

Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen: Studi Pada Pengguna Aplikasi Haji Pintar

Nanda Rizki Maulidia¹, Laily Muzdalifah²

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Nahdlatul Ulama Sidoarjo

31420020.mhs@unusida.ac.id¹, lialy_muzdalifah.mnj@unusida.ac.id²

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of information quality and service quality on consumer satisfaction among Smart Hajj application users. Based on the Accidental Sampling method, a sample of 75 respondents was obtained. The analysis method uses multiple linear regression. From the results of the t test, it shows that the information quality variable has a calculated t value of 10.341 > t table 1.995 and a significance value of 0.000 < 0.05, so H1 is accepted, which means that the information quality variable has a significant effect on the dependent variable consumer satisfaction, the service quality variable has a calculated t value amounting to 3.047 > t table 1.995 and a significance value of 0.003 < 0.05, then H2 is accepted, which means that the independent variable service quality has a significant effect on the dependent variable consumer satisfaction. From the results of the F test of 90.907 > F table 3.12, H3 is accepted, which means that there is a positive influence simultaneously (simultaneously) between the independent variable and the dependent variable. Then based on the results of the determination test or R2 test it is 0.716, this means that 71.6% of the consumer satisfaction variable can be explained by the information quality and service quality variables.

Keywords: information quality, service quality, satisfaction, Haji Pintar app

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi haji pintar. Berdasarkan metode *accidental sampling* menghasilkan sampel sebanyak 75 responden. Metode analisis menggunakan regresi linier berganda. Dari hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas informasi memiliki nilai t hitung sebesar 10,341 > t tabel 1,995 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka H1 di terima yang artinya variabel kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen, variabel kualitas layanan memiliki nilai t hitung sebesar 3,047 > t tabel 1,995 dan nilai signifikansi 0,003 < 0,05, maka H2 di terima yang artinya variabel independen kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan konsumen. Dari hasil uji F sebesar 90,907 > F tabel 3,12, maka H3 di terima yang artinya bahwa terdapat pengaruh positif secara bersama-sama (simultan) antara variabel independen dengan variabel dependen. Kemudian berdasarkan hasil uji determinasi atau uji R2 adalah 0,716, hal tersebut berarti 71,6% variabel kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kualitas informasi dan kualitas layanan.

Kata kunci: kualitas informasi, kualitas layanan, kepuasan, aplikasi Haji Pintar

PENDAHULUAN

Era globalisasi, pertumbuhan ekonomi serta perkembangan teknologi di Indonesia berkembang dengan sangat pesat, hal itu dapat dilihat dengan pengguna internet yang semakin banyak. Internet dapat memberikan kemudahan bagi penggunanya sehingga membuat penggunanya dapat menggunakan internet dengan sangat mudah (Masduqie et al., 2024). Pesatnya pertumbuhan internet di Indonesia juga dimuat dalam artikel berita. Pratomo menyatakan bahwa menurut hasil survei pada tahun 2018 pengguna internet di Indonesia mengalami kenaikan. Menurut hasil survei, pada tahun 2018 adanya kenaikan hingga 171,17 juta pengguna untuk pengguna internet (Rosana, 2010).

Meningkatnya pengguna internet juga turut meningkatkan efisiensi pelayanan publik dengan menggunakan aplikasi berbasis internet. Internet sangat berperan dalam mendukung perkembangan aplikasi, terutama dalam meningkatkan pelayanan suatu Instansi atau lembaga. Saat ini, banyak sekali Instansi yang beralih menggunakan aplikasi sebagai media untuk mempermudah pelayanannya. Hal itu didukung dengan banyaknya penyedia aplikasi di Indonesia. Seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi, Kementerian Agama meluncurkan aplikasi Haji Pintar untuk mempermudah bagi calon Jamaah Haji untuk mengakses berbagai informasi tentang perhajian yang mudah dioperasikan oleh berbagai kalangan (Senoaji et al., 2020).

Kementerian Agama sebagai *leading sector* berbagai kebijakan yang berkaitan dengan kehidupan beragama di masyarakat salah satunya yakni penyelenggaraan ibadah haji. Sebagaimana disebutkan dalam Peraturan Menteri Agama (PMA) Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2010 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Agama bahwa Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah (Dirjen PHU) merupakan unit kerja di Kementerian Agama yang bertugas merumuskan serta melaksanakan kebijakan serta standarisasi teknis dalam penyelenggaraan ibadah haji (Hidayat, 2016). Sebagai upaya meningkatkan efektivitas, efisiensi, serta akuntabilitas pelayanan penyelenggaraan ibadah haji, Dirjen PHU Kementerian Agama melalui Subdirektorat Akomodasi Haji sejak tahun 2015 mengembangkan aplikasi 'Haji Pintar' sebagai inovasi pelayanan berbasis teknologi informasi dan komunikasi (TIK) yang bertujuan untuk memberikan kemudahan dalam memberikan layanan penyelenggaraan ibadah haji mulai dari pendaftaran, jadwal keberangkatan, hingga pelaksanaan ibadah haji di Arab Saudi. Aplikasi Haji Pintar merupakan layanan berbasis *mobile* yang dapat digunakan oleh calon jemaah dan jemaah haji melalui perangkat telepon seluler mereka. Untuk mendapatkan aplikasi ini, masyarakat dapat mengunduhnya di Google Playstore bagi pengguna sistem operasi Android dengan nama 'Haji Pintar' atau di Apple App Store bagi pengguna sistem operasi iOS dengan nama Haji Pintar Kemenag. Calon jemaah dan jemaah haji cukup memasukkan nomor porsi jemaah haji atau nomor paspor untuk melakukan registrasi akun.

Berdasarkan pengamatan, pada aplikasi Haji Pintar terdapat beberapa menu yang menyajikan informasi yang berkaitan dengan penyelenggaraan ibadah haji seperti: Pembinaan Haji, Layanan Dalam Negeri, Layanan Dalam Negeri, Umrah & Haji

Khusus, Informasi Jemaah Haji, Keuangan Haji, Video Tutorial, Hak & Kewajiban Jemaah Haji, Berita dan Pengumuman (Mufraini, 2021). Selain itu, berdasarkan pengamatan di Google Playstore bahwa aplikasi ini telah diunduh lebih dari seratus ribu kali. Hal ini memperlihatkan bahwa banyak masyarakat yang telah memanfaatkan aplikasi Haji Pintar sebagai media untuk mendapatkan informasi mengenai penyelenggaraan ibadah haji. Hal lain peneliti melihat bahwa aplikasi Haji Pintar memiliki *rating* 4.5 (1 sampai dengan 5) dari 3,301 pengguna, artinya aplikasi ini memiliki tingkat manfaat dan kepercayaan yang tinggi dari penggunanya. Meskipun begitu, peneliti juga melihat bahwa tidak semua pengguna aplikasi Haji Pintar mendapatkan kepuasan dari penggunaan aplikasi. Hal ini dilihat dari beberapa ulasan yang dituliskan oleh beberapa pengguna yang memiliki pengalaman tidak puas dalam menggunakan aplikasi ini.

Beberapa penelitian mengenai aplikasi Haji Pintar yang selama ini pernah dilakukan menunjukkan beberapa hal. Pertama, kehadiran aplikasi 'Haji Pintar' merupakan strategi dalam meningkatkan kualitas pelayanan penyelenggaraan ibadah haji dengan melihat peluang berupa penggunaan aplikasi Haji Pintar serta ancaman berupa aplikasi serupa (Muhibudin Wijaya Laksana, 2023). Kedua, bahwa pengembangan aplikasi Haji Pintar dapat memberikan pengalaman yang berbeda sehingga akan menambah minat calon jemaah dan jemaah untuk menunaikan ibadah haji karena aplikasi ini mampu menciptakan lingkungan virtual yang interaktif (Krishantoro et al., 2021). Ketiga, aplikasi Haji Pintar merupakan alternatif dalam penyelesaian administrasi haji di Indonesia dimana aplikasi ini mampu menjadi ruang komunikasi antara jemaah dengan penyelenggara terutama dalam proses penyelesaian administrasi haji (Setiawan, 2021). Keempat, manfaat bersih (*net benefit*) dari aplikasi Haji Pintar belum mampu terimplementasikan dengan baik dalam proses pendaftaran haji khusus (Ardiana & Fatimah, 2021). *Net benefit* merupakan suatu ukuran kesuksesan suatu sistem informasi yang akan memperkuat minat penggunaan dan juga tingkat kepuasan pengguna (DeLone & McLean, 2016). Model DeLone dan McLean banyak digunakan dalam penelitian dan praktik untuk mengevaluasi keberhasilan implementasi sistem informasi. Organisasi dapat menggunakan model ini untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan mengarahkan investasi dalam teknologi informasi agar mencapai manfaat maksimal.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, belum pernah dilakukan penelitian mengenai kepuasan dalam penggunaan aplikasi Haji Pintar. Hal ini perlu dilakukan sebagai bagian dari evaluasi kualitas pelayanan dari penyelenggaraan ibadah haji melalui aplikasi Haji Pintar sehingga pelayanan dapat ditingkatkan untuk memberikan kepuasan kepada penggunanya. Hal itu menjadi dasar dilakukannya penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Informasi dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pengguna Aplikasi Haji Pintar). Adapun penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu hubungan variabel kualitas informasi dan kualitas layanan terhadap variabel kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Haji Pintar.

Adapun penelitian sebelumnya yang juga meneliti mengenai kepuasan pengguna pada sistem informasi yaitu pada penelitian Indriani & Adryan (2009), yang melakukan penelitian mengenai kepuasan pengguna pada penggunaan sistem informasi, variabel independen yang digunakan adalah kualitas informasi dan kemudahan pengguna. Hasil yang didapatkan pada penelitian ini adalah ditemukannya pengaruh positif dari kualitas sistem dan kualitas informasi pada variabel dependen yaitu kepuasan pengguna. Sedangkan variabel kemudahan penggunaan tidak berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pengguna. Penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Wardhana (2018) yang bertujuan untuk menguji dan menganalisis kualitas sistem informasi menggunakan D&M Is Success Model. Hasil penelitian ini menyampaikan adanya pengaruh pada kualitas informasi, kualitas sistem dan kemudahan penggunaan secara langsung terhadap kepuasan pengguna.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian dalam melakukan penelitian, perlu mengikuti aturan atau kaidah yang berlaku, agar hasil penelitian yang diperoleh dapat dikatakan valid (Masduqie et al., 2023). Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Masduqie et al., 2021).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dalam mengumpulkan data yang dibutuhkan dengan alat analisis yang digunakan yaitu program SPSS (Statistical Package for Social Science) (Imron, 2019). Data primer merupakan salah satu sumber data yang dibutuhkan dalam mengumpulkan informasi yang dibutuhkan (Masduqie, 2020), yang dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan disebarluaskan kepada responden. Kuesioner pada penelitian ini disebarluaskan secara *online* melalui *Web* Google Form. Link dari dokumen kuesioner ini disebarluaskan melalui media sosial seperti Whatsapp yang dibagikan oleh peneliti kepada responden.

Populasi yang dipilih untuk memberikan jawaban pada penelitian ini adalah konsumen pengguna aplikasi Haji Pintar yang datang di Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidoarjo. Jenis pengumpulan sampel yang dipakai adalah *accidental sampling*, dengan jumlah populasi tidak diketahui dan dengan menggunakan rumus **hair** yaitu; jumlah indikator dikali 5 yaitu $15 \times 5 = 75$, peneliti menentukan untuk memilih sebanyak 75 sampel yang akan memberikan jawaban pada angket/kuesioner yang diberikan (Hair et al., 2019).

Dengan menggunakan analisis regresi linear berganda yang digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara variabel bebas yaitu, kualitas informasi (X_2) dan kualitas layanan (X_3) dengan variabel terikat yaitu, kepuasan konsumen (Y) terkait penggunaan Aplikasi Haji Pintar di seluruh satuan kerja Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidoarjo. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh langsung dari sumber aslinya. Peneliti memberikan kuesioner kepada responden. Skala yang digunakan dalam kuesioner yaitu skala Likert. Untuk mempermudah dalam menganalisis data maka peneliti menggunakan program SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang digunakan untuk melihat apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas menggunakan metode Kolmogrov-Smirnov. Normalitas dalam sebuah penelitian apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05. Maka hasil output yang didapatkan adalah sebagai berikut:

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.54681350
Most Extreme Differences	Absolute	.215
	Positive	.142
	Negative	-.215
Test Statistic		.215
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan *output* pada tabel di atas, diketahui bahwa nilai signifikan sebesar 0,200. Maka nilai 0,200 > 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa penelitian yang telah diuji berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah uji yang digunakan untuk melihat ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik multikolinearitas, yaitu adanya hubungan linear antara variabel independen dalam model regresi. Sebuah model regresi dapat dinyatakan terbebas dari multikolinearitas apabila nilai VIF kurang dari 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,1. Berikut ini adalah hasil uji multikolinearitas yang telah dilakukan dalam penelitian ini:

Tabel 2. Uji Multikolinearitas

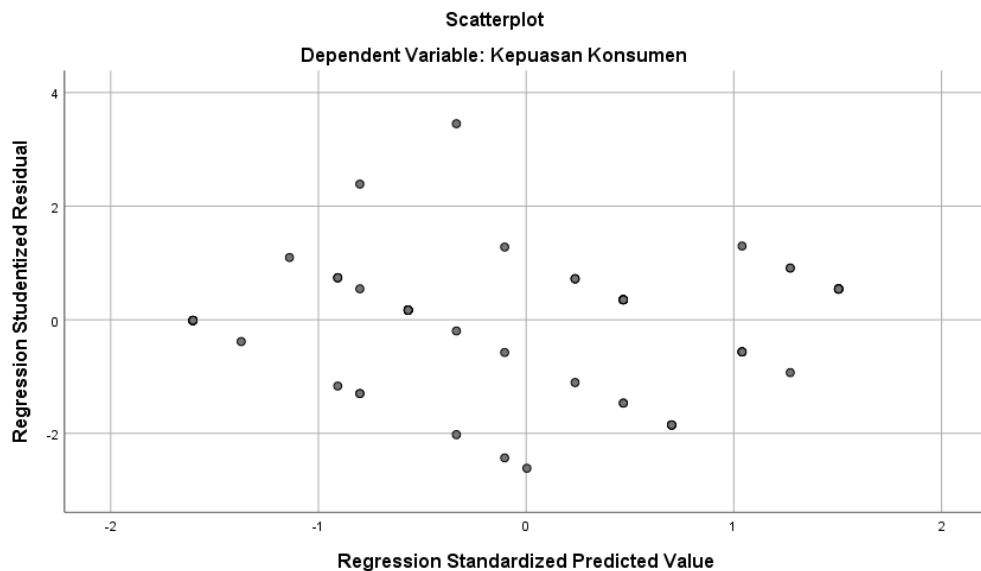
Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.206	.258		.798	.427		
Kualitas Informasi	.698	.068	.728	10.341	.000	.796	1.257
Kualitas Layanan	.202	.066	.214	3.047	.003	.796	1.257

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan *output* coefficients pada tabel di atas, dapat dilihat pada kolom VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk variabel X¹ dan X² kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,1. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas atau tidak adanya masalah multikolinearitas.

c. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah terapat ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linier. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan metode scatterplot. Apabila dot menebar tidak teratur, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 1. Scatter Plot Uji Heterokedastisitas

2. Uji Validitas Dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tabel 3. Uji Validitas

Item	r hitung	r tabel	Sig	Ket
X1.1	0,901	0,361	< 0,05	Valid
X1.2	0,885	0,361	0,000	Valid
X1.3	0,597	0,361	0,000	Valid
X1.4	0,417	0,361	0,000	Valid
X1.5	0,901	0,361	0,000	Valid
X2.1	0,765	0,361	0,000	Valid
X2.2	0,369	0,361	0,000	Valid
X2.3	0,430	0,361	0,000	Valid
X2.4	0,598	0,361	0,000	Valid
X2.5	0,490	0,361	0,000	Valid
Y1	0,814	0,361	0,000	Valid
Y2	0,480	0,361	0,000	Valid
Y3	0,554	0,361	0,000	Valid
Y4	0,378	0,361	0,000	Valid

Berdasarkan pada tabel di atas, terlihat secara keseluruhan item pernyataan seluruh instrumen pada variabel X¹, X², dan Y menunjukkan bahwa r hitung > r tabel (0,361), dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Dengan ini dapat dinyatakan masing-masing item pernyataan untuk variabel X¹, X², dan Y valid dan dapat digunakan pada uji instrumen berikutnya.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Item	Cronbach's Alpha	Ket
X1	0,661	Reliabel
X2	0,785	Reliabel
Y	0,856	Reliabel

Menurut Sujerweni kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha > 0,6. Berdasarkan pada tabel di atas, terlihat secara keseluruhan variabel X1, X2, dan Y menunjukkan bahwa cronbach alpha lebih besar dari 0. Dengan ini dapat dinyatakan bahwa alat ukur dan semua dalam pernyataan dalam penelitian ini adalah reliabel.

Analisis Regresi Linier Berganda

Maka Selanjutnya sudah dapat dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesa yang telah dirumuskan. Perhitungan regresi berganda antara variabel independen seperti; kualitas informasi (X₁) dan kualitas layanan (X₂) dengan

variabel terikat yaitu, kepuasan konsumen (Y) terkait penggunaan Aplikasi Haji Pintar di seluruh satuan kerja Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidoarjo, hasilnya sebagai berikut:

Pengujian Hipotesis H1 dan H2 Dengan Uji T

Tabel 5. Uji Reliabilitas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.206	.258		.798	.427
	Kualitas Informasi	.698	.068	.728	10.341	.000
	Kualitas Layanan	.202	.066	.214	3.047	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

a. Pengujian Hipotesis 1 (H1)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $10,341 > t$ tabel 1,995, sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas informasi (X₁) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu, kepuasan konsumen (Y) terkait penggunaan Aplikasi Haji Pintar di seluruh satuan kerja Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidoarjo

b. Pengujian Hipotesis 2 (H2)

Diketahui nilai Sig. untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah sebesar $0,003 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,047 > t$ tabel 1,995, sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X₂) berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen yaitu, kepuasan konsumen (Y) terkait penggunaan Aplikasi Haji Pintar di seluruh satuan kerja Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidoarjo

Pengujian Hipotesis H3 Dengan Uji F

Tabel 6. ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	55.874	2	27.937	90.907	.000 ^b
	Residual	22.126	72	.307		
	Total	78.000	74			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Informasi

c. Pengujian Hipotesis 3 (H3)

Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap y adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $90,907 > F$ tabel $3,12$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima yang berarti terdapat pengaruh X_1 dan X_2 secara simultan terhadap Y . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi berganda ini layak digunakan, dan variabel independen yang meliputi kualitas informasi (X_1), dan kualitas layanan (X_2) memiliki pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen yaitu, kepuasan konsumen (Y) terkait penggunaan Aplikasi Haji Pintar di seluruh satuan kerja Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidoarjo.

Koefisien Determinasi

Tabel 6. Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 ^a	.716	.708	.55436

a. Predictors: (Constant), Kualitas Layanan, Kualitas Informasi

Pengaruh antara kualitas informasi (X_1) dan kualitas layanan (X_2) dapat dilihat melalui koefisien korelasi. Berdasarkan *output* di atas diketahui nilai R square sebesar $0,716$, hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan terhadap variabel Y adalah sebesar $71,6\%$. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh kualitas informasi (X_1) dan kualitas layanan (X_2) terhadap kepuasan Konsumen (Y) pada penggunaan Aplikasi Haji Pintar di seluruh satuan kerja Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidoarjo mempunyai pengaruh positif yaitu sebesar $71,6\%$. Hasil Koefisien determinasi atau R Square (r^2) adalah $0,716$ yang menunjukkan bahwa $71,6\%$ kepuasan dipengaruhi oleh kualitas informasi (X_1) dan kualitas layanan (X_2) Aplikasi Haji Pintar di seluruh satuan kerja Kantor Kementerian Agama Kabupaten Sidoarjo dipengaruhi oleh kualitas informasi (X_1) dan kualitas layanan (X_2) sementara $28,4\%$ sisanya dipengaruhi oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi dan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada pengguna aplikasi Haji Pintar. Analisis data menunjukkan bahwa kualitas informasi yang disediakan oleh aplikasi, termasuk akurasi, relevansi, dan kejelasan informasi terkait ibadah haji, memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas layanan yang meliputi kemudahan penggunaan aplikasi, responsivitas *customer service*, dan fitur-fitur tambahan yang

memperkaya pengalaman pengguna juga memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan temuan ini, terdapat beberapa saran yang dapat diusulkan untuk meningkatkan kualitas aplikasi Haji Pintar serta kepuasan konsumen; (1) Peningkatan Kualitas Informasi: Pengembang aplikasi sebaiknya memastikan bahwa informasi yang disediakan di dalam aplikasi Haji Pintar selalu akurat, relevan, dan mudah dipahami oleh pengguna. Hal ini dapat dilakukan dengan mengintegrasikan sumber informasi yang terpercaya dan melakukan pembaruan secara berkala. (2) Perbaiki Kualitas Layanan: Penting untuk memperhatikan pengalaman pengguna dalam menggunakan aplikasi Haji Pintar. Pengembang perlu terus memperbarui fitur-fitur aplikasi dan memastikan responsivitas yang cepat dari *customer service* untuk menangani pertanyaan dan masalah pengguna. (3) Edukasi Pengguna; Memberikan edukasi kepada pengguna tentang fitur-fitur aplikasi yang tersedia dan manfaatnya dalam mendukung perjalanan ibadah haji dapat membantu meningkatkan penggunaan aplikasi dan memaksimalkan manfaatnya. (4) Pengembangan Fitur Tambahan: Selain fitur utama terkait ibadah haji, pengembang dapat mempertimbangkan untuk menambahkan fitur tambahan yang dapat memperkaya pengalaman pengguna, seperti informasi tentang tempat-tempat wisata di sekitar Mekah dan Madinah, panduan umrah, atau fitur komunitas yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berbagi pengalaman. (4) Evaluasi Reguler; Melakukan evaluasi reguler terhadap kualitas informasi dan layanan aplikasi serta kepuasan konsumen secara keseluruhan dapat membantu pengembang untuk terus meningkatkan dan menyesuaikan aplikasi sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna. Dengan mengimplementasikan saran-saran di atas, diharapkan aplikasi Haji Pintar dapat terus meningkatkan kualitasnya dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi para pengguna dalam menjalankan ibadah haji mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (7th Editio). Pearson.
- Hidayat, L. (2016). *Evaluasi Penetapan Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (Bpih) Oleh Direktorat Jendral Penyelenggaraan Haji Dan Umrah Kemenag Ri Dalam Penyelenggaraan Ibadah Haji Di Indonesia Tahun 2012*.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian Journal on Software Engineering (IJSE)*, 5(1), 19–28.
- Krishantoro, K., Prihadini, D., Fachria, A., & Rakadita, A. D. (2021). Efektivitas Inovasi Pendaftaran Haji Melalui Aplikasi Haji Pintar Di Kantor Kementerian Agama Kota Bekasi. *Transparansi: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi*, 4(2), 241–247. <https://doi.org/10.31334/transparansi.v4i2.2888>
- Masduqie, M. H. A. (2020). *Analisis Nilai Maqashid Syariah Pada Bank Sampah Dalam*

Mewujudkan Green Economy Di Kota Surabaya (Studi Kasus Pada Bank Sampah Induk Surabaya). UIN Sunan Ampel Surabaya.

- Masduqie, M. H. A., Hafatareta, S. S., Hardiyanti, I. S., & Panjaitan, A. S. (2024). Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Produksi Budidaya Jamur Tiram Putih “Sari Kayu” Kecamatan Jetis Kabupaten Mojokerto. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 5204–5215.
- Masduqie, M. H. A., Hardiyanti, I. S., & Panjaitan, A. S. (2023). MANAJEMEN RISIKO ASURANSI SYARIAH: DASAR HUKUM, TAHAPAN DAN URGENSINYA. *Yurisprudencia: Jurnal Hukum Ekonomi*, 9(1), 22–38.
- Masduqie, M. H. A., Syarifudin, S., & Yudha, A. T. R. C. (2021). Green Economy of Waste Bank in the Perspective of Maqashid Sharia in Surabaya. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori Dan Terapan*, 8.
- Mufraini, M. A. (2021). *Dana Haji Indonesia: Harapan dalam Paralogisme Pengelolaan dan Teorisasi Keuangan Syariah*. Prenada Media.
- Muhibudin Wijaya Laksana. (2023). Analisis Diskrepansi Kepuasan Penggunaan Aplikasi Haji Pintar. *KHAZANAH MULTIDISCIPLIN VOL 4 NO 1 2023* <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/KI>, 4(1), 171–189.
- Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*, 5(2), 146–148.
- Senoaji, A. A., Wicaksono, W., & Kusumaningrum, E. (2020). APLIKASI SISTEM INFORMASI PELAYANAN HAJI DAN UMRAH BERBASIS AUGMENTED REALITY/VIRTUAL REALITY. *Jurnal Penelitian Saintek*, 25(2), 205–213.