

**ANALISIS PENGARUH
E-SERVICE QUALITY
APLIKASI TIX ID TERHADAP *E-LOYALTY***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh:

Stephen Alexander Kuwadi

2017120131

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG

2021

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE
OF E-SERVICE QUALITY
OF THE TIX ID APPLICATION ON E-LOYALTY**



UNDERGRADUATE THESIS

*Submitted to complete a part of the requirements
To obtain a Bachelor's Degree in Management*

By:

Stephen Alexander Kuwadi

2017120131

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY

FACULTY OF ECONOMICS

PROGRAM IN MANAGEMENT

***Accredited by National Accreditation Agency No. 2011/SK/BAN-
PT/Akred/S/VII/2018***

BANDUNG

2021

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



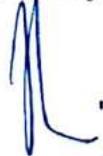
**PERSETUJUAN UNTUK DISIDANGKAN
ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* APLIKASI TIX ID
TERHADAP *E-LOYALTY*.**

Oleh:

Stephen Alexander Kuwadi
2017120131

Bandung, 27 Juli 2021

Ketua Program Sarjana Manajemen,



(Dr. Istiharini, M.M. CMA..)

Pembimbing Skripsi,



(H. Agus Hasan Pura A., Drs., M.Si.)

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Stephen Alexander Kuwadi
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 12 Agustus 1999
NPM : 2017120131
Program Studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH E-SERVICE QUALITY APLIKASI TIX ID TERHADAP E-LOYALTY

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

H. Agus Hasan Pura A., Drs., M.Si.

Adalah benar-benar karyatulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, *internet*, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai.
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut, plagiat (*Plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak kesarjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU No.20 Tahun 2003:
Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70 Lulusan yang karya ilmiah yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademik, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam

Pasal 25 Ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana perkara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,
Dinyatakan tanggal: 27 Juli 2021

Pembuat pernyataan :



(Stephen Alexander Kuwadi)

ABSTRAK

Berkembang pesatnya teknologi semakin memungkinkan berbagai kegiatan untuk dilakukan secara daring melalui media elektronik, seperti pemesanan tiket bioskop melalui aplikasi TIX ID yang dikembangkan oleh PT Nusantara Elang Sejahtera. Diluncurkan pada tahun 2018, PT Nusantara Elang Sejahtera merupakan anak perusahaan PT Nusantara Elang Sejahtera yang berfokus pada implementasi teknologi. Oleh karena sifatnya yang inovatif, aplikasi TIX ID diunduh sebanyak lebih dari satu juta kali di Indonesia dalam waktu lima bulan setelah peluncuran dan sebanyak lebih dari lima juta kali pada tahun 2021. Akan tetapi, berdasarkan *preliminary research* berupa penyebaran kuesioner daring terhadap 33 responden diketahui bahwa sejumlah responden yang merupakan pengguna aplikasi TIX ID merasa kurang puas dengan *e-service quality* (X) yang diberikan oleh aplikasi TIX ID. Mayoritas dari mereka tidak memiliki *e-loyalty* (Y) karena aplikasi TIX ID kurang mampu memfasilitasi pengguna dalam menggunakan aplikasi secara optimal, yakni mulai dari tahap pengenalan, penggunaan, hingga akhir penggunaan aplikasi. *E-loyalty* mampu memengaruhi profitabilitas penyedia layanan elektronik sehingga *e-service quality* yang baik bersifat penting untuk diperhatikan, dipertahankan, bahkan ditingkatkan melalui dimensi-dimensi yang terkandung di dalamnya.

Jenis penelitian ini adalah Eksplanatori dengan pendekatan Metode Deskriptif Kuantitatif untuk mampu menjelaskan hubungan antarvariabel yang terkandung melalui pengujian hipotesis. Dengan demikian, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada orang-orang yang pernah mengunduh serta menggunakan aplikasi TIX ID. Sampel minimum penelitian ini adalah 97 orang, tetapi disebarkan kepada 105 orang sebagai antisipasi akan adanya data-data dari responden yang kurang layak untuk dimasukkan. Variabel dengan menggunakan metode *Semantic Differential*. Data yang peneliti dapatkan diolah, kemudian dilakukan analisis secara kuantitatif untuk mendapatkan kesimpulan yang berguna untuk memecahkan masalah nyata (*Applied Research*). Dalam rangka mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat, peneliti menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Dengan demikian, hasil penelitian ini mampu memberikan penjelasan mengenai bagaimana pengaruh *e-service quality* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*, diwakili melalui pengambilan sampel. Adapun dimensi *e-service quality* yang digunakan antara lain: *efficiency* (X1), *fulfillment* (X2), *system availability* (X3), *privacy* (X4), *responsiveness* (X5), *compensation* (X6), dan *contact* (X7).

Hasil analisis deskriptif menggambarkan bahwa *e-loyalty* dari para pengguna terhadap aplikasi TIX ID adalah cukup. Mereka beranggapan bahwa kualitas *efficiency*, *fulfillment*, dan *system availability* aplikasi TIX ID baik, sementara kualitas *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* dianggap cukup. Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, peneliti mendapatkan hasil dimana seluruh dimensi yang digunakan berpengaruh secara simultan terhadap *e-loyalty*. Adapun kemampuan dari variabel bebas (*e-service quality*) dalam menjelaskan variabel terikat (*e-loyalty*) adalah sebesar 69,8%. Sementara itu, secara parsial diketahui bahwa hanya dimensi *efficiency*, *fulfillment*, dan *responsiveness* yang memiliki pengaruh positif terhadap *e-loyalty*. Dimensi *efficiency* memiliki pengaruh sebesar 28,4%, dimensi *fulfillment* memiliki pengaruh sebesar 21,2%, dan dimensi *responsiveness* memiliki pengaruh sebesar 30,6%.

Kata Kunci: *E-Service Quality, E-Loyalty.*

ABSTRACT

The rapid development of technology has increasingly allowed various activities to be carried out online through electronic media, such as ordering cinema tickets through the TIX ID application developed by PT Nusantara Elang Sejahtera. Launched in 2018, PT Nusantara Elang Sejahtera is a subsidiary of PT Nusantara Elang Sejahtera that focuses on technology implementation. Due to its innovative nature, the TIX ID application was downloaded more than one million times in Indonesia within five months of launch and more than five million times in 2021. However, based on preliminary research in the form of distributing online questionnaires to 33 respondents, it is known that a number of respondents who are users of the TIX ID application are not satisfied with the e-service quality (X) provided by the TIX ID application. The majority of them do not have e-loyalty (Y) because the TIX ID application is not able to facilitate users in optimally using the application, starting from the introduction, use, to the end of application use. E-loyalty is able to affect the profitability of electronic service providers so that good e-service quality is important to note, maintain, and even improve through the dimensions contained therein.

This type of research is Explanatory with a Quantitative Descriptive Method approach to be able to explain the relationship between the variables contained through hypothesis testing. Thus, the researchers distributed questionnaires to people who had downloaded and used the TIX ID application. The minimum sample for this study was 97 people, but it was distributed to 105 people in anticipation of data from respondents who were not eligible to be included. variables using the Semantic Differential method. The data that researchers get is processed, then quantitative analysis is carried out to get conclusions that are useful for solving real problems (Applied Research). In order to determine the effect of the independent variable on the dependent variable, the researcher used multiple linear regression analysis techniques. Thus, the results of this study are able to provide an explanation of how the e-service quality of the TIX ID application affects e-loyalty, represented by sampling. The dimensions of e-service quality used include: efficiency (X1), fulfillment (X2), system availability (X3), privacy (X4), responsiveness (X5), compensation (X6), and contact (X7).

The results of the descriptive analysis illustrate that the e-loyalty of users to the TIX ID application is sufficient. They assume that the quality of efficiency, fulfillment, and system availability of the TIX ID application is good, while the quality of privacy, responsiveness, compensation, and contact is considered sufficient. Based on the results of multiple linear regression analysis, researchers get results where all the dimensions used have a simultaneous effect on e-loyalty. The ability of the independent variable (e-service quality) in explaining the dependent variable (e-loyalty) is 69.8%. Meanwhile, it is partially known that only the dimensions of efficiency, fulfillment, and responsiveness have a positive influence on e-loyalty. The efficiency dimension has an effect of 28.4%, the fulfillment dimension has an influence of 21.2%, and the responsiveness dimension has an influence of 30.6%.

Keywords: E-Service Quality, E-Loyalty.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, oleh karena berkat serta perlindungan-Nya penulis mampu menyelesaikan penelitian yang berjudul **“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* APLIKASI TIX ID TERHADAP *E-LOYALTY*”** secara optimal dan tepat waktu. Adapun penyelesaian penelitian ini dilakukan dalam rangka memenuhi sebagian dari syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan. Kelancaran penulisan skripsi ini tidak terlepas dari kontribusi dari berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan, arahan, serta bimbingan yang bersifat konstruktif. Oleh karena itu, peneliti hendak menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. **Bapak Sedjahtera Kuwadi, Ibu Sandra Widjaja, dan Patricia Kuwadi** selaku orang tua dan kakak yang senantiasa memberikan dukungan moril maupun materil.
2. **Bapak H. Agus Hasan Pura A., Drs., M.Si.** selaku Dosen Pembimbing skripsi yang senantiasa memberikan dukungan dan saran yang membangun, serta meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan proses penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. **Ibu Dr. Istiharini, M.M. CMA.,** selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan Bandung, seluruh **Pimpinan** dan **Dosen** Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan Bandung yang telah mendidik selama peneliti menjalankan studi.
4. **Bapak Fernando Mulia, SE., M.Kom.,** selaku Dosen Wali yang selalu bersedia membimbing serta mengarahkan peneliti selama menjalankan studi pada Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan melalui saran dan nasihat yang membangun.
5. **Seluruh teman peneliti** yang tidak mampu peneliti sebutkan seluruhnya, tetapi sentiasa memberikan dukungan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Dengan demikian, peneliti berharap bahwa skripsi yang telah peneliti susun mampu memberikan manfaat dalam bentuk ilmu pengetahuan serta wawasan kepada siapa saja yang memerlukannya. Peneliti menyadari bahwa

penelitian ini masih jauh dari kata sempurna sehingga dalam rangka peningkatan kualitas melalui perbaikan, peneliti terbuka terhadap masukan serta saran dari para pembaca.

Bandung, 27 Juli 2021

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and a long horizontal stroke extending to the right.

Stephen Alexander Kuwadi

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1. Manfaat bagi Peneliti.....	15
1.4.2. Manfaat bagi Pihak Pengelola Aplikasi TIX ID (Karyawan PT Nusantara Elang Sejahtera)	15
1.4.3. Manfaat bagi Para Pembaca.....	15
1.4.4. Manfaat bagi Komunitas Akademik UNPAR.....	15
1.5. Kerangka Pemikiran.....	16
1.6. Hipotesis Penelitian.....	21
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	22
1.1. Pengertian Aplikasi.....	22
1.2. Pengertian Aplikasi <i>Mobile</i>	22
1.3. Pengertian <i>E-Service Quality</i>	23
1.3.1. Dimensi <i>E-Service Quality</i>	23
1.4. Pengertian <i>E-Loyalty</i>	27
BAB 3 METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN.....	30
3.1. Metode dan Jenis Penelitian.....	30
3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian.....	32
3.3.1. Populasi Penelitian.....	32
3.3.2. Sampel Penelitian.....	33
3.4. Objek Penelitian.....	34

3.4.1. Unit Analisis.....	34
3.4.2. Profil Perusahaan.....	34
3.5. Operasionalisasi Variabel.....	35
3.5.1. Operasionalisasi Variabel X (<i>E-Service Quality</i>).....	35
3.5.2. Operasionalisasi Variabel Y (<i>E-Loyalty</i>).....	39
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.6.1. Uji Validitas.....	40
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	42
3.7. Teknik Analisis Data.....	44
3.8. Profil Responden.....	51
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1. Analisis Deskriptif.....	53
4.1.1. <i>Efficiency</i> (X1).....	53
4.1.2. <i>Fulfillment</i> (X2).....	57
4.1.3. <i>System Availability</i> (X3).....	60
4.1.4. <i>Privacy</i> (X4).....	63
4.1.5. <i>Responsiveness</i> (X5).....	66
4.1.6. <i>Compensation</i> (X6).....	70
4.1.7. <i>Contact</i> (X7).....	73
4.1.8. <i>E-Loyalty</i> (Y).....	77
4.2. Analisis Regresi Linear Berganda.....	82
4.2.1. Uji Asumsi Klasik.....	82
4.2.2. Uji F (Uji Pengaruh Simultan)	89
4.2.3. Uji T (Uji Pengaruh Parsial)	90
4.2.4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	94
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1. Kesimpulan.....	96
5.2. Saran.....	102
5.2.1. Saran bagi Pihak Pengelola Aplikasi TIX ID (Karyawan PT Nusantara Elang Sejahtera)	102
5.2.2. Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	113
LAMPIRAN.....	118

RIWAYAT HIDUP PENELITI.....179

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Rating</i> Para Pengguna Aplikasi TIX ID di <i>Playstore</i>	4
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel X (<i>E-Service Quality</i>).....	35
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Y (<i>E-Loyalty</i>).....	40
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas <i>E-Service Quality</i>	41
Tabel 3.4	Hasil Uji Validitas <i>E-Loyalty</i>	42
Tabel 3.5	Hasil Uji Reliabilitas <i>E-Service Quality</i>	43
Tabel 3.6	Hasil Uji Reliabilitas <i>E-Loyalty</i>	44
Tabel 3.7	Kategori Bobot Skor.....	45
Tabel 3.8	Usia Responden.....	51
Tabel 3.9	Jenis Pekerjaan Responden.....	52
Tabel 3.10	Jenis Kelamin Responden.....	52
Tabel 4.1	<i>Efficiency</i> dari aplikasi TIX ID.....	53
Tabel 4.2	<i>Fulfillment</i> dari aplikasi TIX ID.....	57
Tabel 4.3	<i>System Availability</i> dari aplikasi TIX ID.....	60
Tabel 4.4	<i>Privacy</i> dari aplikasi TIX ID.....	63
Tabel 4.5	<i>Responsiveness</i> dari aplikasi TIX ID.....	66
Tabel 4.6	<i>Compensation</i> dari aplikasi TIX ID.....	70
Tabel 4.7	<i>Contact</i> dari aplikasi TIX ID.....	73
Tabel 4.8	<i>E-Loyalty Pengguna terhadap Aplikasi TIX ID</i>	77
Tabel 4.9	Uji Multikolinearitas.....	87
Tabel 4.10	Uji F: ANOVA.....	89
Tabel 4.11	Uji T.....	91
Tabel 4.12	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data Jumlah Penonton Film Bioskop di Indonesia Sebelum Pandemi COVID-19 (2015-2019).....	2
Gambar 1.2	Model Penelitian.....	4
Gambar 1.3	<i>Preliminary Research</i> : Pertama Kali Menggunakan Aplikasi TIX ID.....	5
Gambar 1.4	<i>Preliminary Research</i> : Seberapa Sering Menggunakan Aplikasi TIX ID Dibandingkan Membeli Tiket Secara Luring.....	6
Gambar 1.5	<i>Preliminary Research</i> : Alasan Menggunakan Kembali Aplikasi TIX ID.....	7
Gambar 1.6	<i>Preliminary Research</i> : Kesiapan Merekomendasikan Aplikasi TIX ID dan Alasannya.....	8
Gambar 1.7	<i>Preliminary Research</i> : Keinginan untuk Beralih pada Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop Lain yang Lebih Menarik (Apabila Ada).....	9
Gambar 1.8	<i>Preliminary Research</i> : Kendala Pengguna Saat Menggunakan Aplikasi TIX ID.....	10
Gambar 1.9	<i>Preliminary Research</i> : Keinginan untuk Berhenti Menggunakan Aplikasi TIX ID karena Kendala yang Dihadapi.....	11
Gambar 4.1	Uji Normalitas: P-Plot.....	83
Gambar 4.2	Uji Normalitas: Histogram.....	84
Gambar 4.3	Uji Kolmogorov-Smirnov: Monte Carlo Sig (2-Tailed).....	85
Gambar 4.4	Uji Kolmogorov-Smirnov: Exact Sig (2-Tailed).....	86
Gambar 4.5	Uji Heteroskedastisitas: Scatterplot.....	88

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Pendukung <i>Preliminary Research</i>	118
Lampiran 2. Jawaban dan Hasil dari <i>Preliminary Research</i>	120
Lampiran 3. Kuesioner.....	134
Lampiran 4. Profil Responden.....	141
Lampiran 5. Skor Hasil Kuesioner: Dimensi Variabel <i>E-Service Quality</i>	153
Lampiran 6. Skor Hasil Kuesioner: Dimensi Variabel <i>E-Loyalty</i>	165
Lampiran 7. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	171
Lampiran 8. Tabel F.....	177
Lampiran 9. Tabel T.....	178

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

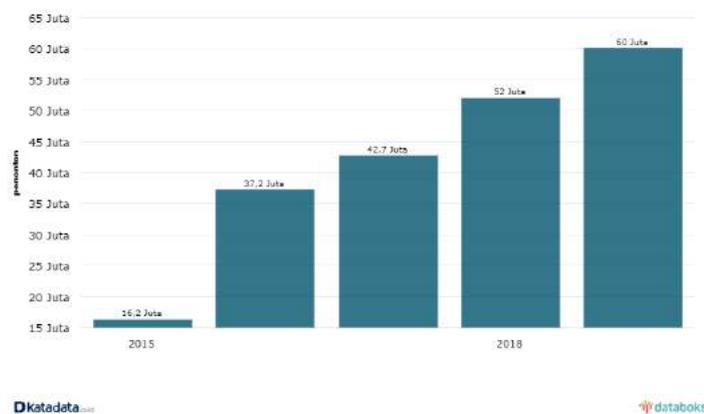
Bioskop, yang merupakan tempat menonton film menggunakan layar lebar, telah ada di Indonesia sejak tahun 1900. Berkembang selama kurang lebih 120 tahun, semakin meningkatnya tren masyarakat Indonesia menonton film di bioskop membuat banyak perusahaan baru yang bergerak dalam penyediaan jasa penayangan film pada gedung bioskop. Salah satunya adalah PT Nusantara Sejahtera Raya. Berdiri pada tahun 1987, PT Nusantara Sejahtera Raya pada saat ini mengoperasikan berbagai merek bioskop di Indonesia (Cinema XXI, Cinema 21, The Premier). Hingga awal tahun 2020, telah tercatat terdapat lebih dari 2.000 layar bioskop di Indonesia. Sebanyak 1.200 layar bioskop adalah milik jaringan 21 dan XXI. Target pasar Cinema XXI dan Cinema 21 adalah masyarakat Indonesia secara umum. Perbedaannya adalah Cinema XXI lebih banyak menayangkan film Hollywood dan menyediakan tempat merokok, *lounge*, dan sebagainya. Cinema 21 lebih banyak menayangkan film Indonesia. Sementara itu, The Premier ditujukan pada masyarakat Indonesia yang mencari kemewahan dalam menonton film.

Semakin meningkatnya jumlah penonton film bioskop di Indonesia meningkatkan tuntutan bagi perusahaan penyedia jasa penayangan film bioskop untuk menambah kapasitas penonton serta mengikuti perkembangan zaman melalui implementasi teknologi. Hal tersebut perlu dilakukan sebagai bentuk mitigasi risiko munculnya kekecewaan para penonton bioskop karena berbagai hal, seperti terlalu lama mengantre. Dengan demikian, PT Nusantara Sejahtera Raya membentuk sebuah anak perusahaan bernama PT Nusantara Elang Sejahtera, yang mana tujuannya adalah untuk berfokus pada pengembangan aplikasi. PT Nusantara Elang Sejahtera merilis aplikasi TIX ID pada tanggal 21 Maret 2018. TIX ID adalah sebuah aplikasi yang dikembangkan khusus untuk melakukan pemesanan tiket bioskop secara *online*. Target pasar aplikasi TIX ID adalah generasi milenial di Indonesia yang menggunakan *smartphone*. Eksistensinya adalah untuk mempermudah proses pemesanan tiket bioskop yang menjadi mampu dilakukan dari mana dan kapan saja. Melalui aplikasi, pengguna TIX ID mampu memilih lokasi bioskop, melihat ketersediaan film dan

tempat duduk, serta menggunakan promo yang tersedia. Pada bulan Agustus 2018, aplikasi TIX ID telah diunduh oleh lebih dari satu juta pengguna *smartphone* di Indonesia dan menjadi aplikasi layanan hiburan nomor satu di *Playstore*.

Pembelian tiket mampu pengguna lakukan setelah membuat akun pada aplikasi TIX ID dan melakukan pemilihan lokasi untuk secara lebih lanjut diarahkan pada pilihan tempat menonton. Pengguna TIX ID mampu melakukan pemesanan tiket bioskop pada semua bioskop (Cinema XXI, Cinema 21, The Premier, CGV, Cinepolis, dan sebagainya), tidak hanya bioskop-bioskop yang dioperasikan oleh PT Nusantara Sejahtera Raya saja (Cinema XXI, Cinema 21, The Premier). Pembayaran tiket dilakukan menggunakan uang yang investasikan pada aplikasi TIX ID. Pengisian saldo TIX ID hanya mampu dilakukan melalui *e-wallet* yang bernama DANA.

Gambar 1.1
Data Jumlah Penonton Film Bioskop di Indonesia Sebelum Pandemi COVID-19 (2015-2019)



Sumber: www.databoks.katadata.co.id

Gambar 1.1 menunjukkan peningkatan jumlah penonton film di bioskop di Indonesia sebelum pandemi COVID-19, yakni tahun 2015, 2016, 2017, 2018, dan 2019. Eksistensi pandemi COVID-19 menghambat peningkatan jumlah penonton film bioskop di Indonesia yang berakibat pada terhambatnya pula industri perfilman Indonesia (perusahaan-perusahaan yang bergerak dalam penyediaan jasa penayangan film pada gedung bioskop). Fenomena tersebut disebabkan karena pembatasan yang diberlakukan pemerintah dalam menonton film pada gedung bioskop sehingga kegiatan menonton film di bioskop menjadi

kegiatan yang kurang relevan pada masa pandemi COVID-19. Dengan demikian, aplikasi TIX ID menambah fitur berlangganan untuk melakukan *streaming* film seperti yang dilakukan oleh Netflix, Viu, Go Play, HBO, HOOQ, dan lain sebagainya.

Akan tetapi, fitur pemesanan tiket bioskop secara *online* tidak dihilangkan karena tidak relevannya menonton film di bioskop pada masa pandemi COVID-19 bukan berarti bahwa kegiatan tersebut menjadi kegiatan yang ditinggalkan. Perbedaan menonton bioskop secara langsung dengan melakukan *streaming* film di rumah terletak pada suasana dan kebersamaan. Oleh karena itu, peneliti beranggapan bahwa layanan pemesanan tiket bioskop secara *online* yang ditawarkan oleh aplikasi TIX ID bersifat prospektif karena mampu memiliki peningkatan pengguna setelah pandemi COVID-19 berakhir. Masyarakat Indonesia yang telah didorong untuk semakin sadar teknologi (*go-digital*), kebersihan, dan kesehatan mampu berkontribusi pada pergeseran preferensi masyarakat Indonesia dari membeli tiket bioskop secara luring (*offline*) menjadi secara daring (*online*).

Berdasarkan kendala-kendala yang peneliti hadapi selama kurang lebih dua tahun menggunakan aplikasi TIX ID, peneliti melakukan observasi terhadap *rating* yang diberikan oleh para pengguna aplikasi TIX ID pada kolom penilaian serta ulasan di *Playstore*. Oleh karena jumlah *rating* yang diberikan oleh para pengguna relatif tidak sedikit (407.341 buah), peneliti melakukan observasi dengan cara mengambil sampel secara *simple random sampling* sebanyak 384 buah *rating* dengan kategori "*all*". Jumlah tersebut ditentukan berdasarkan tabel yang berjudul "Sample size for a given population size." Tabel tersebut peneliti dapatkan dari buku yang berjudul "*Research Methods for Business, A Skill Building Approach*" (Sekaran, 2016:263). Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1.1

Rating Para Pengguna Aplikasi TIX ID di Playstore

Rating	Jumlah
Bintang 1	135
Bintang 2	31
Bintang 3	31
Bintang 4	42
Bintang 5	145

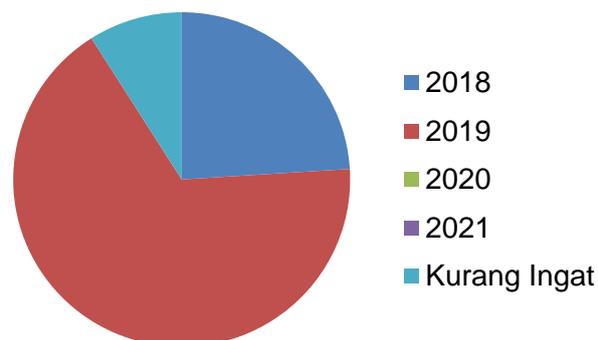
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Berdasarkan hasil dimana jumlah *rating* bintang satu tidak berbeda jauh dengan *rating* bintang lima, peneliti berasumsi bahwa aplikasi TIX ID masih memiliki sejumlah kelemahan yang dirasakan oleh para penggunanya secara umum. Oleh karena itu, peneliti melakukan *preliminary research* di lapangan dengan mencari orang yang gemar menonton film di bioskop, pernah mengunduh aplikasi TIX ID, serta pernah setidaknya satu kali melakukan pemesanan tiket bioskop melaluinya. Peneliti mendapatkan tiga puluh tiga orang yang masuk ke dalam kategori dan merespons kuesioner yang peneliti ajukan menggunakan media *Google Form*. Didapatkan hasil sebagai berikut:

Gambar 1.2

Preliminary Research: Pertama Kali Menggunakan Aplikasi TIX ID

Pertama Kali Menggunakan Aplikasi TIX ID



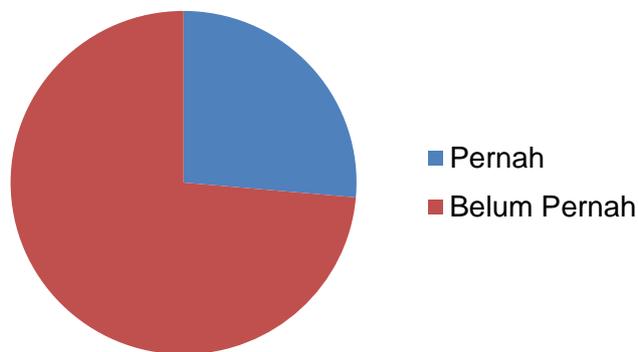
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 1.2 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna pertama kali menggunakan aplikasi TX ID pada tahun 2019, yakni sebanyak 67% (22 dari 33 responden). Sebanyak 24% (8 dari 33 responden) pertama kali menggunakan

aplikasi TIX ID pada tahun 2018. Tidak ada responden yang pertama kali menggunakan aplikasi TIX pada tahun 2020 dan 2021, serta sebanyak 9% (3 dari 33 responden) kurang mengingat kapan pertama kali menggunakan aplikasi TIX ID.

Gambar 1.3
Preliminary Research: Pertama Kali Menggunakan Aplikasi TIX ID

Pernah Kembali Menggunakan Aplikasi TIX ID Sejak Pertama Kali Menggunakannya



Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 1.3 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna, 70% (23 dari 33 responden), pernah kembali menggunakan aplikasi TIX ID sejak pertama kali menggunakannya. Sementara itu, sebanyak 30% (10 dari 33 responden) belum pernah menggunakannya kembali. Adapun waktu dimana responden pertama kali menggunakan aplikasi TIX ID berbeda-beda, seperti yang mampu diketahui dari Gambar 1.2.

Gambar 1.4
*Preliminary Research: Seberapa Sering Menggunakan Aplikasi TIX ID
Dibandingkan Membeli Tiket Secara Luring*

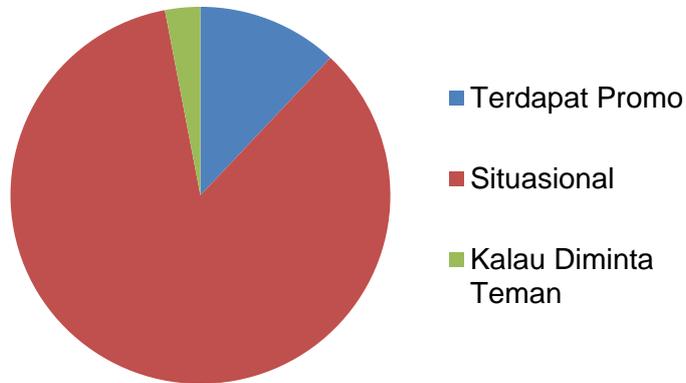


Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 1.4 menunjukkan bahwa mayoritas pengguna, 58% (19 dari 33 responden) menyatakan bahwa mereka kadang-kadang menggunakan aplikasi TIX ID untuk membeli tiket dibandingkan membeli secara langsung di bioskop. Sebanyak 33% (11 responden) menyatakan bahwa mereka hampir tidak pernah membeli tiket bioskop secara *online* (melalui aplikasi TIX ID) sehingga lebih memilih untuk membelinya secara langsung di bioskop. Hanya sebesar 9% atau 3 responden yang lebih sering menggunakan aplikasi TIX ID untuk membeli tiket bioskop dibandingkan membelinya secara langsung di bioskop.

Gambar 1.5
Preliminary Research: Alasan Menggunakan Kembali Aplikasi TIX ID

Alasan Menggunakan Kembali Aplikasi TIX ID

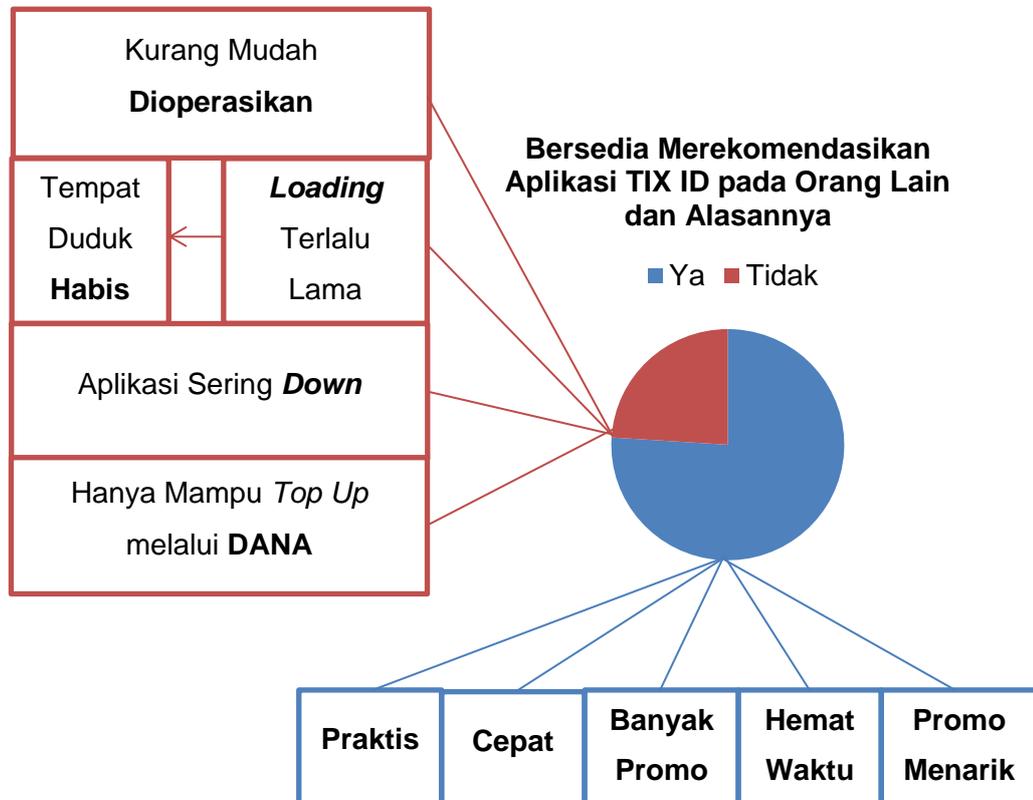


Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 1.5 menunjukkan bahwa 85% (28 dari 33 responden) kembali menggunakan aplikasi TIX ID secara situasional sehingga tidak selalu didasarkan oleh alasan yang sama (tidak menentu). Adapun sebanyak 12% (4 dari 33 responden) menggunakan kembali aplikasi TIX ID apabila terdapat promo dan sebanyak 3% (1 dari 33 responden) menyatakan alasan yang berbeda, yaitu "kalau diminta teman."

Gambar 1.6

Preliminary Research: Kesiediaan Merekomendasikan Aplikasi TIX ID dan Alasannya



Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 1.6 menunjukkan bahwa mayoritas responden 76% memiliki kesiediaan untuk merekomendasikan aplikasi TIX ID pada orang lain, yakni sebanyak 25 dari 33 responden menyatakan “ya.” Adapun alasannya beragam, seperti praktis, cepat, promo yang banyak dan menarik, serta hemat waktu. Sementara itu, 24% (8 dari 33 responden) menyatakan bahwa mereka “tidak” bersedia untuk secara sukarela merekomendasikan aplikasi TIX ID pada orang lain. Kendala-kendala yang mereka hadapi, seperti kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi, *loading* pada aplikasi yang lama sehingga mengakibatkan habisnya tempat duduk pada waktu, studio, dan jenis film yang ingin mereka tonton, aplikasi yang sering *down*, hingga keterbatasan metode *top up* yang hanya mampu dilakukan melalui *e-wallet* bernama DANA.

Gambar 1.7

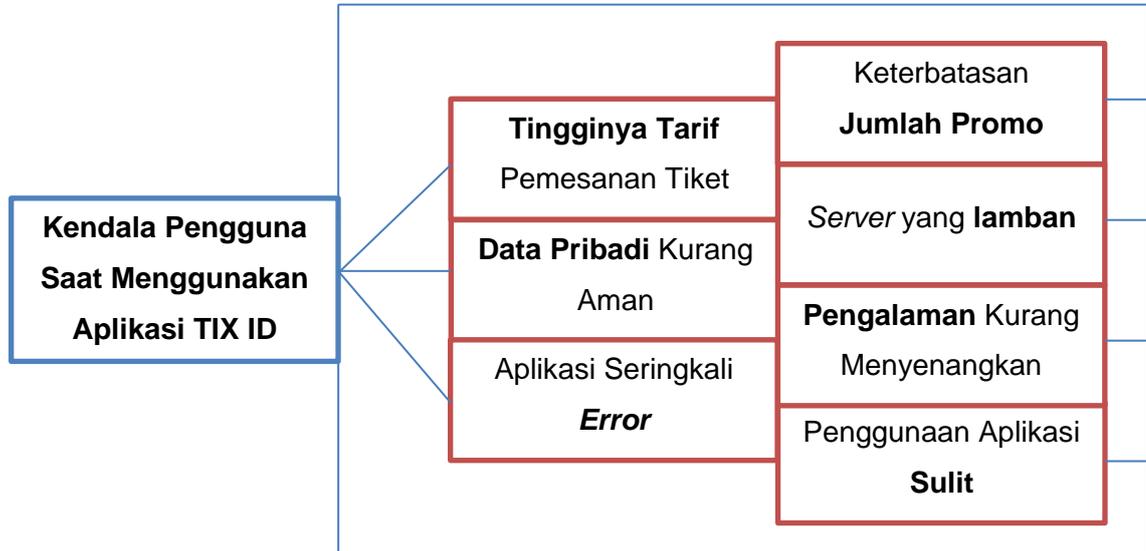
Preliminary Research: Keinginan untuk Beralih pada Aplikasi Pemesanan Tiket Bioskop Lain yang Lebih Menarik (Apabila Ada)



Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 1.7 menunjukkan bahwa sebanyak 73% (24 dari 33 responden) memiliki keinginan untuk beralih pada aplikasi pemesanan tiket bioskop secara *online* lainnya yang lebih menarik apabila ada. Sementara itu, 27% (9 dari 33 responden) tidak memiliki keinginan untuk beralih. Dengan demikian, mampu diketahui bahwa para responden kurang memiliki loyalitas sehingga aplikasi TIX ID hanya menjadi salah satu aplikasi pilihan saja. Belum adanya pesaing yang menawarkan aplikasi pemesanan tiket bioskop secara *online* yang lebih menarik, berkualitas, atau lebih unggul dalam hal fitur, promosi, dan ketenaran mampu menjadi penyebab para responden yang menjawab “*ya*” masih menggunakan aplikasi TIX ID.

Gambar 1.8
Preliminary Research: Kendala Pengguna Saat Menggunakan Aplikasi TIX ID



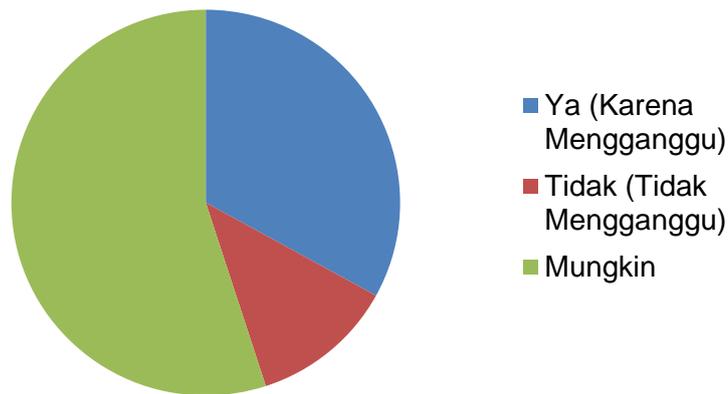
Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 1.8 menunjukkan sejumlah kendala yang para pengguna (33 responden) hadapi saat menggunakan aplikasi TIX ID. Sejumlah responden menyatakan bahwa mereka merasa aplikasi TIX ID cukup sulit untuk dioperasikan dan memiliki *server* yang lamban. Kedua kendala tersebut mengindikasikan adanya masalah pada *efficiency* atau “...tingkat kemudahan dan kecepatan dalam mengakses serta menggunakan situs” (Zeithaml et al., 2018) sehingga kurang mampu “...memunculkan evaluasi positif dalam pengalaman” (Riza, 2017:3) penggunaan aplikasi TIX ID. Secara lebih lanjut, sejumlah responden menyatakan bahwa aplikasi TIX ID sering *error* sehingga mengindikasikan adanya masalah pada *system availability* atau “...kebenaran fungsi teknis dari situs” (Zeithaml et al., 2018). *System availability* aplikasi yang berkualitas diindikasikan dengan adanya fungsi teknis yang baik saat pengguna “...membuka serta menggunakan situs” (Zeithaml et al., 2018). Secara sederhana, *system availability* merupakan “...kebenaran fungsi teknis dari aplikasi” (Tobagus, 2018:2). Kebenaran fungsi teknis dari aplikasi TIX ID yang dipersepsikan kurang baik oleh responden diakibatkan oleh adanya kendala bagi sistem aplikasi dalam memenuhi permintaan pengguna (melakukan pemilihan film hingga transaksi). Sementara itu, kendala responden berupa “data pribadi kurang aman” mengindikasikan adanya masalah pada *privacy* atau “...sejauh

mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pengguna” (Zeithaml et al., 2018).

Gambar 1.9
Preliminary Research: Keinginan untuk Berhenti Menggunakan Aplikasi TIX ID karena Kendala yang Dihadapi

Keinginan untuk Berhenti Menggunakan Aplikasi TIX ID karena Kendala yang Dihadapi



Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Gambar 1.9 menunjukkan mengenai tingkat keinginan dari para responden yang merepresentasikan para pengguna aplikasi TIX ID untuk berhenti menggunakan aplikasi karena sejumlah kendala yang mereka hadapi. Gambar 1.8 menunjukkan terdapat perbedaan kendala yang dihadapi oleh para responden dalam menggunakan aplikasi TIX ID. Sebanyak 33% (11 dari 33 responden) menjawab “ya” dan menganggap bahwa kendala yang mereka hadapi saat menggunakan aplikasi TIX ID cukup mengganggu mereka. Jawaban tersebut mengindikasikan adanya urgensi bagi pihak pengelola aplikasi TIX ID untuk memerhatikan *responsiveness* atau “...penanganan masalah yang efektif dan pengembalian melalui situs” (Zeithaml et al., 2018). Penanganan masalah yang efektif mampu dilakukan dengan merespons keluhan pengguna (melalui media resmi yang disediakan) serta memperbaikinya.

Akan tetapi, sebanyak 61% (17 dari 28 responden) beranggapan bahwa pihak pengelola aplikasi TIX ID tidak pernah melakukan perbaikan fitur atas kendala yang pernah mereka hadapi. Sebanyak 29% (8 dari 28 responden) beranggapan bahwa pihak pengelola aplikasi TIX ID memperbaiki kekurangan pada fitur aplikasi dan sebanyak 10% (3 dari 28 responden) menyatakan bahwa

mereka kurang mengetahui mengenai hal tersebut. Kenyataan dimana mayoritas responden merasa pihak pengelola aplikasi TIX ID tidak pernah memperbaiki fitur yang menyebabkan sejumlah kendala dalam menggunakan aplikasi TIX ID mengindikasikan adanya masalah dalam hal *contact* atau "...ketersediaan bantuan melalui telepon atau perwakilan melalui media *online*" (Zeithaml et al., 2018). Adanya pengalaman kurang menyenangkan serta keterbatasan dari aplikasi TIX ID yang dialami oleh para pengguna mengindikasikan pentingnya menjadikan *compensation* atau "...sejauh mana situs mengkompensasi pelanggan untuk masalah" (Tobagus, 2018) sebagai tolok ukur keberhasilan aplikasi TIX ID dalam mempertahankan para penggunanya. Dengan demikian, berdasarkan *preliminary research* mampu diketahui terdapat dimensi-dimensi *e-service quality* yang masih perlu untuk ditingkatkan dari aplikasi TIX ID.

Dimensi-dimensi yang terkandung dalam *e-service quality* penting untuk dimengerti serta diperbaiki oleh sebuah perusahaan yang menyediakan layanan elektronik, seperti PT Nusantara Sejahtera Raya. Dengan baiknya kualitas pelayanan elektronik yang diberikan oleh PT Nusantara Sejahtera Raya melalui aplikasi TIX ID, maka para pengguna mampu memiliki kepuasan dalam menggunakan aplikasi tersebut. Peneliti melihat bahwa *e-service quality* tidak hanya mencerminkan aspek tertentu dan dalam waktu singkat saja, tetapi mencakup keseluruhan proses. Pernyataan tersebut didukung oleh Tjiptono (2011:246) yang menyatakan bahwa "*e-service quality* mencakup semua tahapan dari interaksi konsumen melalui *website*, yaitu sejauh mana *website* dapat memfasilitasi penyediaan jasa tersebut secara efisien dan efektif." Hasil dari tahapan-tahapan tersebut kemudian berpengaruh terhadap loyalitas pengguna, yang mana dalam penelitian ini menggunakan istilah *e-loyalty* karena aplikasi TIX ID adalah sebuah bisnis yang berbasis teknologi.

Anderson dan Srinivasan (2003) menyatakan bahwa *e-loyalty* merupakan "sikap menguntungkan pelanggan terhadap bisnis elektronik yang mengakibatkan perilaku pembelian ulang" (Anderson dan Srinivasan dalam Hur et al., 2011). Perhatian dan fokus perusahaan terhadap dimensi-dimensi *e-service quality* mampu memberikan kemudahan serta kenyamanan pada pelanggan atau pengguna dari awal hingga akhir penggunaan aplikasi dilakukan. Santos (2003) menyatakan bahwa *e-service quality* yang diberikan mampu memunculkan persepsi umum, penilaian, serta evaluasi pelanggan mengenai layanan yang diberikan dari media elektronik yang digunakan (Santos dalam

Zehir, 2016). Pelanggan yang memiliki persepsi, penilaian, serta evaluasi yang baik terhadap layanan mampu memiliki kepuasan hingga loyalitas terhadap media elektronik tersebut. Dengan demikian, *e-service quality* yang diberikan oleh pihak penyedia layanan memiliki korelasi dengan *e-loyalty* yang dimiliki oleh para penggunanya. Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh *E-Service Quality* Aplikasi TIX ID Terhadap *E-Loyalty*.”

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas *efficiency* aplikasi TIX ID menurut para pengguna?
2. Bagaimana kualitas *fulfillment* aplikasi TIX ID menurut para pengguna?
3. Bagaimana kualitas *system availability* aplikasi TIX ID menurut para pengguna?
4. Bagaimana kualitas *privacy* aplikasi TIX ID menurut para pengguna?
5. Bagaimana kualitas *responsiveness* aplikasi TIX ID menurut para pengguna?
6. Bagaimana kualitas *compensation* aplikasi TIX ID menurut para pengguna?
7. Bagaimana kualitas *contact* aplikasi TIX ID menurut para pengguna?
8. Bagaimana *e-loyalty* para pengguna terhadap aplikasi TIX ID?
9. Bagaimana pengaruh *efficiency* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*?
10. Bagaimana pengaruh *fulfillment* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*?
11. Bagaimana pengaruh *system availability* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*?
12. Bagaimana pengaruh *privacy* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*?
13. Bagaimana pengaruh *responsiveness* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*?
14. Bagaimana pengaruh *compensation* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*?
15. Bagaimana pengaruh *contact* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*?
16. Bagaimana pengaruh *efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation, dan contact* aplikasi TIX ID secara bersamaan terhadap *e-loyalty*?

17. Seberapa besar pengaruh *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* aplikasi TIX ID secara bersamaan terhadap *e-loyalty*?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan peneliti melaksanakan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui bagaimana *efficiency* aplikasi TIX ID menurut para pengguna.
2. Mengetahui bagaimana kualitas *fulfillment* aplikasi TIX ID menurut para pengguna.
3. Mengetahui bagaimana kualitas *system availability* aplikasi TIX ID menurut para pengguna.
4. Mengetahui bagaimana kualitas *privacy* aplikasi TIX ID menurut para pengguna.
5. Mengetahui bagaimana kualitas *responsiveness* aplikasi TIX ID menurut para pengguna.
6. Mengetahui bagaimana kualitas *compensation* aplikasi TIX ID menurut para pengguna.
7. Mengetahui bagaimana kualitas *contact* aplikasi TIX ID menurut para pengguna.
8. Mengetahui bagaimana *e-loyalty* para pengguna terhadap aplikasi TIX ID.
9. Mengetahui bagaimana pengaruh *efficiency* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*.
10. Mengetahui bagaimana pengaruh *fulfillment* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*.
11. Mengetahui bagaimana pengaruh *system availability* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*.
12. Mengetahui bagaimana pengaruh *privacy* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*.
13. Mengetahui bagaimana pengaruh *responsiveness* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*.
14. Mengetahui bagaimana pengaruh *compensation* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*.

15. Mengetahui bagaimana pengaruh *contact* aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty*.
16. Mengetahui bagaimana pengaruh *efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation*, dan *contact* aplikasi TIX ID secara bersamaan terhadap *e-loyalty*.
17. Mengetahui seberapa besar pengaruh *efficiency, fulfillment, system availability, privacy, responsiveness, compensation*, dan *contact* aplikasi TIX ID secara bersamaan terhadap *e-loyalty*.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat bagi Peneliti

Manfaat bagi peneliti adalah untuk mendapatkan proses pembelajaran dalam bentuk praktik nyata, yakni melalui implementasi ilmu pengetahuan yang telah peneliti dapatkan selama menempuh studi pada Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan. Dengan demikian, melalui proses pembelajaran tersebut mampu memperluas wawasan serta ilmu pengetahuan peneliti melalui implementasi teori yang relevan dengan kondisi saat ini.

1.4.2. Manfaat bagi Pihak Pengelola Aplikasi TIX ID (Karyawan PT Nusantara Elang Sejahtera)

Manfaat bagi pihak pengelola aplikasi TIX ID adalah sebagai referensi dalam melakukan evaluasi kinerja aplikasi TIX ID. Berdasarkan hasil dari penelitian, mampu diketahui bagaimana pengaruh dari dimensi-dimensi *e-service quality* terhadap *e-loyalty* yang dimiliki oleh para pengguna aplikasi TIX ID. Dengan demikian, pihak pengelola aplikasi TIX ID mampu mengetahui urgensi agar mampu senantiasa mempertahankan dan meningkatkan *e-service quality* dari aplikasi TIX ID untuk penciptaan *e-loyalty* pada para pengguna.

1.4.3. Manfaat bagi Para Pembaca

Manfaat bagi para pembaca adalah sebagai salah satu media belajar dan sebagai referensi penelitian mengenai pengaruh dimensi-dimensi *e-service quality* terhadap *e-loyalty* penyedia layanan elektronik. Secara khusus, penelitian ini diharapkan mampu membantu para pembaca untuk meningkatkan pengetahuan mengenai teori yang peneliti gunakan

pada *e-service quality* dan *e-loyalty* responden yang merupakan pengguna aplikasi TIX ID.

1.4.4. Manfaat bagi Komunitas Akademik UNPAR

Penelitian dalam skripsi ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi setiap pihak yang terlibat dan berkepentingan dengan Universitas Katolik Parahyangan (UNPAR), baik bagi para pengajar maupun para peserta didik. Peneliti berharap bahwa penelitian ini mampu menjadi referensi penelitian, serta mampu dikembangkan secara lebih lanjut melalui penelitian-penelitian berikutnya yang dilakukan di dalam maupun di luar lingkungan UNPAR.

1.5. Kerangka Pemikiran

PT Nusantara Sejahtera Raya, berdiri pada tahun 1987, merupakan sebuah perusahaan yang bergerak di dalam bidang perfilman. Di dalam industri perfilman, PT Nusantara Sejahtera Raya berkembang secara progresif dan signifikan dengan berfokus pada penyediaan layanan penayangan film pada gedung bioskop. Perkembangan perusahaan diindikasikan dengan perluasan pangsa pasar untuk target penonton yang berbeda-beda, seperti pembukaan Cinema XXI, Cinema 21, dan The Premier. Cinema XXI ditargetkan untuk masyarakat perkotaan dengan pendapatan menengah ke atas (karakteristik: mayoritas menayangkan film Hollywood dan menyediakan tempat merokok, *lounge*, dan sebagainya) sehingga Cinema XXI mayoritas beroperasi pada malam elite di perkotaan. Sementara itu, Cinema 21 ditargetkan untuk masyarakat Indonesia secara umum (karakteristik: mayoritas menayangkan film Indonesia dan berfokus pada operasional gedung bioskop). Adapun The Premier ditargetkan untuk masyarakat perkotaan dengan pendapatan menengah ke atas yang ingin mencari kemewahan serta kenyamanan ekstra dalam menonton film. Dengan demikian, harga tiket bioskop serta fasilitas lain (makanan, minuman, dan sebagainya) menyesuaikan dengan target pasar yang dituju.

Semakin meningkatnya jumlah penonton film di bioskop di Indonesia menuntut PT Nusantara Sejahtera Raya untuk melakukan peningkatan kapasitas layanan serta inovasi, yang mana direalisasikan melalui implementasi teknologi. Parasuraman et al. (1991) menyatakan bahwa untuk meningkatkan atau memperbaiki kualitas pelayanan agar lebih efisien dan akurat, sebuah

perusahaan mampu “...use technologies which improve its service and, in the long run, such improvement can also increase the market demand for the company’s service.” Pernyataan tersebut diterjemahkan sebagai “...menggunakan teknologi yang yang mampu memperbaiki layanan yang mana perbaikan tersebut mampu meningkatkan permintaan pasar terhadap layanan perusahaan tersebut dalam jangka panjang” (Parasuraman et al. dalam Wilson, 2019). Melalui pembentukan anak perusahaan (PT Nusantara Elang Sejahtera), pada tanggal 21 Maret 2018 diluncurkanlah aplikasi TIX ID yang kemudian diunduh oleh lebih dari 1 juta pengguna dalam kurun waktu 5 bulan. Diawali kendala yang pernah peneliti hadapi di dalam mengoperasikan aplikasi TIX ID sejak tahun 2019, seperti ketersediaan tempat duduk kurang sesuai kenyataan dan *top up* yang hanya mampu dilakukan melalui *e-wallet* bernama DANA, peneliti mengumpulkan penilaian pengguna di Playstore dengan hasil dimana jumlah penilaian yang sangat baik dan sangat buruk hampir sebanding. Setelah itu, peneliti memanfaatkan Google Form untuk melakukan observasi dengan terlebih dulu mencari orang yang suka menonton film di bioskop, pernah mengunduh aplikasi ini, dan telah setidaknya sekali memesan tiket bioskop melaluinya. Peneliti mendapatkan 33 responden dan didapatkan hasil dimana para pengguna aplikasi TIX ID merasa kurang puas dengan *e-service quality* pada aplikasi TIX ID. Kurangnya kepuasan yang terjadi mampu menentukan sikap para pengguna, seperti rendahnya *e-loyalty*. Dimensi-dimensi *e-service quality* yang mampu digambarkan di dalam hasil penyebaran kuesioner memiliki korelasi dengan *e-loyalty* para responden. Indikator *e-loyalty* adalah penggunaan aplikasi secara berulang, tidak beralih pada aplikasi lain, bahkan bersedia merekomendasikan aplikasi TIX ID pada orang lain.

Secara lebih lanjut, Rolland dan Freeman (2010) mendefinisikan *e-service quality* sebagai “...sebuah *website* dapat memfasilitasi proses belanja, pembelian dan sampai ke tahap pengiriman barang dan jasa secara efektif dan efisien, serta menyimpulkan bahwa pengguna harus bergantung sepenuhnya pada teknologi informasi dalam kegiatan *e-commerce* mereka” (Rolland dan Freeman dalam Aulia, 2017). Zeithaml et al. (2018:92) menyatakan bahwa *e-service quality* mampu dijelaskan melalui tujuh dimensi, yang mana terdiri dari empat dimensi *core* (saat pengguna tidak memiliki keluhan/masalah) dan tiga dimensi *recovery* (saat pengguna memiliki keluhan/masalah). Empat dimensi *core*, yaitu *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, dan *privacy* penting untuk

direncanakan serta ditingkatkan kualitasnya oleh PT Nusantara Elang Sejahtera melalui kualitas kinerja aplikasi TIX ID.

Efficiency merupakan "...tingkat kemudahan dan kecepatan dalam mengakses serta menggunakan situs" (Zeithaml et al., 2018). Apabila aplikasi TIX ID mudah diakses, dioperasikan, dan terstruktur dengan baik, maka kemungkinan bagi pengguna untuk mendapatkan kepuasan yang tinggi meningkat. Selain itu, *fulfillment* atau "...sejauh mana janji dari situs mengenai pengiriman pesanan dan ketersediaan barang terpenuhi" (Zeithaml et al., 2018). Dimensi *fulfillment* mampu dipenuhi dengan adanya kejelasan mengenai informasi ketersediaan tiket, tempat duduk, hingga ketepatan waktu dalam mengirimkan *barcode* tiket yang telah pengguna pesan. Sementara itu, *system availability* merupakan "...kebenaran fungsi teknis dari situs" (Zeithaml et al., 2018). Pengguna mampu memiliki kepuasan hingga loyalitas apabila sistem aplikasi TIX ID mampu beroperasi dengan tepat dan akurat dalam memenuhi berbagai permintaan pengguna dari waktu ke waktu secara jangka panjang. *Privacy* merupakan "...sejauh mana situs tersebut aman dan melindungi informasi pengguna" (Zeithaml et al., 2018). Tingkat keamanan data pribadi dan informasi transaksi penting untuk senantiasa dijaga serta diperhatikan oleh pengelola aplikasi TIX ID.

Sementara itu, tiga dimensi lainnya yang dikenal sebagai dimensi *recovery* digunakan oleh pengguna untuk "...melakukan penilaian terhadap layanan perbaikan ketika mereka memiliki sejumlah pertanyaan atau menghadapi sejumlah masalah," terdiri dari *responsiveness*, *compensation*, dan *contact*. *Responsiveness* merupakan "...penanganan masalah yang efektif dan pengembalian melalui situs" (Zeithaml et al., 2018). Pada saat pengguna menghadapi keluhan/masalah, pihak pengelola aplikasi TIX ID dituntut untuk melakukan penanganan secara efektif dan mampu memenuhi permintaan tertentu terkait dengan kendala yang dihadapi. Sementara itu, *compensation* merupakan "...sejauh mana situs memberikan kompensasi kepada pelanggan atas masalah" (Zeithaml et al., 2018), mampu diindikasikan dengan adanya kompensasi yang relevan dan memadai pada saat pengguna menghadapi masalah. Selain itu, terdapat dimensi *contact* yang merupakan "...ketersediaan bantuan melalui telepon atau perwakilan melalui media *online*" (Zeithaml et al., 2018). Dengan adanya langkah-langkah penanganan yang efektif dan tepat oleh

pengelola aplikasi TIX ID, pengguna yang memiliki masalah/keluhan mampu dipertahankan demi profitabilitas PT Nusantara Elang Sejahtera.

Berbeda dengan Zeithaml et al. (2018:92) yang mendefinisikan *e-service quality* secara umum, Kim dan Kim (2018:6) menyatakan bahwa *e-service quality* mampu didefinisikan dari dua perspektif (perspektif konsumen atau pengguna dan perspektif perusahaan). Santos (2003) mendefinisikan *e-service quality* dari perspektif konsumen atau pengguna sebagai "...evaluasi dan penilaian keseluruhan dari konsumen terhadap tingkat kualitas serta seberapa baik pelayanan elektronik yang ditawarkan oleh penyedia layanan melalui pasar virtual" (Santos dalam Kim dan Kim, 2018). Sementara itu, Zeithaml (2002) mendefinisikan *e-service quality* dari perspektif perusahaan sebagai "sejauh mana sebuah *website* mampu memfasilitasi kegiatan berbelanja yang efisien serta efektif, mencakup saat melakukan pembayaran hingga pengiriman barang dan jasa" (Zeithaml dalam Kim dan Kim, 2018).

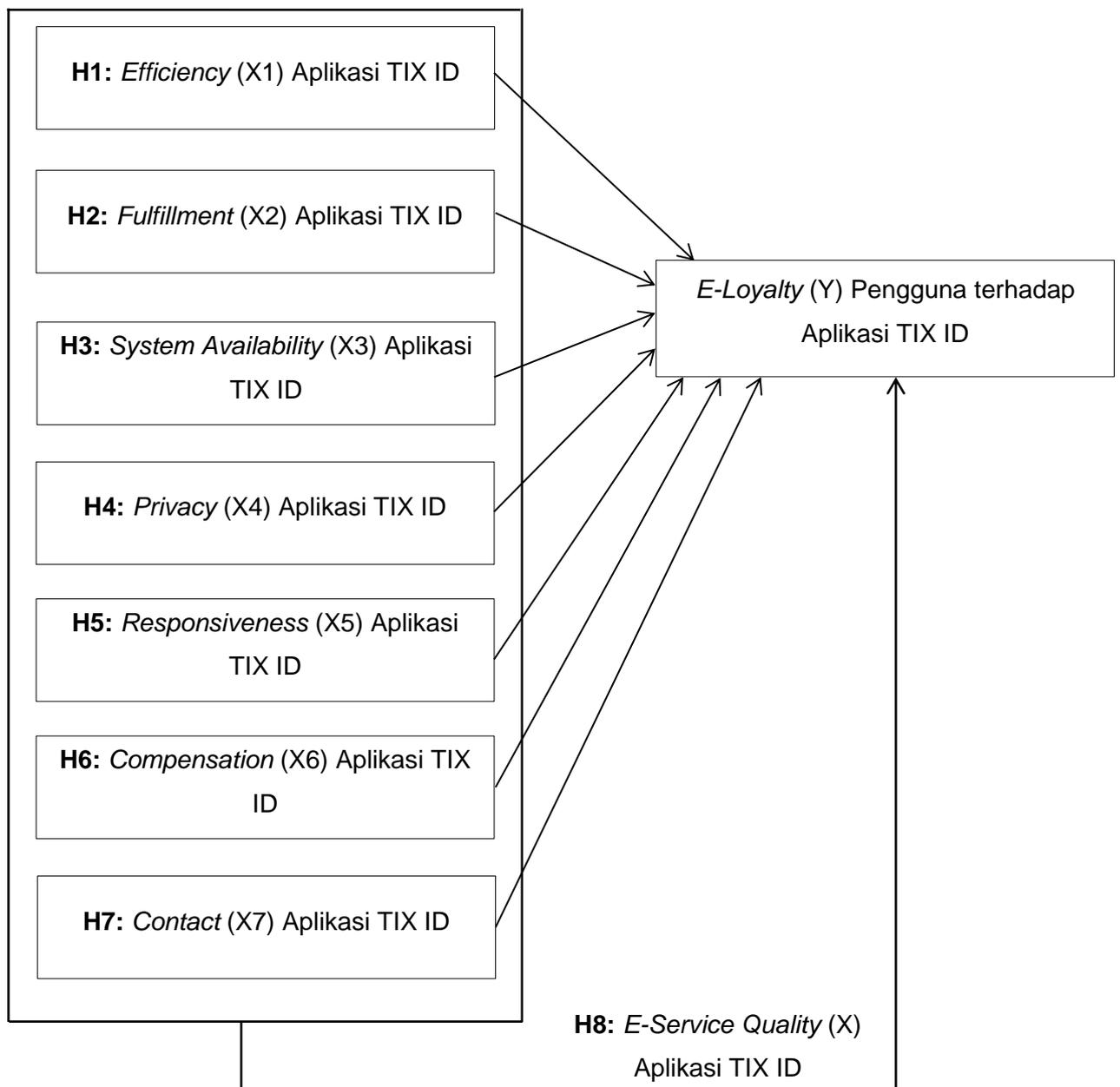
Di dalam konteks penelitian ini, *e-service quality* merupakan seberapa jauh aplikasi TIX ID mampu memfasilitasi penggunaan aplikasi (mulai dari pengenalan, awal, hingga akhir penggunaan aplikasi sebagai media pemesanan tiket bioskop). Dimensi-dimensi yang terkandung di dalam *e-service quality*, seperti *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* (Zeithaml et al., 2018) mampu memengaruhi *e-loyalty* (Saragih, 2019), sebagai dampak dari adanya kepuasan yang tinggi dalam diri pengguna terhadap *e-service quality* aplikasi TIX ID. Dengan adanya kepuasan yang tinggi, pengguna mampu memiliki "...kelekatan terhadap perusahaan yang nantinya akan menciptakan rasa loyal kepada perusahaan" (Fikri, 2016).

E-loyalty merupakan "...niat pelanggan untuk mengunjungi kembali sebuah situs *web* dan mempertimbangkan untuk membeli dari situs tersebut di masa depan" (Cyr et al., 2007). Realisasi *e-loyalty* mampu dilakukan oleh PT Nusantara Elang Sejahtera dengan memberikan layanan elektronik berkualitas yang mampu memberikan kepuasan yang tinggi bagi para pengguna aplikasi TIX ID. Tjiptono (2011) menyatakan bahwa "pelanggan yang benar-benar loyal bukan saja sangat potensial menjadi *word-of-mouth advertisers*, namun juga kemungkinan besar loyal pada portofolio produk dan jasa perusahaan selama bertahun-tahun" (Tjiptono dalam Fahrika, 2019). Dengan demikian, diketahui

bahwa keberadaan *e-loyalty* para pengguna mampu memengaruhi profitabilitas PT Nusantara Elang Sejahtera melalui pemberian *e-service* yang berkualitas.

Dengan demikian, pengaruh *e-service quality* dari aplikasi TIX ID terhadap *e-loyalty* mampu digambarkan di dalam model penelitian sebagai berikut:

Gambar 1.2
Model Penelitian



Sumber: Hasil Olahan Peneliti

Berdasarkan model penelitian tersebut, mampu diketahui bahwa variabel bebas (X) di dalam penelitian ini adalah *e-service quality*. Variabel X terdiri dari dimensi-dimensi *e-service quality* menurut Zeithaml et al. (2018:92) yang terdiri dari 7 dimensi, yakni *efficiency* (X1), *fulfillment* (X2), *system availability* (X3), *privacy* (X4), *responsiveness* (X5), *compensation* (X6), dan *contact* (X7). Variabel X8 merupakan gabungan dari X1 hingga X7 sebagai pengaruh keseluruhan dari dimensi-dimensi *e-service quality* terhadap *e-loyalty* pengguna. Sementara itu, variabel terikat (Y) di dalam penelitian ini adalah *e-loyalty*.

1.6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti menarik hipotesis sebagai berikut:

- H1: Kualitas *efficiency* aplikasi TIX ID berpengaruh positif terhadap *e-loyalty*.
- H2: Kualitas *fulfillment* aplikasi TIX ID berpengaruh positif terhadap *e-loyalty*.
- H3: Kualitas *system availability* aplikasi TIX ID berpengaruh positif terhadap *e-loyalty*.
- H4: Kualitas *privacy* aplikasi TIX ID berpengaruh positif terhadap *e-loyalty*.
- H5: Kualitas *responsiveness* aplikasi TIX ID berpengaruh positif terhadap *e-loyalty*.
- H6: Kualitas *compensation* aplikasi TIX ID berpengaruh positif terhadap *e-loyalty*.
- H7: Kualitas *contact* aplikasi TIX ID berpengaruh positif terhadap *e-loyalty*.
- H8: Kualitas *efficiency*, *fulfillment*, *system availability*, *privacy*, *responsiveness*, *compensation*, dan *contact* aplikasi TIX ID berpengaruh positif terhadap *e-loyalty*.