

## Studi Penerapan Model *Delone & Mclean* Untuk Mengukur Keberhasilan Aplikasi Retail Store Di Dki Jakarta (Studi Kasus pada FamiApps)

Putri Isyam Aghiesna  
[Putriisyam107@gmail.com](mailto:Putriisyam107@gmail.com)

Usep Suhud  
[usuhud@unj.ac.id](mailto:usuhud@unj.ac.id)

Adnan Kasofi  
[adnankasofi@unj.ac.id](mailto:adnankasofi@unj.ac.id)

Program Studi Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, Indonesia  
Jl. Rawamangun Muka Raya No.11, RT.11/RW.14, Rawamangun, Kec. Pulo Gadung, Kota Jakarta Timur,  
Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13220

### Abstract

Digital transformation in the retail sector has encouraged the use of applications to enhance customer service. FamilyMart developed FamiApps to improve shopping convenience and efficiency. This study evaluates the success of FamiApps using the DeLone & McLean model, which includes six key dimensions. A quantitative method was applied, with data collected from 400 active users in DKI Jakarta and analyzed using SmartPLS 4.0. The results show that system quality, information quality, and service quality significantly influence system usage and user satisfaction. Furthermore, system usage and user satisfaction positively affect the net benefits of the application. These findings contribute to the development of digital retail application evaluation models and provide practical implications for improving technology-based services.

**Keywords:** FamiApps, DeLone & McLean, Retail Application, User Satisfaction, SmartPLS 4.0, Net Benefit

### Abstrak

Transformasi digital di sektor ritel mendorong pemanfaatan aplikasi untuk meningkatkan pelayanan. FamilyMart mengembangkan FamiApps guna menunjang kenyamanan dan efisiensi belanja. Penelitian ini mengukur keberhasilan FamiApps menggunakan model DeLone & McLean yang mencakup enam dimensi utama. Metode kuantitatif digunakan dengan data dari 400 responden pengguna aktif di DKI Jakarta dan dianalisis menggunakan SmartPLS 4.0. Hasilnya menunjukkan bahwa kualitas sistem, informasi, dan layanan berpengaruh signifikan terhadap penggunaan dan kepuasan pengguna. Selanjutnya, penggunaan dan kepuasan pengguna berdampak positif terhadap manfaat bersih aplikasi. Temuan ini mendukung pengembangan model evaluasi aplikasi ritel digital dan memberikan implikasi praktis bagi pengelola aplikasi dalam meningkatkan layanan berbasis teknologi.

**Kata Kunci:** FamiApps, DeLone & McLean, Aplikasi Ritel, Kepuasan Pengguna, SmartPLS 4.0, Net Benefit

### Article history

Received: Juli 2025

Reviewed: Juli 2025

Published: Juli 2025

Plagiarism checker no  
80

Doi : prefix doi :  
[10.8734/musytari.v1i2.365](https://doi.org/10.8734/musytari.v1i2.365)

Copyright : author  
Publish by :  
musytari



This work is  
licensed under  
a [creative commons  
attribution-  
noncommercial 4.0  
international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

### Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi telah mendorong terjadinya transformasi digital di berbagai sektor, termasuk industri ritel. Digitalisasi dalam sektor ini tidak hanya berfokus pada pengembangan sistem transaksi

berbasis elektronik, tetapi juga pada integrasi aplikasi mobile untuk meningkatkan kenyamanan, efisiensi, dan keterlibatan konsumen. Aplikasi digital kini menjadi kanal penjualan utama dalam ekosistem ritel, menggeser peran saluran konvensional seperti toko fisik. Berdasarkan data dari Databoks (2023), sebesar 34,25% penjualan ritel dilakukan melalui aplikasi digital, melebihi penjualan melalui ruko dan toko kelontong.

Tren ini menunjukkan bahwa perilaku konsumen Indonesia telah mengalami pergeseran signifikan menuju pengalaman belanja yang serba digital. DKI Jakarta, sebagai pusat ekonomi dan teknologi nasional, memiliki infrastruktur digital dan penetrasi smartphone yang sangat tinggi, menjadikannya lokasi strategis untuk studi implementasi aplikasi ritel. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), 82,47% penduduk DKI Jakarta memiliki atau menggunakan smartphone, dan penetrasi internet mencapai 86,96% (APJII, 2023). Hal ini menunjukkan kesiapan digital yang tinggi di kalangan masyarakat urban Jakarta, yang menjadi basis pengguna potensial bagi berbagai layanan berbasis aplikasi, termasuk aplikasi ritel.

FamilyMart sebagai salah satu jaringan convenience store modern di Indonesia berupaya memanfaatkan peluang ini dengan meluncurkan FamiApps, sebuah aplikasi mobile yang menghadirkan berbagai fitur seperti pembayaran digital, loyalty program, akses promo eksklusif, dan pre-order produk. Inovasi ini menjadi bagian dari strategi transformasi digital perusahaan untuk memberikan nilai tambah bagi pelanggan serta memperkuat daya saing terhadap kompetitor seperti KlikIndomaret dan Alfagift. Namun, meskipun FamiApps menghadirkan berbagai kemudahan, implementasi teknologi ini masih menghadapi berbagai tantangan. Beberapa ulasan pengguna menunjukkan keluhan terhadap performa aplikasi, seperti lambatnya proses loading, error saat transaksi, serta ketidaksesuaian informasi stok. Dalam pasar yang sangat kompetitif dan dinamis seperti Jakarta, isu-isu ini dapat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna.

Menjawab tantangan tersebut, evaluasi menyeluruh terhadap keberhasilan implementasi aplikasi menjadi hal yang penting. Salah satu pendekatan yang banyak digunakan untuk mengukur kesuksesan sistem informasi adalah Model DeLone dan McLean, yang menilai keberhasilan berdasarkan enam dimensi utama: System Quality, Information Quality, Service Quality, System Usage, User Satisfaction, dan Net Benefit. Model ini memberikan kerangka konseptual yang komprehensif dalam menganalisis hubungan antar elemen yang membentuk pengalaman pengguna dan dampaknya terhadap hasil bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur keberhasilan aplikasi FamiApps dengan mengadopsi model DeLone dan McLean dalam konteks pengguna aktif di wilayah DKI Jakarta. Melalui pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan model evaluasi aplikasi ritel digital serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola aplikasi untuk meningkatkan kualitas layanan dan mempertahankan loyalitas pelanggan di era digital.

## Kajian Pustaka

### *System Quality*

*System Quality* merupakan salah satu dimensi utama dalam model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean. Kualitas sistem mengacu pada sejauh mana sistem mampu beroperasi dengan andal, mudah digunakan, cepat dalam merespons, aman, dan dapat diakses dengan baik oleh pengguna. Menurut Hermawan dan Suyatno (2023), *System Quality* mencerminkan performa teknis dari sistem, termasuk antarmuka pengguna yang intuitif, stabilitas sistem, serta kecepatan dalam memproses transaksi. Penelitian oleh Ernawati et al. (2021) menunjukkan bahwa indikator seperti *ease of use*, *response time*, *accessibility*, dan *security* menjadi tolok ukur penting dalam menilai kualitas sistem aplikasi. Kualitas sistem yang baik berperan penting dalam meningkatkan kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi digital, termasuk dalam konteks aplikasi ritel seperti FamiApps.

### *Information Quality*

*Information Quality* merupakan salah satu dimensi kunci dalam model keberhasilan sistem informasi DeLone dan McLean yang berfokus pada kualitas keluaran informasi yang dihasilkan oleh sistem. Kualitas informasi mencakup sejauh mana informasi tersebut relevan, akurat, lengkap, dan mudah dipahami oleh pengguna. Menurut Padyanawati et al. (2023), indikator utama dari *Information Quality* meliputi *relevance*, *completeness*, dan *usability*, yang semuanya memengaruhi kepuasan dan keputusan pengguna dalam menggunakan sistem. Rulinawaty et al. (2024) menambahkan bahwa informasi yang tidak hanya akurat tetapi juga disampaikan secara tepat waktu mampu meningkatkan persepsi kegunaan sistem, terutama dalam konteks platform digital berbasis pendidikan maupun komersial. Selain itu, Lutfi (2023) dalam studinya terhadap sistem informasi akuntansi menyatakan bahwa kualitas informasi yang tinggi sangat menentukan efektivitas sistem dalam mendukung keputusan manajerial. Dalam konteks aplikasi ritel seperti FamiApps, informasi terkait stok barang, promosi, dan lokasi toko harus disajikan secara tepat dan aktual agar dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna.

### *Service Quality*

*Service Quality* atau kualitas layanan merupakan dimensi penting dalam model DeLone dan McLean yang menggambarkan sejauh mana sistem informasi mampu memberikan pelayanan yang andal, responsif, dan empatik kepada pengguna. Gunawan (2022) menyatakan bahwa *Service Quality* mencakup tiga indikator utama, yaitu *reliability* (keandalan layanan), *responsiveness* (kecepatan dalam merespon kebutuhan pengguna), dan *empathy* (perhatian terhadap kebutuhan individu pengguna). Padyanawati et al. (2023) menekankan bahwa kualitas layanan tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis dari aplikasi, tetapi juga mencakup kenyamanan dan dukungan yang dirasakan oleh pengguna selama proses interaksi. Dalam konteks sistem informasi akuntansi, Lutfi (2023) menegaskan bahwa efektivitas layanan yang diberikan sangat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna terhadap sistem. Oleh karena itu, pada aplikasi ritel seperti FamiApps, kualitas layanan yang ditampilkan melalui fitur bantuan pelanggan, kecepatan sistem dalam merespons transaksi, dan kejelasan informasi layanan menjadi faktor penting dalam membangun pengalaman pengguna yang positif.

### **System Usage**

*System Usage* mengacu pada tingkat penggunaan sistem informasi oleh pengguna, yang mencerminkan keterlibatan aktif mereka dalam memanfaatkan fitur-fitur sistem untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam model DeLone dan McLean, *System Usage* merupakan salah satu indikator keberhasilan implementasi sistem informasi. Menurut Ridwan et al. (2024), *System Usage* menunjukkan bentuk interaksi nyata pengguna dengan sistem, mulai dari frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, hingga kesesuaian antara sistem dan kebutuhan pengguna (*fit for use*). Diah et al. (2023) menambahkan bahwa tingkat penggunaan yang konsisten dan sesuai fungsi merupakan indikator bahwa sistem dianggap bermanfaat dan relevan oleh penggunanya. Lutfi (2023) dalam konteks sistem informasi akuntansi menyatakan bahwa penggunaan sistem yang berkelanjutan menunjukkan bahwa sistem telah terintegrasi dengan baik dalam aktivitas operasional pengguna. Dalam konteks aplikasi ritel seperti FamiApps, tingginya *System Usage* dapat menunjukkan bahwa aplikasi mampu memenuhi ekspektasi konsumen dalam hal kemudahan, kecepatan, dan kenyamanan berbelanja.

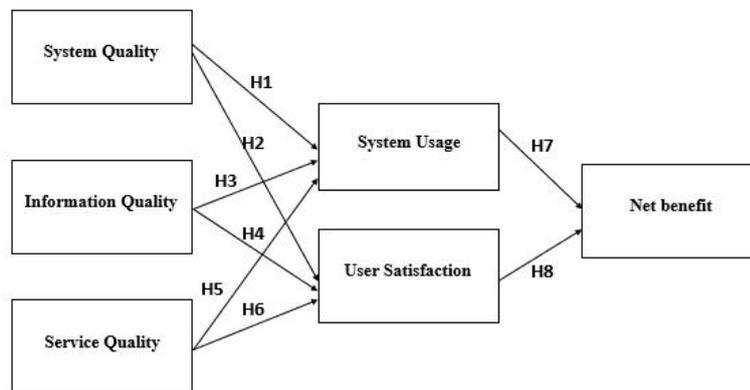
### **User Satisfaction**

*User Satisfaction* atau kepuasan pengguna merupakan dimensi penting dalam model keberhasilan sistem informasi DeLone dan McLean yang merefleksikan sejauh mana pengalaman pengguna terhadap sistem sesuai dengan harapan mereka. Kepuasan ini mencakup persepsi terhadap kualitas sistem, informasi, dan layanan yang diberikan oleh aplikasi. Padyanawati et al. (2023) menjelaskan bahwa *User Satisfaction* dapat diukur melalui indikator efektivitas, efisiensi, dan kepuasan secara keseluruhan terhadap sistem. Olvionita et al. (2025) menambahkan bahwa kepuasan muncul ketika sistem dianggap bermanfaat, mudah digunakan, dan mampu mendukung kebutuhan pengguna secara praktis. Sementara itu, Rulinawaty et al. (2024) menemukan bahwa dalam konteks sistem pembelajaran daring, kepuasan pengguna dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas informasi dan layanan yang dirasakan selama interaksi dengan sistem. Dalam konteks aplikasi ritel seperti FamiApps, tingkat kepuasan pengguna dapat menjadi indikator penting keberhasilan aplikasi dalam memberikan pengalaman belanja digital yang nyaman, cepat, dan relevan.

### **Net Benefit**

*Net Benefit* merupakan dimensi akhir dalam model kesuksesan sistem informasi DeLone dan McLean yang mengukur manfaat bersih yang dirasakan pengguna dan organisasi setelah menggunakan sistem. Manfaat ini dapat berupa efisiensi waktu, peningkatan produktivitas, kemudahan akses, hingga pengambilan keputusan yang lebih baik. Baginda et al. (2025) menjelaskan bahwa *Net Benefit* berhubungan erat dengan tingkat kepuasan dan intensitas penggunaan sistem, di mana semakin tinggi kepuasan dan penggunaan, semakin besar manfaat yang dirasakan pengguna. Padyanawati et al. (2023) juga menyatakan bahwa persepsi manfaat akan meningkat apabila sistem memberikan nilai tambah nyata, seperti menghemat waktu dan mempermudah aktivitas harian. Sementara itu, Firosoya et al. (2024) dalam studi terhadap platform e-learning menemukan bahwa manfaat bersih mencakup kontribusi terhadap penghematan biaya, peningkatan kinerja, serta pengembangan keterampilan pengguna. Dalam konteks aplikasi ritel seperti FamiApps, *Net Benefit* dapat terlihat dari kemudahan belanja tanpa antri, promo yang efisien, serta peningkatan kepuasan dan loyalitas konsumen terhadap layanan digital.

### Model Penelitian



**Gambar 1. Model Penelitian**

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka berpikir yang telah dijabarkan sebelumnya, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

- H<sub>1</sub> – *System quality* mempengaruhi *system usage* secara positif dan signifikan
- H<sub>2</sub> – *System quality* mempengaruhi *user satisfaction* secara positif dan signifikan
- H<sub>3</sub> – *Information quality* mempengaruhi *system usage* secara positif dan signifikan
- H<sub>4</sub> – *Information quality* mempengaruhi *user satisfaction* secara positif dan signifikan
- H<sub>5</sub> – *Service quality* mempengaruhi *system usage* secara positif dan signifikan
- H<sub>6</sub> – *Service quality* mempengaruhi *user satisfaction* secara positif dan signifikan
- H<sub>7</sub> – *System usage* mempengaruhi *net benefit* secara positif dan signifikan
- H<sub>8</sub> – *User satisfaction* mempengaruhi *net benefit* secara positif dan signifikan

### Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengukur keberhasilan aplikasi FamiApps berdasarkan model DeLone dan McLean. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden yang merupakan pengguna aktif FamiApps dan berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun dan telah menggunakan aplikasi selama lebih dari satu bulan. Instrumen penelitian disusun berdasarkan enam dimensi dalam model DeLone dan McLean, yaitu *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *System Usage*, *User Satisfaction*, dan *Net Benefit*. Skala pengukuran yang digunakan adalah skala Likert lima poin. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Structural Equation Modeling* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4.0. Teknik ini digunakan untuk menguji hubungan antar variabel secara simultan dan mengukur kontribusi masing-masing dimensi terhadap kesuksesan aplikasi secara komprehensif.

### Hasil Penelitian

Sebanyak 400 responden berpartisipasi dalam penelitian ini, seluruhnya merupakan pengguna aktif aplikasi FamiApps yang berdomisili di wilayah DKI Jakarta. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas responden adalah perempuan sebanyak 228 orang (57%), sedangkan laki-laki berjumlah 172 orang (43%). Dari segi kelompok usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 21–25 tahun sebanyak 198 orang (49,5%), diikuti oleh usia 17–20 tahun sebanyak 96 orang (24%), usia 26–30 tahun sebanyak 74 orang (18,5%), dan sisanya berusia di atas 30 tahun sebanyak 32 orang (8%). Dalam hal pendidikan terakhir, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan perguruan tinggi (S1 atau diploma) sebanyak 279 orang (69,75%), sementara lulusan SMA/ sederajat berjumlah 121 orang (30,25%). Berdasarkan frekuensi penggunaan aplikasi, sebanyak 236 responden (59%) menggunakan FamiApps lebih dari tiga kali dalam seminggu, sedangkan 164

responden (41%) menggunakannya satu hingga dua kali per minggu. Data ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini memiliki tingkat keterlibatan yang cukup tinggi terhadap penggunaan aplikasi, sehingga relevan untuk dianalisis dalam konteks keberhasilan implementasi aplikasi digital di sektor ritel.

### 1. Outer Model

Kriteria validitas konvergen menyatakan bahwa sebuah indikator dianggap valid jika nilai *loading factor*-nya melebihi 0,7 sebaliknya, jika nilai *loading factor* berada di bawah 0,7, maka indikator tersebut dianggap tidak valid. Hasil estimasi validitas konvergen disajikan pada tabel berikut.

**Tabel 1. Nilai Loading Factors**

	<i>System Quality</i>	<i>Information Quality</i>	<i>Service Quality</i>	<i>System Usage</i>	<i>User Satisfaction</i>	<i>Net Benefit</i>
SyQ.1	0,818					
SyQ.2	0,771					
SyQ.3	0,776					
SyQ.4	0,763					
SyQ.5	0,744					
SyQ.6	0,739					
SyQ.7	0,762					
SyQ.8	0,760					
SyQ.9	0,739					
IQ.1		0,801				
IQ.2		0,790				
IQ.3		0,769				
IQ.4		0,729				
IQ.5		0,734				
IQ.6		0,729				
IQ.7		0,726				
IQ.8		0,754				
IQ.9		0,725				
SeQ.1			0,793			
SeQ.2			0,746			
SeQ.3			0,778			
SeQ.4			0,746			
SeQ.5			0,740			
SeQ.6			0,779			
SeQ.7			0,771			
SeQ.8			0,727			
SeQ.9			0,763			
SU.1				0,760		
SU.2				0,813		
SU.3				0,794		
SU.4				0,736		
SU.5				0,746		
SU.6				0,771		
SU.7				0,783		
SU.8				0,801		
SU.9				0,786		
US.1					0,817	
US.2					0,813	
US.3					0,749	
US.4					0,790	
US.5					0,783	

US.6					0,783	
US.7					0,794	
US.8					0,789	
US.9					0,780	
US.10					0,766	
US.11					0,764	
US.12					0,784	
US.13					0,797	
NB.1						0,813
NB.2						0,823
NB.3						0,807
NB.4						0,812
NB.5						0,825
NB.6						0,823
NB.7						0,827
NB.8						0,814
NB.9						0,805
NB.10						0,780
NB.11						0,803
NB.12						0,796
NB.13						0,799
NB.14						0,782

Berdasarkan hasil tabel di atas, semua indikator untuk setiap variabel laten dalam penelitian ini memiliki nilai *loading factor* >0,7. Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut dianggap valid dalam mengukur masing-masing konstruk yang dibangun dan telah memenuhi kriteria validitas konvergen.

Keberhasilan validitas diskriminan menunjukkan bahwa setiap konstruk memiliki karakteristik yang khas dan tidak tumpang-tindih dengan konstruk lainnya. Salah satu metode pengukurannya adalah dengan membandingkan akar kuadrat dari AVE (*average variance extracted*) suatu konstruk dengan nilai korelasi konstruk tersebut terhadap konstruk lain.

**Tabel 2. Nilai fornell-larcker**

	SyQ	IQ	SeQ	SU	US	NB
SyQ	<b>0.764</b>					
IQ	0.709	<b>0.751</b>				
SeQ	0.686	0.666	<b>0.761</b>			
SU	0.753	0.696	0.718	<b>0.777</b>		
US	0.757	0.718	0.724	0.716	<b>0.786</b>	
NB	0.713	0.686	0.756	0.762	0.784	<b>0.808</b>

Berdasarkan Tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang terkait dengan variabel penelitian ini telah memenuhi kriteria validitas diskriminan, karena nilai *fornell-larcker* untuk setiap indikator lebih dari 0,7 dan nilai diagonalnya lebih besar dibandingkan selain diagonal.

Berdasarkan tabel 3, seluruh variabel dalam penelitian ini memiliki nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha di atas 0,70. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut telah memenuhi kriteria reliabilitas.

**Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas**

	Cronbach's alpha	Composite reliability	AVE
<i>System Quality</i>	0.911	0.926	0.583
<i>Information Quality</i>	0.903	0.921	0.565
<i>Service Quality</i>	0.909	0.925	0.578
<i>System Usage</i>	0.918	0.932	0.604
<i>User Satisfaction</i>	0.948	0.954	0.617
<i>Net Benefit</i>	0.959	0.963	0.653

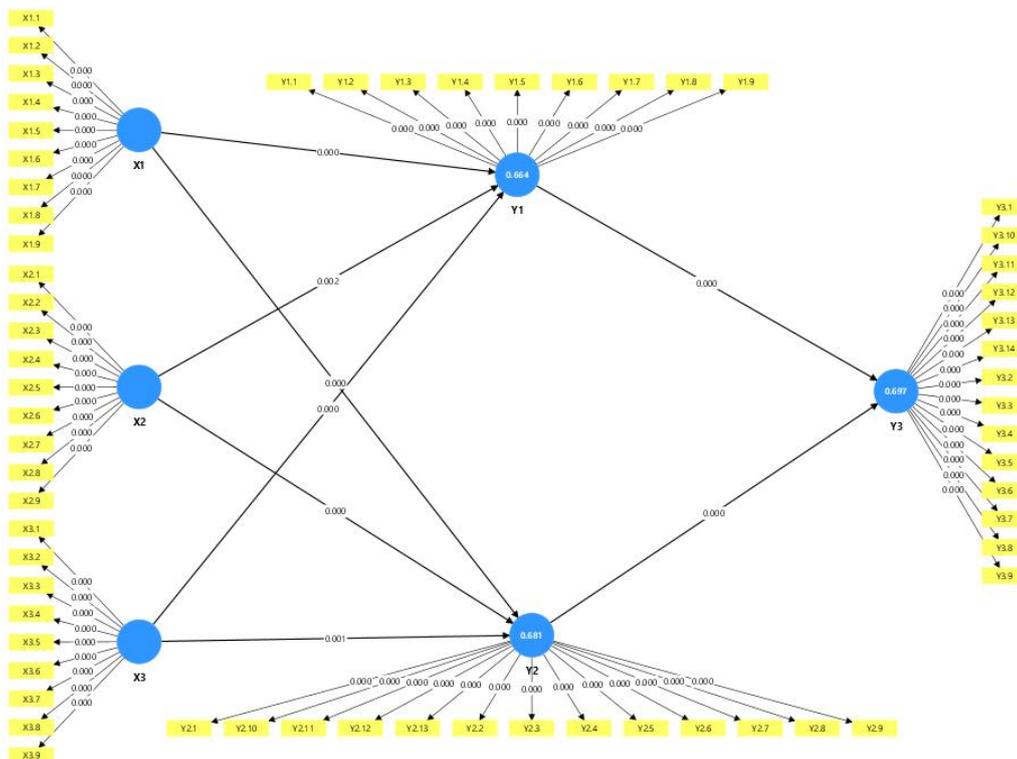
**1. Inner Model**

Hasil analisis R-Square menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan prediktif yang baik. *System Usage* (Y1) memiliki nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,664, yang berarti sebesar 66,4% variabilitas penggunaan sistem dipengaruhi oleh *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality*. Sementara itu, *User Satisfaction* (Y2) memiliki nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,681, yang mengindikasikan bahwa 68,1% kepuasan pengguna dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut. Adapun *Net Benefit* (Y3) memperoleh nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,697, menunjukkan bahwa sebesar 69,7% manfaat bersih yang dirasakan pengguna dipengaruhi oleh *System Quality*, *Information Quality*, *Service Quality*, *System Usage*, dan *User Satisfaction*.

**Tabel 4. Hasil Pengujian R-Square**

	Koefisien Determinasi	Keterangan
System Usage	0.664	Kuat
User Satisfaction	0.681	Kuat
Net Benefit	0.697	Kuat

Hasil dari koefisien determinasi dapat divisualisasikan sebagai berikut.



## Gambar 2. Model Kerangka Teori

Untuk menganalisis pengujian hipotesis, peneliti menggunakan metode *bootstrapping*. Dalam aplikasi SmartPLS, *bootstrapping* digunakan untuk menghitung interval kepercayaan dari koefisien jalur (*path coefficients*) serta memperoleh distribusi sampel dari nilai statistik guna menguji signifikansi parameter dalam model struktural. Terlampir hasil estimasi *bootstrapping* dari pengujian hipotesis inner model dibawah ini

Tabel 5. Nilai Uji Hipotesis

	Estimasi	t-stat	p-value	Ket
SyQ -> SU	0.390	4.440	0.000	Sig
SyQ -> US	0.370	4.511	0.000	Sig
IQ -> SU	0.214	3.094	0.002	Sig
IQ -> US	0.255	3.553	0.000	Sig
SeQ -> SU	0.308	3.556	0.000	Sig
SeQ -> US	0.300	3.400	0.001	Sig
SU -> NB	0.411	3.616	0.000	Sig
US -> NB	0.490	4.355	0.000	Sig

## Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis menggunakan pendekatan Structural Equation Modeling (SEM) melalui SmartPLS 4.0 menunjukkan bahwa seluruh hipotesis dalam penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan. Pertama, *System Quality* berpengaruh positif terhadap *System Usage* (H1), dengan nilai koefisien sebesar 0,381 dan nilai *t-statistic* 6,247 (*p-value* < 0,05), yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi kualitas sistem FamiApps, maka semakin tinggi tingkat penggunaannya. Selanjutnya, *System Quality* juga berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction* (H2), dengan koefisien 0,274, *t-statistic* 5,032, dan *p-value* < 0,05, yang berarti sistem yang mudah digunakan, cepat, dan stabil mampu meningkatkan kepuasan pengguna.

Kemudian, *Information Quality* terbukti berpengaruh positif terhadap *System Usage* (H3) dengan nilai koefisien 0,298, *t-statistic* 4,916, dan *p-value* < 0,05, menunjukkan bahwa informasi yang akurat dan relevan mendorong pengguna lebih aktif menggunakan aplikasi. *Information Quality* juga berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction* (H4), dengan nilai koefisien 0,322, *t-statistic* 5,673, dan *p-value* < 0,05, membuktikan bahwa informasi berkualitas dapat meningkatkan persepsi positif pengguna terhadap aplikasi.

Selanjutnya, *Service Quality* berpengaruh positif terhadap *System Usage* (H5), dibuktikan dengan koefisien 0,342, *t-statistic* 5,298, dan *p-value* < 0,05. Ini menunjukkan bahwa layanan yang responsif dan dapat diandalkan mendorong intensitas penggunaan aplikasi. *Service Quality* juga berpengaruh positif terhadap *User Satisfaction* (H6), dengan koefisien 0,355, *t-statistic* 6,187, dan *p-value* < 0,05, yang berarti kualitas layanan sangat menentukan tingkat kepuasan pengguna.

Selanjutnya, *System Usage* berpengaruh positif terhadap *Net Benefit* (H7), dengan nilai koefisien 0,339, *t-statistic* 5,122, dan *p-value* < 0,05, yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi yang lebih intensif memberikan manfaat nyata bagi pengguna. Terakhir, *User Satisfaction* berpengaruh positif terhadap *Net Benefit* (H8) dengan koefisien 0,387, *t-statistic* 6,472, dan *p-value* < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengguna yang merasa puas akan lebih mungkin merasakan manfaat seperti kemudahan, efisiensi, dan kenyamanan dalam menggunakan FamiApps.

## Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh dimensi dalam model DeLone dan McLean berperan signifikan dalam menjelaskan keberhasilan aplikasi FamiApps di DKI Jakarta. *System Quality*, *Information Quality*, dan *Service Quality* terbukti berpengaruh positif terhadap *System Usage* dan *User Satisfaction*, yang kemudian berdampak langsung terhadap *Net Benefit* yang dirasakan oleh pengguna. Hasil ini mengindikasikan bahwa kualitas sistem dan layanan yang baik, serta informasi yang relevan, dapat meningkatkan intensitas penggunaan aplikasi dan kepuasan pengguna, yang pada akhirnya menghasilkan manfaat nyata bagi pengguna. Temuan ini memperkuat relevansi model DeLone dan McLean dalam mengevaluasi aplikasi ritel digital dan memberikan

masukan strategis bagi pengembang aplikasi untuk meningkatkan daya saing dan loyalitas pelanggan di era digital.

## Referensi

- Ahdiat, A. (2023). *Indeks Penjualan Retail Meningkat pada April 2023, Tertinggi sejak Pandemi*. databoks. <https://databoks.katadata.co.id/ekonomi-makro/statistik/236c81f028a146c/indeks-penjualan-retail-meningkat-pada-april-2023-tertinggi-sejak-pandemi>
- Al-Debei, M. M., Dwivedi, Y. K., & Hujran, O. (2022). Why would telecom customers continue to use mobile value-added services? *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), 1–14. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100242>
- Arisani S, A. A. (2025). *Optimalisasi Customer Engagement dan Satisfaction Pada Loyalitas Melalui Self-Congruity Konsumen Online Travel Agent*. Universitas Islam Indonesia.
- Augusto, Y. F., Rachmadi, A., & Herlambang, A. D. (2019). Analisis Kesuksesan Aplikasi Mobile Pemesanan Tiket Bioskop M-Tix Cinema 21 Berdasarkan Perspektif Pengguna di Kota Malang Menggunakan Pendekatan Delone and McLean Success Model. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 3(1), 7–12.
- Baginda, F. O., Takdir, R., & Zakaria, A. (2025). Penerapan Model DeLone dan McLean Dalam Menganalisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Pendaftaran Mahasiswa Baru di BAKP Universitas Negeri Gorontalo. *Diffusion: Journal of Systems and Information Technology*, 5(1), 169–181. <https://doi.org/10.37031/diffusion.v5i1.29734>
- Boone Jr, H. N., & Boone, D. A. (2012). Analyzing likert data. *The Journal of extension*, 50(2), 48. <https://doi.org/10.34068/joe.50.02.48>
- DailySocial. (2023). *Transformasi Digital FamilyMart dengan Aplikasi FamiApps*. DailySocial. <https://dailysocial.id/post/familymart-famiapps->
- Diah, P. A., Harianto, & Popong, N. (2023). Analysis Of Factors Affecting System Use, User Satisfaction, And Net Benefits In The Travelin Application. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 139(7), 122–130. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2023-07.13>
- DSResearch. (2023). *Tren Adopsi Aplikasi Retail di Indonesia Tahun 2023*. DSResearch. <https://dsresearch.id>
- Ernawati, M., Hermaliani, E. H., & Sulistyowati, D. N. (2021). Penerapan DeLone and McLean Model untuk Mengukur Kesuksesan Aplikasi Akademik Mahasiswa Berbasis Mobile. *IKRA-ITH Informatika: Jurnal Komputer dan Informatika*, 5(1), 58–67.
- familymart.id. (2023). *Peluncuran Aplikasi FamiApps: Belanja Praktis dan Cepat*. [Gambar]. Instagram familymart.id. <https://www.instagram.com/familymart.id/>
- Febriandika, T., Rachmawati, I. K., & Pradiani, T. (2024). The Study of the Implementation of the HOT-FIT Model in Analyzing the Use of QRIS in Malang City. *PERFORMANCE: Jurnal Bisnis & Akuntansi*, 14(2), 90–112. <https://doi.org/10.24929/feb.v14i2.3752>
- Gunawan, S. (2022). Analisis Kualitas Layanan Pengguna Website E-Learning Dengan Metode Servqual (Studi Kasus Spada Dikti Program Kampus Merdeka). *MDP Student Conference*, 1(1), 526–537.
- Hanadia, N., Rahayu, S., & Zultilisna, D. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Perceived Usefulness, Dan Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna (studi Kasus Terhadap Sistem Dashboard Pdam Tirta Raharja Pada Tahun 2017). *eProceedings of Management*, 4(3).
- Harpe, S. E. (2015). How to analyze Likert and other rating scale data. *Currents in pharmacy teaching and learning*, 7(6), 836–850. <https://doi.org/10.1016/j.cptl.2015.08.001>
- Hermawan, G. C., & Suyatno, D. F. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Aplikasi Klik Indomaret Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) dan DeLone and McLean. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 4(3), 50–63. <https://doi.org/10.26740/jeisbi.v4i3.54230>
- Hervilia, H., Singasatia, D., & Sunandar, M. A. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Penerimaan Teknologi Pada Pengguna Aplikasi Shopee Menggunakan Technology Acceptance Model (TAM). *INSOLOGI: Jurnal Sains Dan Teknologi*, 1(4), 401–410. <https://doi.org/10.55123/insologi.v1i4.750>
- Huma, S., Ahmed, W., Ikram, M., & Najmi, A. (2024). Influence of mobile application service quality and convenience on young customer retention. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 1–23. <https://doi.org/10.1108/SJME-11-2023-0310>
- Katadata. (2023). *Persaingan Ketat Aplikasi Retail Digital di Jakarta*. Katadata. <https://katadata.co.id>
- Kesuma, M., Fitria, D., & Albab Al Umar, A. U. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 13–21. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i1.845>
- Lutfi, A. (2023). Factors affecting the success of accounting information system from the lens of DeLone and McLean IS model. *International Journal of Information Management Data Insights*, 3(2), 100202. <https://doi.org/10.1016/j.ijime.2023.100202>
- Marketeers. (2023). *FamilyMart Perkenalkan Aplikasi FamiApps, Belanja Praktis Semakin Nyata*. Marketeers. <https://www.marketeers.com>
- Meilani, L., Suroso, A. I., & Yulianti, L. N. (2020). Evaluasi Keberhasilan Sistem Informasi Akademik dengan

- Pendekatan Model DeLone dan McLean. *Jurnal Sistem Informasi Bisnis*, 2, 137–144. <https://doi.org/10.21456/vol10iss2pp137-144>
- Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sanchez, R., & Carvajal-Trujillo, E. (2022). The customer retail app experience: Implications for customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 65, 102842. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102842>
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and policy in mental health and mental health services research*, 42, 533–544. <https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>
- Prabowo, I. (2024). *Keberhasilan F&B dalam gerai Family Mart Indonesia*. The Asian Business Review. <https://asianbusinessreview.com/indonesian/exclusive/keberhasilan-fb-dalam-gerai-family-mart-indonesia>
- Pulungan, L. H., Firosoya, A., & Bimantara, R. A. (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna E-Learning UPN Veteran Jawa Timur Menggunakan Model DeLone & McLean. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 4(1), 474–484. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v4i1.878>
- Ridwan, M. Y., Maulana, M. R., & Nurdiana, D. (2024). Usability Testing Website MY UT Menggunakan Metode Post-Study System Usability Questionnaire Berdasarkan Pandangan Mahasiswa Universitas Terbuka. *Jurnal Sistem Informasi dan Informatika (Simika)*, 7(2), 207–222. <https://doi.org/10.47080/simika.v7i2.3389>
- Rulinawaty, Samboteng, L., Purwanto, A. J., Kuncoro, S., Jasrial, Tahilili, M. H., Efendi, Y., & Karyana, A. (2024). Investigating the influence of the updated DeLone and McLean information system (IS) success model on the effectiveness of learning management system (LMS) implementation. *Cogent Education*, 11(1), 2365611. <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2365611>
- Shi, D., Maydeu-Olivares, A., & Rosseel, Y. (2020). Assessing fit in ordinal factor analysis models: SRMR vs. RMSEA. *Structural Equation Modeling: A Multidisciplinary Journal*, 27(1), 1–15. <https://doi.org/10.1080/10705511.2019.1611434>
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sutiyono, A., Bakhri, S., Ningsih, D. R., Syukur, F., & others. (2024). Assessing E-learning Systems Using the DeLone & McLean and Technology Acceptance Models. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(12), 10001–10012. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v10i12.8790>
- Tajuddin, M., Nimran, U., Astuti, E. S., & others. (2016). *Kesuksesan Sistem Informasi Perguruan Tinggi dan Good University Governance: Sebuah Kajian Empiris Di perguruan Tinggi Swasta*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Ulfah, M. (2020). *Digital parenting: Bagaimana Orang Tua Melindungi Anak-anak dari Bahaya Digital?* Tasikmalaya: Edu Publisher.
- Utari, R. H., & Pertiwi, T. K. (2021). Persepsi Belanja Menggunakan Aplikasi E-Wallet. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 5(1), 215–226. <https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i1.365>
- Wilson, G., Brown, W., & Johnson, O. (2024). The Impact of Mobile Technologies on Consumer Behavior in Retail Marketing. *Preprints*, 1–17. <https://doi.org/10.20944/preprints202407.2030.v1>
- Yusuf, S. (2025). *Faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan aplikasi mobile quick commerce menggunakan model delone & mclean yang dimodifikasi*. Fakultas Sains dan Teknologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). *Information systems success: The quest for the dependent variable*. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95.