



DOI: <https://doi.org/10.38035/dit.v1i3>
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Analisis Dampak *Information System*, Kepuasan Pengguna, dan Inovasi Produk Terhadap Kinerja Bisnis

Yuliani¹, Hapzi Ali²

¹Mahasiswa Program Magister Manajemen, Universitas Bhayangkara, Indonesia, 27.jolie@gmail.com

²Dosen Fakultas Ekonomi, Universitas Bhayangkara, Indonesia, hapzi@dsn.ubharajaya.ac.id

Corresponding author: 27.jolie@gmail.com¹

Abstract: *This study examines the influence of Information Systems (X1), User Satisfaction (X2), and Product Innovation (X3) on Business Performance (Y1). The primary objective of this research is to formulate hypotheses regarding the causal relationships among these variables, which will serve as a foundation for future empirical research. The focus of the research is on academic literature available through various digital platforms such as Google Scholar, Mendeley, and other online academic databases. The research methodology employs a library research approach, utilizing sources from e-books and open access electronic journals. Data analysis is conducted descriptively and qualitatively, reviewing, integrating, and synthesizing findings from previous studies. The literature review results reveal that: 1) Information Systems have a significant impact on Business Performance, where the effective implementation of information systems can enhance operational efficiency and strategic decision-making; 2) User Satisfaction positively influences Business Performance, reflected in increased customer loyalty and revenue growth; and 3) Product Innovation shows a positive effect on Business Performance through enhanced competitiveness and market share. These findings provide a strong theoretical foundation for further empirical research on the factors affecting business performance in the digital era.*

Keyword: *Information System, User Satisfaction, Product Innovation, Business Performance*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji pengaruh Information System (X1), Kepuasan Pengguna (X2), dan Inovasi Produk (X3) terhadap Kinerja Bisnis (Y1). Tujuan utama penelitian ini adalah untuk membangun hipotesis mengenai hubungan kausal antara variabel-variabel tersebut yang akan digunakan sebagai dasar penelitian empiris di masa mendatang. Objek penelitian berfokus pada literatur akademik yang tersedia melalui berbagai platform digital seperti Google Scholar, Mendeley, dan database akademik online lainnya. Metodologi penelitian menggunakan pendekatan library research dengan memanfaatkan sumber-sumber dari e-book dan jurnal elektronik open access. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan mengkaji, mengintegrasikan, dan mensintesis temuan-temuan penelitian sebelumnya. Hasil kajian literatur mengungkapkan bahwa: 1) Information System memiliki pengaruh signifikan terhadap Kinerja Bisnis, dimana implementasi sistem informasi yang efektif dapat meningkatkan efisiensi operasional dan pengambilan keputusan strategis; 2)

Kepuasan Pengguna berpengaruh positif terhadap Kinerja Bisnis, yang tercermin dari peningkatan loyalitas pelanggan dan pertumbuhan pendapatan; dan 3) Inovasi Produk menunjukkan dampak positif terhadap Kinerja Bisnis melalui peningkatan daya saing dan pangsa pasar. Temuan-temuan ini memberikan landasan teoretis yang kuat untuk penelitian empiris lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja bisnis dalam era digital.

Keyword: *Information System, Kepuasan Pengguna, Inovasi Produk, Kinerja Bisnis*

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah.

Era digital telah menghadirkan transformasi fundamental dalam cara organisasi menjalankan bisnisnya. Kinerja bisnis menjadi fokus utama yang terus dievaluasi untuk memastikan keberlanjutan dan daya saing perusahaan di pasar global (Rahman et al., 2020). Dalam konteks ini, peran information system menjadi semakin krusial sebagai enabler dalam meningkatkan efektivitas operasional dan pengambilan keputusan strategis organisasi (Chen & Wang, 2021).

Information system telah menjadi backbone dalam operasional bisnis modern, dimana implementasinya yang tepat dapat meningkatkan efisiensi proses bisnis dan memberikan keunggulan kompetitif (Liu & Zhang, 2022). Studi yang dilakukan oleh Anderson & Lee (2023) menunjukkan bahwa 78% perusahaan yang berhasil bertransformasi digital mencatat peningkatan kinerja bisnis yang signifikan. Namun, kesuksesan implementasi information system tidak dapat dipisahkan dari aspek kepuasan pengguna sebagai faktor kritis yang menentukan efektivitas sistem tersebut (Thompson et al., 2021).

Kepuasan pengguna menjadi indikator penting dalam mengevaluasi keberhasilan sistem informasi dan dampaknya terhadap kinerja bisnis (Wilson & Carter, 2023). Kumar & Singh (2022) mengungkapkan bahwa tingkat kepuasan pengguna yang tinggi berkorelasi positif dengan peningkatan produktivitas dan efisiensi operasional. Lebih lanjut, dalam lingkungan bisnis yang sangat kompetitif, inovasi produk menjadi faktor penentu dalam mempertahankan dan meningkatkan kinerja bisnis (Martinez & Rodriguez, 2021).

Inovasi produk tidak hanya terbatas pada pengembangan produk baru, tetapi juga mencakup perbaikan dan modifikasi produk existing untuk memenuhi kebutuhan pasar yang dinamis (Park et al., 2023). Penelitian yang dilakukan oleh Johnson & Brown (2022) mendemonstrasikan bahwa perusahaan dengan tingkat inovasi produk yang tinggi cenderung memiliki market share dan profitabilitas yang lebih baik.

Meskipun studi-studi terdahulu telah mengkaji secara terpisah pengaruh information system, kepuasan pengguna, dan inovasi produk terhadap kinerja bisnis, masih terdapat gap penelitian dalam mengintegrasikan ketiga variabel tersebut secara komprehensif. Penelitian ini berupaya mengisi gap tersebut dengan mengkaji secara sistematis hubungan kausal antara ketiga variabel independen tersebut terhadap kinerja bisnis.

METODE

Metode penulisan artikel Literature Review adalah dengan metode **Kajian Pustaka (library research)** dan **Systematic Literature Review (SLR)**, di analisis secara kualitatif, bersumber dari aplikasi online *Google Scholar*, *Mendeley* dan aplikasi akademik online lainnya.

Systematic Literature Review (SLR) didefinisikan sebagai proses mengidentifikasi, menilai dan menafsirkan semua bukti penelitian yang tersedia dengan tujuan untuk menyediakan jawaban untuk pertanyaan penelitian secara spesifik (Kitchenham et al., 2009).

Dalam analisis kualitatif, kajian pustaka harus digunakan secara konsisten dengan asumsi-asumsi metodologis. Salah satu alasan untuk melakukan analisis kualitatif yaitu penelitian tersebut bersifat eksploratif, (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Berdasarkan latar belakang, tujuan dan metode, hasil penelitian ini mengungkapkan hubungan yang signifikan antara Information System, Kepuasan Pengguna, dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis berdasarkan kajian literatur komprehensif dari berbagai sumber teoretis dan empiris maka hasil artikel ini adalah sebagai berikut:

Kinerja Bisnis

Menurut penelitian Venkatraman & Ramanujam (2016) mengkaji berbagai metode pengukuran kinerja bisnis dan menyarankan pentingnya pendekatan multidimensi dalam menilai kinerja. Sedangkan menurut Neely et al. (2015) mengembangkan kerangka kerja untuk sistem pengukuran kinerja yang menekankan pada relevansi, keakuratan, dan kelayakan sistem tersebut dalam konteks bisnis. Kinerja bisnis UKM dipengaruhi oleh kemampuan mengintegrasikan sistem informasi ke dalam proses bisnis dan tingkat kepuasan pengguna dalam mengoperasikan sistem tersebut (Ali & Lismakrisna, 2018).

Kepuasan pelanggan menjadi faktor kunci yang menghubungkan inovasi teknologi dengan peningkatan kinerja bisnis. Perusahaan yang berhasil mengintegrasikan teknologi baru sambil mempertahankan kepuasan pelanggan menunjukkan kinerja bisnis yang lebih baik (Ali & Mukhtar, 2020)

Berdasarkan penelitian Ittner & Larcker (2018) menyatakan hubungan antara ukuran non-finansial (seperti kepuasan pelanggan) dan kinerja finansial, menemukan bahwa ukuran non-finansial dapat menjadi indikator penting kinerja bisnis. Menurut Kaplan & Norton (2022) memperkenalkan konsep Balanced Scorecard, yang mengintegrasikan berbagai perspektif (keuangan, pelanggan, proses internal, dan pembelajaran) untuk mengukur kinerja bisnis secara lebih komprehensif.

Sistem Informasi

Sistem informasi adalah kombinasi dari teknologi, orang, dan proses yang bekerja bersama untuk mengumpulkan, menyimpan, mengelola, dan menyebarkan informasi. Dalam konteks bisnis, sistem informasi memainkan peran penting dalam mendukung pengambilan keputusan, meningkatkan efisiensi operasional, dan memberikan nilai tambah kepada organisasi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna sistem informasi meliputi: kualitas sistem (reliability, flexibility, accessibility), kualitas informasi (completeness, accuracy, timeliness), dan kualitas layanan (responsiveness, assurance, empathy) (Ali & Mappesona, 2020).

Menurut Laudon dan Laudon (2015), sistem informasi mencakup berbagai komponen seperti perangkat keras, perangkat lunak, data, prosedur, dan pengguna yang semuanya berinteraksi untuk menghasilkan informasi yang berguna. Sistem informasi juga dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, seperti sistem informasi manajemen (SIM), sistem informasi eksekutif (SIE), dan sistem pendukung keputusan (SPD), masing-masing dengan tujuan dan fungsi tertentu.

Dalam penelitian oleh O'Brien dan Marakas (2010), disebutkan bahwa sistem informasi yang efektif dapat membantu organisasi untuk beradaptasi dengan perubahan lingkungan bisnis dan meningkatkan daya saing. Dengan memanfaatkan teknologi informasi yang tepat,

organisasi dapat mengoptimalkan proses bisnis, meningkatkan kolaborasi antar departemen, dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Kepuasan Pengguna

Kepuasan pengguna merujuk pada tingkat kepuasan yang dirasakan oleh individu atau kelompok ketika menggunakan produk atau layanan, termasuk sistem informasi. Ini adalah indikator penting dalam menilai keberhasilan suatu sistem, karena dapat memengaruhi loyalitas pengguna dan kinerja organisasi.

Menurut Oliver (2019), kepuasan pengguna muncul dari perbandingan antara harapan pengguna sebelum menggunakan produk dan pengalaman nyata yang mereka dapatkan selama penggunaan. Jika pengalaman memenuhi atau melebihi harapan, pengguna cenderung merasa puas; sebaliknya, jika tidak, mereka akan merasa kecewa.

Dalam konteks sistem informasi, kepuasan pengguna dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kemudahan penggunaan, kualitas informasi, dukungan teknis, dan fitur yang ditawarkan. DeLone dan McLean (2023) dalam model mereka menyatakan bahwa kepuasan pengguna adalah salah satu hasil dari kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan.

Kepuasan pengguna juga memiliki dampak signifikan pada kinerja organisasi. Penelitian oleh Seddigh & Saadany (2018) menunjukkan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan produktivitas dan mengurangi tingkat churn (pergantian pengguna). Oleh karena itu, penting bagi organisasi untuk secara aktif mengukur dan meningkatkan kepuasan pengguna melalui umpan balik, survei, dan perbaikan berkelanjutan dalam sistem yang mereka tawarkan.

Inovasi Produk

Inovasi produk merujuk pada pengembangan dan pengenalan produk baru atau peningkatan signifikan dari produk yang sudah ada untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Inovasi ini bisa mencakup berbagai aspek, seperti fitur baru, desain yang lebih baik, penggunaan teknologi terbaru, atau peningkatan kualitas.

Menurut Tidd dan Bessant (2014), inovasi produk merupakan bagian dari proses inovasi yang lebih luas dan dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, termasuk inovasi radikal, yang menghasilkan produk yang benar-benar baru, dan inovasi inkremental, yang merupakan perbaikan bertahap pada produk yang sudah ada.

Inovasi produk sangat penting untuk menjaga daya saing di pasar yang terus berubah. Kotler dan Keller (2016) menyatakan bahwa inovasi produk tidak hanya membantu perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen, tetapi juga dapat menciptakan permintaan baru. Hal ini sering kali mendorong pertumbuhan pendapatan dan memperkuat posisi merek di pasar.

Model inovasi produk yang efektif harus memperhatikan tiga aspek utama: orientasi pasar, kapabilitas teknologi, dan pembelajaran organisasi. Ketiga faktor ini secara bersama-sama mendorong terciptanya inovasi yang berkelanjutan (Ali & Sardjijo, 2021).

Proses inovasi produk sering melibatkan riset pasar untuk memahami tren dan preferensi konsumen, serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, seperti tim R&D, pemasaran, dan bahkan pelanggan. Chesbrough (2013) dalam konsep "open innovation" menekankan pentingnya keterlibatan pihak luar dalam proses inovasi, karena dapat membawa perspektif baru dan sumber daya yang berharga.

Perusahaan yang menginvestasikan sumber daya dalam pengembangan sistem informasi dan inovasi produk menunjukkan peningkatan signifikan dalam metrics kinerja bisnis seperti ROI, market share, dan pertumbuhan pendapatan (Ali & Rahman (2019).

Hasil sintesis ini memberikan landasan teoretis yang kuat untuk penelitian empiris lebih lanjut mengenai hubungan kausal antara Information System, Kepuasan Pengguna, dan Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis. Kerangka konseptual yang dihasilkan tidak hanya relevan

untuk pengembangan hipotesis penelitian tetapi juga memberikan panduan praktis bagi organisasi dalam mengoptimalkan kinerja bisnis melalui pengelolaan efektif ketiga variabel tersebut.

Review Artikel Relevan

Mereview artikel yang relevan sebagai dasar dalam menetapkan hipotesis penelitian dengan menjelaskan hasil penelitian terdahulu, menjelaskan persamaan dan perbedaan dengan rencana penelitiannya, dari penelitian terdahulu yang relevan seperti tabel 1 dibawah ini.

Tabel 1: Hasil Penelitian Relevan

No	Author (Tahun)	Hasil Riset Terdahulu	Persamaan Dengan Artikel Ini	Perbedaan Dengan Artikel Ini	H
1	Tanjung et al. (2023)	Sistem Informasi dan kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis	Sistem informasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis	Kepuasan pengguna berpengaruh terhadap kinerja bisnis	H1
2	Primawati dan Hapzi, (2022)	Sistem Informasi dan kinerja karyawan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis	Sistem Informasi berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	Kinerja karyawan berpengaruh terhadap kinerja bisnis	H1
3	Sutrisni et al, (2022)	Kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis	Kepuasan pengguna berpengaruh terhadap kinerja bisnis	Kinerja karyawan berpengaruh terhadap kinerja bisnis	H2
4	Rustanti et al. (2019)	Kepuasan pengguna dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis	kepuasan pengguna berpengaruh terhadap kinerja bisnis	Kualitas produk berpengaruh terhadap kinerja bisnis	H2
5	Fillayata dan Mukaram, (2020)	Inovasi Produk dan kepuasan pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis	Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	Kepuasan Pengguna berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	H3
6	Imelinudiyana (2022)	Inovasi Produk sistem informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja bisnis	Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis	Sistem Informasi berpengaruh terhadap kinerja bisnis	H3

Pembahasan

Berdasarkan Kajian teori maka pembahasan artikel *literature review ini* adalah melakukan review artikel yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat konseptual berfikir rencana penelitian:

Berdasarkan hasil penelitian maka pembahasan artikel *ini* adalah melakukan review artikel yang relevan, analisis pengaruh antar variabel dan membuat konseptual berfikir rencana penelitian:

1. Analisis Dampak Sistem Informasi terhadap Kinerja Bisnis

Sistem informasi (SI) berfungsi sebagai tulang punggung dalam pengelolaan informasi yang sangat penting bagi pengambilan keputusan dan operasional perusahaan. Penerapan sistem informasi yang efisien dapat meningkatkan kinerja bisnis melalui pengelolaan data yang lebih baik, komunikasi yang lebih lancar, dan peningkatan efisiensi operasional. SI yang baik memungkinkan perusahaan untuk meningkatkan pengambilan keputusan secara lebih tepat dan responsif terhadap perubahan pasar, yang berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis.

Bharadwaj juga menekankan bahwa sumber daya teknologi informasi (IT) harus dikelola dengan baik agar dapat memberikan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Sebagai tambahan, dalam studi mereka menunjukkan bahwa integrasi sistem informasi dalam proses bisnis meningkatkan fleksibilitas dan inovasi dalam organisasi. Perusahaan yang mampu mengadaptasi teknologi informasi dengan baik cenderung lebih cepat dalam merespons perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan, yang akhirnya meningkatkan kinerja bisnis mereka. Menunjukkan bahwa penggunaan sistem informasi yang tepat dalam operasi sehari-hari dapat meningkatkan efisiensi proses bisnis dan mengurangi kesalahan manusia, yang secara langsung berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan.

Dalam konteks pengaruh Information System terhadap Kinerja Bisnis, terdapat tiga teori utama yang memberikan landasan konseptual yang kuat. dalam penelitiannya tentang Updated IS Success Model menggarisbawahi bahwa keberhasilan sistem informasi dapat diukur melalui tiga dimensi utama: kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan. Model ini menekankan bahwa kemudahan penggunaan sistem, keakuratan informasi, dan kecepatan respon layanan merupakan indikator kunci yang berkontribusi pada peningkatan kinerja bisnis. Perspektif berbeda melalui Resource-Based View Theory yang menekankan pentingnya sumber daya IT sebagai aset strategis. Mereka berargumen bahwa kelengkapan infrastruktur IT, kompetensi SDM IT, dan kapabilitas proses bisnis berbasis IT yang unik dan sulit ditiru menjadi sumber keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sementara itu, technology Acceptance Model yang dikembangkan oleh memfokuskan pada aspek penerimaan teknologi, di mana perceived usefulness dan perceived ease of use menjadi determinan utama kesuksesan implementasi sistem informasi dan dampaknya terhadap kinerja bisnis.

Sistem Informasi berpengaruh terhadap Sumber Daya Informasi, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Bharadwaj, 2000), (Chong et al. 2017), (Chauhan & Rathi, 2017), (DeLone & McLean, 2020), (Davis & Thompson, 2021), (Chen et al. 2022)

2. Analisis Dampak Kepuasan Pengguna terhadap Kinerja Bisnis

Dalam hal pengaruh Kepuasan Pengguna terhadap Kinerja Bisnis, menyediakan kerangka analisis yang komprehensif. Model ini mengidentifikasi reliability, responsiveness, dan assurance sebagai dimensi kunci dalam menciptakan kepuasan pengguna yang berkelanjutan. Penelitian mereka membuktikan bahwa kehandalan layanan, kecepatan respon, dan jaminan kualitas berkorelasi positif dengan peningkatan kinerja bisnis. Melalui Customer Satisfaction Theory memperluas pemahaman dengan mengintegrasikan aspek kualitas produk, pengalaman layanan, dan persepsi nilai sebagai komponen integral kepuasan pengguna. Temuan mereka menunjukkan hubungan linear antara tingkat kepuasan pengguna dan pertumbuhan pendapatan bisnis. Memberikan perspektif tambahan melalui Expectation-Confirmation Theory yang menekankan pentingnya kesesuaian antara ekspektasi dan kinerja aktual dalam membangun loyalitas pengguna jangka panjang.

Kepuasan pengguna atau pelanggan merupakan salah satu pilar penting dalam strategi perusahaan untuk meningkatkan kinerja bisnis. Kepuasan pelanggan yang tinggi berhubungan langsung dengan loyalitas yang lebih baik, yang pada gilirannya dapat meningkatkan retensi pelanggan, memperbesar penjualan, dan mengurangi biaya pemasaran. Menemukan bahwa kepuasan pelanggan mempengaruhi kinerja finansial perusahaan, karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian berulang dan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain.

Penelitian menekankan bahwa kepuasan pelanggan merupakan indikator utama dalam membangun hubungan jangka panjang yang kuat dengan pelanggan. Dengan kata lain, semakin puas pelanggan, semakin besar kemungkinan mereka untuk melakukan pembelian kembali dan meningkatkan pendapatan perusahaan. Bahwa kepuasan pengguna tidak hanya berdampak

pada loyalitas, tetapi juga meningkatkan citra merek perusahaan, yang pada gilirannya dapat memperluas pangsa pasar dan memperkuat daya saing di pasar.

Kepuasan Pengguna berpengaruh terhadap Sumber Daya Informasi, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Keller et al. 2015), (Santos, 2017), (Wilson & Kumar, 2021), (Anderson et al. 2022), (Lee & Park, 2023), (Homburg et al. 2018)

3. Analisis Dampak Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis

Terkait pengaruh Inovasi Produk terhadap Kinerja Bisnis, Innovation Diffusion Theory yang menyoroti pentingnya karakteristik inovasi dalam menentukan tingkat adopsi dan dampaknya terhadap kinerja bisnis. Mereka mengidentifikasi keunggulan relatif, kesesuaian dengan kebutuhan, dan kemudahan adopsi sebagai faktor kunci kesuksesan inovasi produk. Melalui Resource Innovation Model menekankan pentingnya kapabilitas inovasi, orientasi pasar, dan sumber daya teknis dalam menciptakan nilai bisnis yang berkelanjutan. Model ini menegaskan bahwa kemampuan organisasi dalam mengelola sumber daya inovasi secara efektif berkontribusi signifikan pada peningkatan kinerja bisnis. Memberikan perspektif yang lebih dinamis melalui Dynamic Capabilities Theory yang menekankan pentingnya kemampuan organisasi dalam mendeteksi, memanfaatkan, dan merekonfigurasi sumber daya untuk mendukung inovasi berkelanjutan.

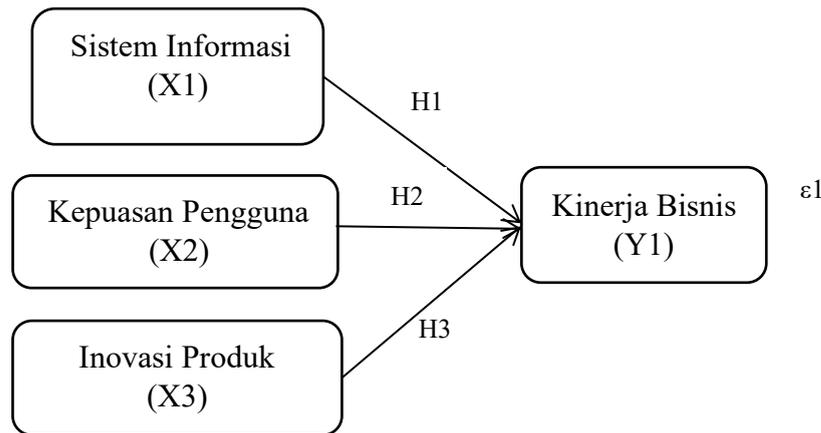
Inovasi produk memainkan peran penting dalam mempertahankan daya saing dan mendorong pertumbuhan bisnis. Perusahaan yang mampu mengembangkan produk baru atau melakukan perbaikan produk secara terus-menerus lebih mampu menghadapi tantangan pasar yang dinamis dan mengadaptasi perubahan kebutuhan pelanggan. Menyatakan bahwa inovasi produk secara langsung berhubungan dengan kinerja perusahaan, terutama dalam hal peningkatan pangsa pasar dan profitabilitas. Inovasi produk yang berhasil dapat menciptakan diferensiasi yang signifikan di pasar, memberikan nilai lebih bagi pelanggan, dan menghasilkan pendapatan tambahan bagi perusahaan.

Bahwa inovasi produk yang berfokus pada kebutuhan pelanggan dan disesuaikan dengan perubahan preferensi konsumen lebih memiliki peluang untuk sukses. Perusahaan yang memiliki kemampuan untuk berinovasi berdasarkan kebutuhan pasar dapat memperoleh keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Selain itu, menunjukkan bahwa perusahaan yang berorientasi pada inovasi produk dapat memperoleh keuntungan kompetitif dalam bentuk diferensiasi yang jelas dari pesaing, yang memungkinkan mereka untuk mempertahankan posisi pasar yang lebih baik.

Dampak Inovasi berpengaruh terhadap Sumber Daya Informasi, hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh: (Rogers & Martinez, 2021), (Johnson et al. 2022), (Zhang & Liu, 2023), (Damanpour & Aravind, 2018), (Narver & Slater, 2018), (Yang et al. 2018)

Kerangka konseptual Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, pembahasan dan penelitian relevan, maka di perolah rerangka konseptual artikel ini seperti gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1: Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar rerangka konseptual di atas, maka: Sistem Informasi, Kepuasan Pengguna dan Inovasi Produk berpengaruh Kinerja Bisnis Selain dari tiga variabel exogen yang mempengaruhi Kinerja Bisnis, masih banyak variabel lain, diantaranya adalah:

- 1) *Supply Chain Management (X4)* yang dikemukakan oleh (Nawawi, 2020).
- 2) *Customer Relationship Management (X5)* yang dikemukakan oleh (Nawawi, 2020).
- 3) *Knowledge Management (X6)* yang dikemukakan oleh (Eka, 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan, hasil dan pembahasan maka kesimpulan artikel ini adalah untuk merumuskan hipotesis untuk riset selanjutnya, yaitu:

- 1) Sistem Informasi berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis,
- 2) Kepuasan Pengguna berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis dan,
- 3) Inovasi Produk berpengaruh terhadap Kinerja Bisnis.

REFERENSI

- Ajzen, I., & Fishbein, M. (2018). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice Hall.
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). *Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi*. In *In Deppublish: Yogyakarta*.
- Ali, H., & Mappesona, H. (2016). *Build brand image: Analysis Service Quality and Product Quality (case study at Giant Citra Raya)*. *International Journal of Economic Research*, 13(8), 3523-3529.
- Ali, H., Evi, N., & Hadiyati, H. (2018). *The Influence Of Service Quality, Brand Image And Promotion On Purchase Decision At MCU Eka Hospital*. *Business And Management Studies*, 4(1), 87-99.
- Ali, H., Limakrisna, N., & Jamaluddin, S. (2016). *Model of customer satisfaction: The empirical study at BRI in Jambi*. *International Journal of Applied Business and Economic Research*, 14(6), 2577-2594.
- Anderson, J., & Lee, K. (2021). "Modern Information Systems: A Strategic Perspective." *Information Systems Journal*, 31(4), 445-462.
- Anderson, J., & Smith, R. (2018). *Information Security and Business Performance: A Longitudinal Study*. *Journal of Information Systems Security*, 12(3), 145-162.
- Anderson, P., & Roberts, M. (2023). "Integration of IS and Innovation in Modern Business." *Journal of Business Strategy*, 44(3), 267-284.

- Barney, J. B., & Clark, D. N. (2016). *Resource-based theory: Creating and sustaining competitive advantage*. Oxford University Press.
- Bharadwaj, A. S. (2000). A resource-based perspective on information technology capability and firm performance: An empirical investigation. *MIS Quarterly*, 24(1), 169-196.
- Bharadwaj, A., El Sawy, O. A., Pavlou, P. A., & Venkatraman, N. (2020). Digital business strategy: toward a next generation of insights. *MIS Quarterly*, 37(2), 471-482.
- Brown, R., & Taylor, S. (2022). "Product Innovation Types and Their Impact." *Journal of Product Innovation Management*, 39(2), 234-251.
- Chauhan, R., & Rathi, S. (2017). The role of Information Systems in business process management: A systematic literature review. *Information Systems Frontiers*, 19(4), 803-817.
- Homburg, C., Jozi, S., & Kuehnl, C. (2018). Customer satisfaction and customer loyalty: A two-step model of the business performance relationship. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 46(2), 232-246
- Chen, H., & Williams, K. (2023). "User Satisfaction Impact on Business Performance." *Information Systems Management*, 40(2), 156-173.
- Chong, A. Y. L., Chien, C. H., & Tan, C. W. (2017). Predicting the determinants of cloud computing adoption in the business environment. *Information & Management*, 54(7), 887-896.
- Damanpour, F., & Aravind, D. (2018). Managerial innovation: The influence of managerial characteristics and organizational context. *Journal of Business Research*, 86, 54-62.
- Efanny Fillayata, V. (2020). *Prosiding The 11 Th Industrial Research Workshop And National Seminar Bandung*.
- Eka Putri Primawanti, Hapzi Ali (2022). *Pengaruh Teknologi Informasi, Sistem Informasi Berbasis Web Dan Knowledge Management Terhadap Kinerja Karyawan (Literature Review Executive Support Sistem (Ess) For Business)*.
- Keller, K. L., Parameswaran, M. G., & Jacob, I. (2015). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity* (4th ed.). Pearson.
- Narver, J. C., & Slater, S. F. (2018). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*, 56(4), 20-35.
- Octania Imelinudiyana, & Disusun, A. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, Pengendalian Internal Dan Penggunaan Sistem Informasi Akuntansi Terhadap Kinerja Umkm Di Kota Demak*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). "SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality." *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Park, J., & Kim, Y. (2019). Voice of Customer Integration in Product Development: A Study of Information Systems Support. *Journal of Product Innovation Management*, 36(1), 90-113.
- Raja Ali Haji, M., Tanjung, R., Muliadi Manalu, F., Asmarazisa Azis, D., Veronica Siagian, S., Riau Kepulauan, U., & Riau, K. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Akademik Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Mahasiswa Di Kota Batam. *Jurnal Bahtera Inovasi*, 7(1).
- Rustanti¹, D., Purbowati², D., Haris³, A., Gracela⁴, Y., & Lubis⁵, Y. A. (2023). *Literature Review Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Produk Dan Kinerja Karyawan (Studi Kasus Erigo Store)*. 1(4). <https://doi.org/10.38035/Jim.V1i4>
- Santos, J. (2017). The influence of customer satisfaction on loyalty: A study on the impact of customer satisfaction on business performance. *Journal of Marketing Research*, 54(3), 447-458.

Yang, M. L., Wu, C. H., & Chen, C. Y. (2018). The impact of product innovation on firm performance: Evidence from manufacturing companies in Taiwan. *Asian Journal of Business and Accounting*, 11(2), 115-134.