et.al. (2021:826) berpendapat bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil dari penilaian pada suatu produk maupun jasa yang dinilai konsumen dapat memberikan tingkat kenikmatan, dan tingkat pemenuhan tersebut bernilai baik ataupun buruk. Kesenangan pelanggan dalam pemenuhan kebutuhan produk yang dikonsumsi dapat menjadi keunggulan bagi perusahaan jika pemenuhan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi. Karena pada dasarnya konsumen atau pengguna dapat memberikan manfaat yaitu dapat memberi dasar hubungan yang baik antara konsumen dengan perusahaan jika terjadi pembelian ulang dan akan timbul keinginan konsumen untuk merekomendasikan pada orang lain sehingga perusahaan juga akan diuntungkan. Penilaian kepuasan konsumen dapat dilihat mengenai kesesuaian kinerja atas harapan, minat untuk berkunjung kembali dan kesediaan untuk merekomendasikan pada orang lain.

Natalia & Br Ginting (2018) berpendapat bahwa kelengkapan fitur merupakan perlengkapan yang digunakan untuk interaktivitas konsumen dan merupakan kriteria penting yang menarik perhatian para konsumen di dalam penyampaian jasa internet. Menurut Pribadi & Gunawan (2020) Fitur merupakan karakteristik yang menambah suatu produk. Karena fitur diciptakan untuk menambah keunikan tersendiri bagi produk tersebut, maka bagi pemasar fitur digunakan sebagai kunci untuk membuat produk lebih unggul dan menarik agar mampu bersaing dengan produk lain. Dengan adanya berbagai fitur produk serta kelengkapan di dalam produk tersebut, maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli dan menggunakannya serta terciptanya rasa puas akan produk tersebut karena sesuai dengan harapan konsumen akan kebutuhannya. Untuk melihat pengaruh variabel complete features terhadap kepuasan pengguna zoom meeting, peneliti akan menggunakan dimensi pertimbangan kesesuaian fasilitas dengan kebutuhan, keamanan fasilitas dari virus computer, biaya penggunaan fasilitas.

Kemudahan penggunaan juga didefinisikan sebagai suatu kemampuan teknologi dapat

dipelajari, mudah untuk dipahami serta mudah dalam pengaplikasiannya. Menurut Lestari & Indriana(2021:70) berpendapat bahwa kemudahan merupakan suatu cara untuk mengetahui sejauh mana produk dapat digunakan oleh pengguna untuk mencapai tujuan secara efisien, efektif dan pengguna lebih puas saat menggunakan aplikasi tersebut. Untuk melihat pengaruh variabel kemudahan terhadap kepuasan pengguna zoom meeting, peneliti akan menggunakan dimensi pertimbangan sistem sangat mudah untuk dipelajari, sistem dapat mengerjakan dengan mudah, keterampilan pengguna bertambah, sistem sangat mudah untuk dioperasikan.

Menurut pendapat Lestari & Indriana (2021:70) bahwa keamanan merupakan usaha dalam melindungi dan menjamin kerahasiaan data dan ketersediaan data. Menurut Lestari & Indriana (2021:70) berpendapat bahwa keamanan sistem informasi merupakan kebijakan, prosedur dan ukuran teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak sah, perubahan program, pencuriandan kerusakan fisik terhadap sistem informasi. Untuk melihat pengaruh variabel keamanan terhadapkepuasan pengguna zoom meeting, peneliti akan menggunakan dimensi jaminan keamanan, kerahasiaan data.

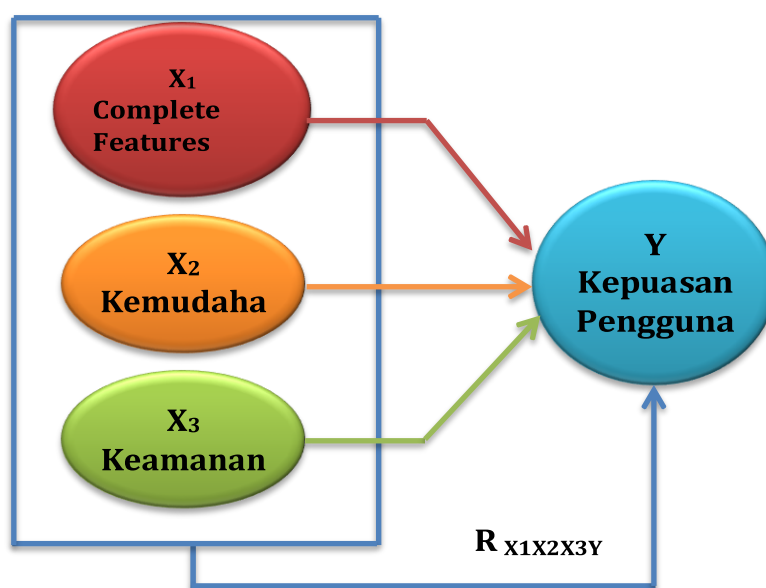
Perumusan masalah yang dibuat yaitu sebagai berikut: 1) Apakah complete features berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi zoom meeting sebagai media penunjang pembelajaran virtual di masa pandemi Covid-19? 2) Apakah kemudahan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi zoom meeting sebagai media penunjang pembelajaran virtual di masa pandemi Covid-19? 3) Apakah keamanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi zoom meeting sebagai media penunjang pembelajaran virtual di masa pandemi Covid-19? dan 4) Apakah complete features, kemudahan, dan keamanan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna aplikasi zoom meeting sebagai media penunjang pembelajaran virtual di masa pandemi Covid-19?

Sedangkan perumusan hipotesis penelitian yang diajukan untuk menjawab rumusan masalahnya sebagai berikut : 1) Terdapat pengaruh secara signifikan complete features terhadap kepuasan pengguna zoom meeting, 2) Tidak terdapat pengaruh secara signifikan kemudahan terhadap kepuasan pengguna zoom meeting, 3) Tidak terdapat pengaruh secara signifikan keamanan terhadapkepuasan pengguna zoom meeting dan 4) Terdapat pengaruh secara bersama complete features, kemudahan, dan keamanan terhadap kepuasan pengguna

zoom meeting.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan menggunakan desain penelitian kuantitatif. Teknik analisis data menggunakan analisis korelasi produk moment, analisis asumsi klasik, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, analisis hipotesis. Secara visualisasi gambar desain penelitiannya dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 1.
Desain Penelitian

Populasi penelitian yang diambil yaitu 72 mahasiswa prodi manajemen angkatan 2018 universitas muhammadiyah ponorogo. Teknik penarikan sampel dilakukan secara acak dengan mengambil sebagian dari jumlah populasi. Teknik pengumpulan data menggunakan alat bantu daftarpertanyaan berupa kuesioner yang bersifat terstruktur. Data yang diperoleh dari hasil jawaban responden diuji terlebih dahulu guna untuk memenuhi persyaratan uji analisis data, yaitu dengan menggunakan pengujian validitas data, reliabilitas data, normalitas data, heterokdastisitas data dan multikilonieritas data.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Karakteristik Responden

Gambaran dari karakteristik 72 orang responden yang menjadi sampel penelitian

berdasarkan jenis kelamin dan umur responden dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 Karakteristik Responden

No	Keterangan		Jumlah	Persen
1	Jenis Kelamin			
	a	Laki-laki	22	30,6%
	b	Perempuan	50	69,4%
2	Umur			
	a	22	49	68,1%
	b	23	18	25%
	c	24	4	5,6%
	d	25	1	1,4%

Sumber: Penelitian 2022

2.Deskripsi Data Variabel Complete Features (X1)

Skor total dari jawaban responden untuk variabel complete features yang diperoleh dengan cara mengkalikan jumlah frekuensi masing-masing jawaban responden dengan nilai interval kemudian menjumlahkannya masing-masing skor total sehingga diperoleh nilai sebagai berikut : 308

+ 301 + 222 = 831. Sebagai pembandingan dipergunakan skor total ideal dengan anggapan bahwa setiap responden dalam menjawab kuesioner untuk variabel complete features akan memilih opsi sangat setuju (nilai tertinggi = 5), sehingga dapat dihitung sebagai berikut : $72 \times 3 \times 5 = 1.080$.

Dengan memperbandingkan nilai skor total jawaban responden dengan skor total nilai ideal maka akan diperoleh suatu deskripsi data tentang variabel complete features % complete features = $[831 : 1080] \times 100\% = 76,9\%$. Dengan demikian bahwa menurut 72 mahasiswa dijadikan sebagai responden, complete features menjadi perhatian yang harus dipertimbangkan dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

3.Deskripsi Variabel Kemudahan (X2)

Skor total dari jawaban responden untuk variabel kemudahan yang diperoleh dengan cara mengkalikan jumlah frekuensi masing-masing jawaban responden dengan nilai interval kemudian menjumlahkannya masing-masing skor total sehingga diperoleh nilai sebagai berikut : $293 + 214 + 295 + 198 = 1.000$. Sebagai pembandingan dipergunakan skor total ideal dengan anggapan bahwa setiap responden dalam menjawab kuesioner untuk variabel kemudahan akan memilih opsi sangat setuju (nilai tertinggi = 5), sehingga dapat dihitung

sebagai berikut : $72 \times 4 \times 5 = 1.440$.

Dengan memperbandingkan nilai skor total jawaban responden dengan skor total nilai ideal maka akan diperoleh suatu deskripsi data tentang variabel kemudahan % kemudahan = $[1.000 : 1440] \times 100\% = 69,4\%$. Dengan demikian bahwa menurut 72 mahasiswa dijadikan sebagai responden, kemudahan menjadi perhatian yang harus dipertimbangkan dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

4.Deskripsi Variabel Keamanan (X3)

Skor total dari jawaban responden untuk variabel complete features yang diperoleh dengan cara mengkalikan jumlah frekuensi masing-masing jawaban responden dengan nilai interval kemudian menjumlahkannya masing-masing skor total sehingga diperoleh nilai sebagai berikut : 296

+ 299 + 290 + 289 = 1.174. Sebagai pembanding dipergunakan skor total ideal dengan anggapan bahwa setiap responden dalam menjawab kuesioner untuk variabel keamanan akan memilih opsi sangat setuju (nilai tertinggi = 5), sehingga dapat dihitung sebagai berikut : $72 \times 4 \times 5 = 1.440$.

Dengan memperbandingkan nilai skor total jawaban responden dengan skor total nilai ideal maka akan diperoleh suatu deskripsi data tentang variabel keamanan % keamanan = $[1.174 : 1440] \times 100\% = 81,5\%$. Dengan demikian bahwa menurut 72 mahasiswa dijadikan sebagai responden, keamanan menjadi perhatian yang harus dipertimbangkan dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

5.Deskripsi Data Variabel Kepuasan Pengguna (Y)

Skor total dari jawaban responden untuk variabel complete features yang diperoleh dengan cara mengkalikan jumlah frekuensi masing-masing jawaban responden dengan nilai interval kemudian menjumlahkannya masing-masing skor total sehingga diperoleh nilai sebagai berikut : 331

+ 319 + 280 + 314 = 1.244. Sebagai pembanding dipergunakan skor total ideal dengan anggapan bahwa setiap responden dalam menjawab kuesioner untuk variabel kepuasan akan memilih opsi sangat setuju (nilai tertinggi = 5), sehingga dapat dihitung sebagai berikut : $72 \times 4 \times 5 = 1.440$.

Dengan memperbandingkan nilai skor total jawaban responden dengan skor total nilai ideal

maka akan diperoleh suatu deskripsi data tentang variabel complete features % Kualitas Produk = $[1.244 : 1.440] \times 100\% = 86,3\%$. Dengan demikian bahwa menurut 72 mahasiswa dijadikan sebagai responden, complete features menjadi perhatian yang harus dipertimbangkan dalam meningkatkan kepuasan pengguna.

6. Analisis Data

Pada pengujian regresi sederhana, terhadap masing-masing variabel penelitian, diketahui bahwa hasil analisis dari regresi linear untuk variabel complete features dengan variabel kepuasan pengguna zoom meeting memenuhi persamaan $Y = 17,940 + 0,417 X$, nilai persamaan tersebut memberikan pengertian bahwa seiring meningkatnya nilai complete features maka nilai dari variabelkepuasan pengguna akan meningkat, artinya bahwa apabila nilai complete features ditingkatkan satu unit skor maka nilai dari kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,322 ditambah nilai konstan sebesar 6,902.

Sedangkan persamaan regresi linear antara variabel kemudahan dengan variabel kepuasan pengguna memenuhi persamaan $Y = 26,555 + 0,144 X$, nilai persamaan tersebut memberikan pengertian bahwa seiring meningkatnya nilai kemudahan maka nilai dari variabel kepuasan pengguna akan meningkat, artinya bahwa apabila nilai kemudahan ditingkatkan satu unit skor maka nilai dari kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,181 ditambah nilai konstan sebesar 6,902. Kemudian persamaan regresi linear antara variabel keamanan dengan variabel kepuasan pengguna memenuhi persamaan $Y = 15,057 + 0,480 X$, nilai persamaan tersebut memberikan pengertian bahwa seiring meningkatnya nilai keamanan maka nilai dari variabel kepuasan pengguna akan meningkat, artinya bahwa apabila nilai lokasi usaha ditingkatkan satu unit skor maka nilai dari kinerja usaha akan meningkat sebesar 0,188 ditambah nilai konstan sebesar 6,902.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi berganda bahwa secara simultan variabel complete features, kemudahan dan keamanan berhubungan dengan kepuasan pengguna maka akan memenuhi persamaan garis regresi $Y = 7,681 + 0,347 X_1 + 0,026 X_2 + 0,352 X_3$. Dengan hasil tersebut, maka dapat dikatakan bahwa berdasarkan persepsi responden variabel complete features, variable kemudahan dan keamanan menjadi faktor penting dalam mempengaruhi variabel kepuasan pengguna zoom meeting, karena dengan semakin baiknya complete features, kemudahan dan keamanan maka akan meningkatkan kepuasan pengguna zoom

meeting.

Berdasarkan hasil analisis korelasi produk moment antara variabel complete features dengan variabel kepuasan pengguna (Y) sebesar 2,201 dengan signifikansi pada α 0,031 lebih kecil dari taraf kesalahan 5%. Sedangkan hasil analisis antara variabel kemudahan dengan variabel kepuasan pengguna sebesar 1,515 dengan signifikansi pada α 0,134 lebih kecil dari taraf kesalahan 5%. Kemudian hasil analisis antara variabel keamanan dengan variabel kepuasan pengguna sebesar 1,686 dengan signifikansi pada α 0,096 lebih kecil dari taraf kesalahan 5%.

Pembahasan

1. Pengaruh Complete Features terhadap Kepuasan Pengguna

Rumusan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan complete feature terhadap kepuasan pengguna zoom meeting pada mahasiswa prodi manajemen angkatan 2018 universitas muhammadiyah ponorogo dapat terbukti kebenarannya. Selain mengetahui adanya pengaruh complete features terhadap kepuasan pengguna, dapat juga diketahui besarnya pengaruh. Hasil penelitian diperoleh nilai t-hitung > t-tabel sebesar $2,201 > 1,994$ sehingga dapat disimpulkan secara parsial complete features (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kelengkapan fitur menjadi salah satu faktor yang unggul berdasarkan hasil tanggapan responden yang menggunakan aplikasi zoom meeting, karena kemampuan aplikasi zoom dalam memberikan keunggulan dari segi fitur-fitur yang lengkap serta menarik. Dengan kelengkapan fitur yang lengkap dan menarik, menjadikan aplikasi zoom meeting menjadi salah satu aplikasi teknologi komunikasi yang unggul dari aplikasi yang sejenis.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Natalia & Br Ginting, 2018) yang berjudul "Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Penggunaan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu" menunjukkan hasil bahwa complete features atau kelengkapan fitur berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Dengan demikian peningkatan kualitas produk bisa dijadikan sebagai strategi yang tepat untuk meningkatkan kepuasan pengguna.

2. Pengaruh Kemudahan terhadap Kepuasan Pengguna

Rumusan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh secara signifikan kemudahan terhadap kepuasan pengguna zoom meeting pada mahasiswa prodi manajemen angkatan 2018 universitas muhammadiyah ponorogo dapat terbukti kebenarannya. Selain mengetahui adanya pengaruh kemudahan terhadap kepuasan pengguna, dapat juga diketahui besarnya pengaruh. Hasil penelitian diperoleh nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ sebesar $1,515 < 1,994$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial kemudahan (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang diunggulkan dari responden yang menggunakan aplikasi zoom meeting, karena adanya aplikasi zoom meeting sebagai media penunjang pembelajaran berbasis daring dapat menjadikan proses pembelajaran menjadi lebih bervariasi.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Chusnah dan Indriana, 2020) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech” menunjukkan hasil bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Pengaruh Keamanan terhadap Kepuasan Pengguna

Rumusan hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh secara signifikan keamanan terhadap kepuasan pengguna zoom meeting pada mahasiswa prodi manajemen angkatan 2018 universitas muhammadiyah ponorogo dapat terbukti kebenarannya. Selain mengetahui adanya pengaruh keamanan terhadap kepuasan pengguna, dapat juga diketahui besarnya pengaruh. Hasil penelitian diperoleh nilai $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$ sebesar $1,686 < 1,994$ sehingga dapat disimpulkan bahwa secara parsial keamanan (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Keamanan menjadi salah satu faktor yang diunggulkan oleh para responden yang menggunakan aplikasi zoom meeting, karena kemampuannya dalam menjamin ataskerahasiaan data informasi penggunaannya agar tidak disalahgunakan oleh pihak yang tidak berhak untuk mengaksesnya.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh (Chusnah dan Indriana, 2020) yang berjudul “Pengaruh Kemudahan dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech” menunjukkan hasil bahwa kemudahan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

4. Pengaruh Complete Features, Kemudahan dan Keamanan terhadap Kepuasan

Pengguna

Hasil analisis korelasi berganda variabel complete features, kemudahan, dan keamanan terhadap kepuasan pengguna diperoleh nilai korelasi sebesar 6,902 dan hasil perhitungan uji F (hitung) untuk membuktikan hipotesis secara simultan diperoleh nilai F (Hitung) sebesar 12,166, nilai F (Hitung) tersebut lebih besar dari nilai F (tabel) sebesar 2,740. Berdasarkan perbandingan nilai f-hitung dan f tabel tersebut maka dapat ditarik suatu interpretasi yang sesuai hipotesis penelitian yaitu terdapat pengaruh secara bersama complete features, kemudahan dan keamanan terhadap kepuasan pengguna aplikasi zoom meeting pada mahasiswa prodi manajemen angkatan 2018 fakultas ekonomi universitas muhammadiyah ponorogo. Sedangkan berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi dapat diperoleh informasi bahwa secara bersamaan complete features, kemudahan dan keamanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pengguna sebesar 34,9%, nilai tersebut memberikan suatu interpretasi bahwa masih adanya variabel bebas lainnya selain variabel complete features, kemudahan dan keamanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan pengguna sebesar 65,1%.

KESIMPULAN

Complete feature (X1) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi zoom meeting pada mahasiswa Prodi Manajemen angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, artinya dalam hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dalam menggunakan aplikasi zoom, juga melihat dari sisi fitur-fitur yang diberikan oleh zoom meeting. Kemudahan (X2) secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi zoom meeting pada mahasiswa Prodi Manajemen angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, artinya dalam hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dalam menggunakan aplikasi zoom, tidak terlalu melihat dari segi kemudahan yang dirasakan dalam mengakses juga pengaplikasian pada aplikasi zoom meeting tersebut. Keamanan (X3) secara parsial berpengaruh positif tidak signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi zoom meeting pada mahasiswa Prodi Manajemen angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, artinya dalam hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa dalam menggunakan aplikasi zoom tidak terlalu

memperhatikan dari segi kemampuan zoom meeting dalam menyediakan pengamanan data privasi pengguna sebelum mengaksesnya. *Complete Features* (X1), Kemudahan (X2), dan Keamanan (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna zoom meeting pada mahasiswa Prodi Manajemen angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

DAFTAR PUSTAKA

- Alldila, N. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Sebagai Media Pembelajaran Daring*. Kumparan.com. <https://kumparan.com/novita-alldila/pemanfaatan-teknologi-sebagai-media-pembelajaran-daring-1wBob46dq65>
- Anwar, R. N., & Afifah, A., (2018), "Kepercayaan dan Keamanan Konsumen terhadap Minat Beli di Situs Online (Studi Kasus pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)", *Jurnal Manajemen*, vol.9 no.1, pp.46-57.
- Arvianti, R., (2021), "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Penggunaan, dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Aplikasi Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswi Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo)", Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Aulia, A., (2018), "Pengaruh Kepercayaan Dan Keamanan Konsumen Terhadap Minat Beli di Situs Lazada (Survey pada pengunjung situs Lazada di Jakarta Timur)", (Doctoral dissertation, Universitas Darma Persada).
- Emmywati, E., (2016), "Pengaruh Kualitas Layanan yang terdiri dari Kenyamanan, Keamanan, Kemudahan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Galeri Seni dan Pusat Meditation Ponorogo Jawa Timur", *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, vol.1 no.3.
- Erna, N., (2021), "Pengaruh Kemudahan Akses, Kenyamanan, dan Keamanan Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah", Skripsi thesis, Institut Agama Islam Ponorogo.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, *Jurnal Ecodemica*, 4, 200–210.
- Fata, Khairul, Mukhlis Yunus, M. S. M. (2017). Pengaruh Harga Citra Merek dan Fitur terhadap Kepuasan serta dampaknya pada Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen*, 4, 131–140.
- Hamid, N., (2021), "Pengaruh Persepsi Privasi Data Pengguna, Persepsi Keamanan Akun Pengguna, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan toko online Tokopedia", Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Handarini, O. I., & Wulandari, S. S. (2020). Pembelajaran Daring Sebagai Upaya Study From Home (SFH). *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 465–503. [file:///C:/Users/win10/Downloads/8503-Article Text-27609-1-10-20200629 \(1\).pdf](file:///C:/Users/win10/Downloads/8503-Article Text-27609-1-10-20200629 (1).pdf)
- Hartaroe, B. P., Mardani, R. M., & Abs, M. K. (2016). *Prodi manajemen*. 82–94.
- Lestari, S., & Indriana, K. T. (2021). (*Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi DANA*). 2(1), 66–80.
- Lutfi, M., Arifin, R., & Asiyah, S., (2021), "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Jemblung Coffee li Malang)", *Riset Manajemen*, vol.10 no.12.
- Matantu, R. N., Tampi, D. L., & Joane. V, M. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado. *Productivity*, 1(4), 355–360.

- Mentayani, I., & Rusmanto, R., (2016), "Pengaruh Kemampuan Teknologi Informasi, Kemudahan, Risiko Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Internet Banking (Studi Empiris Pada Nasabah Bank Rakyat Indonesia di Kota Banjarmasin)", *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol.9 no.2, pp. 50-68.
- Natalia, J., & Br Ginting, D. (2018). Analisis Pengaruh Kelengkapan Fitur, Persepsi Kemudahan Penggunaan, Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, Persepsi Manfaat terhadap Kepuasan Penggunaan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Pengguna Aplikasi Viu. *Media Informatika*, 17(3), 148–164. <https://doi.org/10.37595/mediainfo.v17i3.19>
- Nisa, M., (2020), "Efektivitas Hasil Pembelajaran di Era Pandemi Covid-19 Siswa Kelas VII SMP Muhammadiyah Ahmad Dahlan Sukoharjo Semester Genap Tahun Pelajaran 2019/2020", *Skripsi thesis*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Pribadi, A., & Gunawan, R. (2020). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan, Risiko, Fitur Layanan Terhadap Keputusan Nasabah Pengguna Internet Banking (Studi Kasus BRI Syariah Pusat). *Jurnal Visionida*, 6(2), 64. <https://doi.org/10.30997/jvs.v6i2.3508>
- Purba, J. A., (2017), "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Fasilitas Fitur Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area", *Skripsi thesis*, Universitas Medan Area.
- Saptawati, Y., (2019), "Pengaruh Persepsi Kemudahan, Keamanan dan Manfaat Mobile Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Bulukumba", (Doctoral dissertation).
- Saputro, Wahyu Jali., (2020), "Pengaruh Faktor Kemudahan dan Faktor Keamanan Terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menggunakan Mobile Banking", *Skripsi thesis*, Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Sari, N. E., & Oswari, T., (2020), "Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian pada Toko Online Tokopedia", *Creative Research Management Journal*, vol.3 no.2, pp. 34-46.
- Wahrudy, A., (2021), "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Zoom Meeting dimasa Pandemi Covid-19, Skripsi thesis, Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Utama, R. O. P., (2020), "Pengaruh Kelengkapan Fitur, Kemudahan Penggunaan dan Biaya Transaksi terhadap Kepuasan Nasabah Aplikasi Online Trading pada PT FAC Sekuritas Indonesia", (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Wijaya, C., (2018), "Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada", *AGORA*, vol.6 no.2.
- Yudha, S.A.P., Arifin, R., & Hufron, M., (2016), "Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grabfood", *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, vol.8 no.9.
- Yusuf Mahesa. (2020). Pengertian Konsep Pemasaran (Marketing Concept). <https://belajarekonomi.com/pengertian-konsep-pemasaran-marketing-concept/#:~:text=Konsep pemasaran adalah seperangkat strategi,juga mengalahkan persaingan yang ada,>