

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK PADA APLIKASI  
CGV CINEMAS INDONESIA TERHADAP NIAT PAKAI ULANG**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**ARWINDY RUSMAWAN**

**2016120067**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**

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

**BANDUNG**

**2022**

**THE INFLUENCE OF ELECTRONIC SERVICE QUALITY IN  
INDONESIA'S CGV CINEMAS APPLICATIONS ON REUSE INTENTION**



**UNDERGRADUATE THESIS**

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in Economics

**By:**

**ARWINDY RUSMAWAN**

**2016120067**

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY**

**FACULTY OF ECONOMICS**

**PROGRAM IN MANAGEMENT**

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

**BANDUNG**

**2022**

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



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK PADA APLIKASI  
CGV CINEMAS INDONESIA TERHADAP NIAT PAKAI ULANG**

**Oleh:**

**Arwindy Rusmawan**

**2016120067**

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Bandung, Februari 2022**

**Ketua Program Sarjana Manajemen**

**Dr. Istiharini, CMA**

**Pembimbing Skripsi**

**Vincentius Josef Wardhono, Drs., MSIE., CMA.,**

# PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama (sesuai akte lahir) : Arwindy Rusmawan

Tempat, tanggal lahir : Cianjur, 11 April 1997

Nomor Pokok : 2016120067

Program studi : Manajemen

Jenis naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN ELEKTRONIK PADA APLIKASI CGV CINEMAS INDONESIA TERHADAP NIAT PAKAI ULANG**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan : Bapak **V. J. Wisnu Wardhono,  
Drs., MSIE., CMA.**

### **MENYATAKAN**

Adalah benar-benar karya tulis 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 keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa 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 ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademi, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 04 Februari 2022

Pembuat pernyataan:



## ABSTRAK

CGV Blitz merupakan salah satu bioskop yang memanfaatkan adanya perkembangan teknologi sebagai peluang untuk mengembangkan inovasi usahanya. CGV Blitz merupakan institusi yang bergerak di bidang perfilman dan sudah berdiri sejak tahun 2006. Pada tahun 2016 bioskop CGV Blitz sudah memiliki 235 layar bioskop yang tersebar luas di Indonesia. Cara yang dilakukan CGV Blitz untuk meningkatkan mutu pelayanannya yaitu dengan cara membuat aplikasi (CGV Cinemas Indonesia) bagi konsumennya. Aplikasi CGV ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam melihat informasi – informasi yang berkaitan dengan jadwal film, transaksi pemesanan tiket, serta pembayaran tiket di bioskop, sehingga konsumen tidak harus datang ke bioskop untuk mencari informasi dan melakukan pemesanan tiket yang sering kali harus mengantri. Namun pada kenyataannya, aplikasi CGV ini lebih sulit untuk login dan kalah cepat dengan penyedia aplikasi yang lain. Selain itu, pengguna Aplikasi CGV sering mengalami *error*, aplikasi yang berhenti berfungsi dan langsung keluar dari aplikasi.

Penelitian ini bertujuan dalam menganalisis bagaimana pengaruh kualitas *e-service* pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia terhadap niat penggunaan kembali. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah eksplanatori. Populasi penelitian ini merupakan mereka para pengguna aplikasi CGV Cinemas Indonesia yang berada di kota Bandung. Penyebaran elektronik kuesioner kepada 100 responden menggunakan teknik *judgement sampling* yang bertujuan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini. Kriteria responden penelitian yang dijadikan sampel adalah Responden penelitian yang pernah menggunakan aplikasi CGV Cinemas Indonesia dan responden penelitian orang yang pernah melakukan transaksi melalui aplikasi CGV Cinemas Indonesia. Sehingga responden penelitian mampu menjelaskan pengalaman yang mereka dapat ketika menggunakan aplikasi CGV Cinemas Indonesia. Pengujian pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik dan analisa linear berganda sebagai bentuk analisis kuantitatif.

Berdasarkan hasil kuantitatif menggunakan IBM SPSS 25, diperoleh hasil bahwa variabel *Efficiency* (X1) dan *fulfillment* (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat pakai ulang (Y), sedangkan *system availability* (X3) tidak berpengaruh secara signifikan karena tidak memenuhi kriteria pada pengujian menggunakan metode stepwise. Variabel *Efficiency* (X1) dan *fulfillment* (X2) juga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap niat pakai ulang (Y) secara simultan.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan Elektronik, Niat Pakai Ulang

## **ABSTRACT**

*CGV Blitz is one of cinemas in Indonesia that takes advantages of technological developments as opportunity to develop its business innovation. CGV Blitz is an institution engaged in the film industry and has been established since 2006. In 2016, CGV Blitz already owned 235 cinemas spread across Indonesia. To improve CGV Blitz service quality CGV created their own application called as CGV Cinemas Indonesia for their customers. This applications aims to help their customers to get informations that related to the film schedules as, ticket booking transactions, and ticket payments at the cinemas more easier so that customers don't have to visit the cinemas to find the film informations or make ticket reservations to avoid the queue. but the reality this applications was far more difficult to use because the apps takes a long time to login and more slow than other apps made by their competitors. CGV apps also frequently experience crashes like system crashes, generally closing or exiting after encountering system errors.*

*This study aims to analyze the effect of electronic services quality on CGV Cinemas Indonesia apps on the reuse intentions. This study uses explanatory research method with this study population were the users of the CGV Cinemas Indonesia application in Bandung city. This study uses 100 responden penelitian ts that collected by distributing electronic questionnaires by using judgement sampling technique. The responedent criteria that uses as a sample were the responden penelitian t who had used the CGV Cinemas Indonesia application and the responden penelitian t who ever had made transactions by the CGV Cinemas Indonesia application. This criteria were made for this study so the responden penelitian ts were able to explain their experiences when using CGV Cinemas Indonesia application. This study using multiple linear analysis and classical assumption test as quantitative form of analysis. Based from the quantitative result by using IBM SPSS 25, the result shown that the efficiency (X1) and Fulfillment (X2) variables have a significant influence on intention to reuse (Y), while system availability (X3) doesnt had a significant effect because they fail to meet the criteria in the test by using the stepwise method. Efficiency (X1) and fulfillment (X2) variables also had a significant effect on the intention to reuse (Y) simultaneously.*

**Keywords : Electronic Service Quality, Reuse Intention.**

## KATA PENGANTAR

Kepada Tuhan yang Maha Esa saya mengucapkan puji syukur karena berkat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia Terhadap Niat Pakai Ulang”.

Penyelesaian dari skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya bantuan, bimbingan, doa dan dukungan dari pihak yang amat berarti bagi penulis. Dengan demikian, penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih yang banyak kepada:

1. Bapak Gie Cuan dan Ibu Yeni Kusniati selaku kedua orang tua penulis yang selalu menyayangi, memberikan semangat, membimbing dan memberikan yang terbaik bagi penulis. Tanpa doa mereka, tanpa dukungan penuh mereka, penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Pembimbing skripsi yang penulis hormati, Bapak Vincentius Josef Wisnu Wardhono, Drs., MSIE., CMA. yang telah membimbing, memberikan motivasi, memberikan arahan, dan ilmu yang sangat berguna bagi penulis selama proses kuliah.
3. Ibu Dr. Istiharini, CMA. yang penulis hormati, selaku Kapala Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan.
4. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si. yang penulis hormati selaku dosen wali penulis yang telah membantu penulis dalam perwalian perkuliahan dan telah memberikan dukungan selama proses pembelajaran.
5. Seluruh dosen pengajar Program Studi Manajemen, staff tata usaha, staff perpustakaan, dan pekarya di Fakultas Ekonomi yang telah banyak membantu penulis dalam proses pembelajaran selama di Kampus.
6. Juliana Sumartono selaku kerabat dekat penulis yang telat setia menemani, memberikan dukungan atas doa, memberikan motivasi, ilmu dan bantuannya selama perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

7. Michelle Alodia, Vania Siagian, Angela Celine, Dewi Aprilia, Silvia, Melisa Raissa, Nickolaus Gary, Sava Stanley selaku teman seperjuangan yang selalu memberikan motivasi, hiburan, dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama proses perkuliahan hingga skripsi.
8. Semua keluarga besar jurusan Manajemen Universitas Katolik Parahyangan yang berada pada Angkatan 2016 yang sedikit banyak telah berjuang bersama-sama melewati proses perkuliahan ini.
9. Seluruh kerabat dan keluarga yang telah mendoakan, mendukung, dan membantu penulis hingga skripsi ini dapat diselesaikan namun penulis tidak bisa sebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan informasi juga wawasan yang lebih lagi bagi pembaca. Penulis memahami pada skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis memohon maaf apabila masih ada kesalahan dalam pemilihan kata dan juga kalimat.

## DAFTAR ISI

|  |      |
|--|------|
| ABSTRAK .....  | i    |
| <i>ABSTRACT</i> .....  | ii   |
| KATA PENGANTAR .....   | iii  |
| DAFTAR ISI .....   | v    |
| DAFTAR TABEL .....   | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....  | x    |
| BAB 1 .....  | 1    |
| PENDAHULUAN .....  | 1    |
| 1.1    Latar Belakang Penelitian .....                                     | 1    |
| 1.2    Rumusan Masalah .....   | 6    |
| 1.3    Tujuan Penelitian .....   | 6    |
| 1.4    Manfaat Penelitian .....  | 7    |
| 1.5    Kerangka Pemikiran .....  | 7    |
| 1.6    Hipotesis Penelitian .....  | 9    |
| BAB 2 .....  | 10   |
| TINJAUAN PUSTAKA .....   | 10   |
| 2.1.    Landasan Teori .....   | 10   |
| 2.1.1.    Pengertian Pemasaran Elektronik ( <i>E-Marketing</i> ) .....     | 10   |
| 2.1.2.    Jasa .....   | 10   |
| 2.1.3.    Kualitas Pelayanan ( <i>Service Quality</i> ) .....              | 12   |
| 2.1.4.    Kualitas Pelayanan Elektronik ( <i>E-Service Quality</i> ) ..... | 12   |
| 2.1.5.    Niat Pakai Ulang .....   | 14   |
| BAB 3 .....  | 16   |
| METODE DAN OBJEK PENELITIAN .....  | 16   |
| 3.1.    Jenis Penelitian .....   | 16   |

|                  |   |    |
|------------------|---|----|
| 3.2.             | Teknik Pengumpulan Data .....   | 16 |
| 3.3.             | Populasi dan Sampel Penelitian .....  | 17 |
| 3.4.             | Operasionalisasi Variabel Penelitian .....                                      | 17 |
| 3.5.             | Pengukuran Variabel .....   | 26 |
| 3.6.             | Uji Validitas dan Reliabilitas .....  | 26 |
| 3.6.1.           | Uji Validitas .....   | 26 |
| 3.6.2.           | Uji Reliabilitas .....  | 27 |
| 3.7.             | Teknik Analisis Data .....  | 29 |
| 3.7.1.           | Analisis Deskriptif .....   | 29 |
| 3.7.2.           | Uji Asumsi Klasik .....   | 29 |
| 3.7.3.           | Analisis Regresi Berganda .....   | 31 |
| 3.7.4.           | Pengujian Hipotesis .....   | 32 |
| 3.7.5.           | Uji Koefisien Determinasi .....   | 32 |
| 3.8.             | Objek Penelitian .....  | 33 |
| 3.8.1.           | Unit analisis .....   | 33 |
| BAB 4            | .....   | 37 |
| HASIL PEMBAHASAN | .....   | 37 |
| 4.1.             | Analisis Kualitatif .....   | 37 |
| 4.1.1.           | Analisis Persepsi Konsumen pada Dimensi <i>Efficiency</i> ( $X_1$ ) .....       | 37 |
| 4.1.2.           | Analisis Persepsi Konsumen pada Dimensi <i>Fulfilment</i> ( $X_2$ ) .....       | 42 |
| 4.1.3.           | Analisis Persepsi Konsumen pada Dimensi <i>System Availability</i> ( $X_3$ ) .. | 47 |
| 4.1.4.           | Analisis Kualitatif Niat Pakai Ulang (Y) .....                                  | 50 |
| 4.2.             | Analisis Kuantitatif .....  | 52 |
| 4.2.1.           | Pengujian Asumsi Klasik .....   | 52 |
| 4.2.2.           | Analisis Regresi Linear Berganda .....  | 56 |

|                           |    |
|---------------------------|----|
| BAB 5 .....               | 59 |
| KESIMPULAN DAN SARAN..... | 59 |
| 5.1. Kesimpulan.....      | 59 |
| 5.2. Saran.....           | 60 |
| DAFTAR PUSTAKA .....      | 62 |
| LAMPIRAN.....             | 66 |

## DAFTAR TABEL

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 3. 1. Operasionalisasi Variabel .....   | 370 |
| Tabel 3. 2. Hasil Uji Reliabilitas .....  | 377 |
| Tabel 3. 3. Kategori Penilaian Rata-Rata .....  | 379 |
| Tabel 4. 1. Efficiency “Aplikasi ini memudahkan saya menemukan apa yang saya<br>butuhkan” .....               | 37  |
| Tabel 4. 2. Efficiency “Aplikasi ini memudahkan saya untuk mendapatkan informasi<br>yang saya butuhkan” ..... | 38  |
| Tabel 4. 3. Efficiency “Aplikasi ini memudahkan saya untuk menyelesaikan transaksi<br>dengan cepat” .....     | 38  |
| Tabel 4. 4. <i>Efficiency</i> “Informasi di Aplikasi ini tertata dengan baik” .....                           | 39  |
| Tabel 4. 5. <i>Efficiency</i> “Aplikasi ini memuat halaman dengan cepat” .....                                | 40  |
| Tabel 4. 6. <i>Efficiency</i> “Aplikasi ini mudah untuk digunakan” .....                                      | 40  |
| Tabel 4. 7. <i>Efficiency</i> “Aplikasi ini memungkinkan saya untuk mengaksesnya dengan<br>cepat” .....       | 41  |
| Tabel 4. 8. <i>Efficiency</i> “Aplikasi ini terorganisir dengan baik” .....                                   | 41  |
| Tabel 4. 9. <i>fulfilment</i> , “aplikasi ini memberikan pesanan makanan yang sesuai”. ....                   | 42  |
| Tabel 4. 10. <i>fulfilment</i> , “aplikasi ini mengirimkan pesanan tiket sesuai yang<br>dijanjikan” .....     | 42  |
| Tabel 4. 11. <i>fulfilment</i> , “aplikasi ini mengirimkan pesanan makanan sesuai yang<br>dijanjikan” .....   | 43  |
| Tabel 4. 12. <i>fulfilment</i> , “Aplikasi ini dengan cepat mengirimkan pesanan tiket saya”.<br>.....         | 43  |
| Tabel 4. 13. <i>fulfilment</i> , “aplikasi ini dengan cepat mengirimkan pesanan makanan<br>saya.” .....       | 44  |
| Tabel 4. 14. <i>fulfilment</i> , “aplikasi ini menampilkan stok tiket yang tersedia” .....                    | 44  |
| Tabel 4. 15. <i>fulfilment</i> , “Aplikasi ini menampilkan stok makanan yang tersedia .....                   | 45  |
| Tabel 4. 16. <i>fulfilment</i> , “Aplikasi ini memberikan penawaran yang sebenarnya .....                     | 45  |

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4. 17. <i>Fulfilment</i> , “Aplikasi ini memberikan tiket sesuai dengan waktunya.”..   | 46  |
| Tabel 4. 18. <i>Fulfilment</i> , “Aplikasi ini memberikan makanan sesuai dengan waktunya.” .....                                   | 46  |
| Tabel 4. 19. <i>System Availability</i> , “Aplikasi ini selalu tersedia untuk pemesanan tiket.” .....                              | 47  |
| Tabel 4. 20. <i>System Availability</i> , “Aplikasi ini selalu tersedia untuk pemesanan makanan.” .....                            | 48  |
| Tabel 4. 21. <i>System Availability</i> , “Aplikasi ini berjalan dengan lancar.” .....   | 48  |
| Tabel 4. 22. <i>System Availability</i> , “Aplikasi ini tidak <i>error</i> .” .....  | 49  |
| Tabel 4. 23. <i>System Availability</i> , “Halaman aplikasi ini tidak <i>error</i> saat saya melakukan pemesanan tiket” .....      | 49  |
| Tabel 4. 24. <i>System Availability</i> , “Halaman aplikasi ini tidak <i>error</i> saat saya melakukan pemesanan makanan.” .....   | 50  |
| Tabel 4. 25. Niat Pakai Ulang, “Saya akan membeli kembali produk dari aplikasi CGV Cinemas Indonesia .....                         | 50  |
| Tabel 4. 26. Niat Pakai Ulang, “Saya akan merekomendasikan kembali aplikasi CGV Cinemas Indonesia kepada orang lain.” .....        | 51  |
| Tabel 4. 27. Niat Pakai Ulang, “Saya akan memilih kembali aplikasi CGV Cinemas Indonesia dibandingkan dengan aplikasi lain.” ..... | 51  |
| Tabel 4. 28. Niat Pakai Ulang, “Saya akan selalu mencari informasi terbaru kembali pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia.” .....     | 552 |
| Tabel 4. 29. Uji Normalitas Model Regresi .....  | 53  |
| Tabel 4. 30. Uji Multikolinearitas .....   | 54  |
| Tabel 4. 31. Metode Stepwise .....   | 56  |
| Tabel 4. 32. Hasil Uji F .....   | 57  |
| Tabel 4. 33. Hasil uji T .....   | 57  |
| Tabel 4. 34. Model Regresi .....   | 58  |

## DAFTAR GAMBAR

|  |    |
|--|----|
| Gambar 1. 1. Metode Penelitian.....                                      | 9  |
| Gambar 3. 1. Grafik Jenis Kelamin Responden penelitian .....             | 33 |
| Gambar 3. 2. Grafik Usia Responden penelitian.....                       | 34 |
| Gambar 3. 3. Grafik Pekerjaan Responden penelitian .....                 | 34 |
| Gambar 3. 4. Grafik Lama Menggunakan Aplikasi CGV Cinemas Indonesia..... | 35 |
| Gambar 4. 1. Uji Heteroskedastisitas.....                                | 55 |

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Teknologi dan informasi mengalami perkembangan yang pesat di era globalisasi seperti sekarang ini. Salah satu dari banyaknya perkembangan untuk teknologi dan informasi ini adalah pengembangan teknologi internet. Internet ini sendiri menyediakan media yang begitu berguna dan penting. Internet ini memudahkan untuk semua orang dalam mengakses hiburan, informasi dan berkomunikasi. Dengan tersedianya internet yang ada ini menyebabkan manusia lebih terbantu, lebih khusus bagi yang mempunyai mobilitas yang tingkat tinggi. Menurut data statistik pemanfaatan internet di Indonesia tahun 2016 mencapai 132,7 juta pengguna. Jika dibandingkan tahun 2014 pengguna internet baru mencapai 88,1 juta. Oleh karena itu, pada rentang tahun 2014 hingga tahun 2016 dapat dikatakan mengalami peningkatan sebesar 44,6% (<http://isparmo.web.id/>). Hal tersebut menunjukkan bahwa internet merupakan hal yang penting bagi masyarakat Indonesia. Internet tidak hanya dapat membantu untuk komunikasi dan pencarian informasi tetapi juga dapat digunakan untuk kegiatan bisnis.

Pesatnya perkembangan teknologi dan informasi mengharuskan perusahaan untuk terus berinovasi agar mampu memenangkan persaingan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menciptakan produk dengan berbagai fitur dan layanan yang berkualitas dan memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen di era digital seperti sekarang ini. Strategi bisnis yang tepat seperti memahami tren dan kebutuhan pasar merupakan salah satu kunci kesuksesan. Kunci keberhasilan lainnya adalah fokus pada segmen pasar kalangan muda atau dikenal dengan istilah kalangan millennial. Segmen ini membuka peluang bisnis yang sangat besar terutama karena populasi pengguna *smartphone* yang tinggi.

Mengacu pada uraian data data statistik, menyebutkan bahwa dalam lima tahun terakhir ini, persentase untuk penduduk yang mempergunakan telepon seluler

(*smartphone*) ini senantiasa mengalami perkembangan dan juga peningkatan. Persentasi dari penggunaan telepon seluler (*smartphone*) ini sampai di tahun 2019 ini hingga 63,53% ([www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)). Terdapatnya peningkatan untuk jumlah dari pengguna telepon seluler (*smartphone*) dan juga internet ini dari tahun ke tahunnya mengalami perkembangan yang cukup signifikan, yang menyebabkan bisnis atau usaha ini dapat mengoptimalkan ketersediaannya dalam upayanya guna menaikkan layanan yang disediakan. Hal ini dapat dimanfaatkan para pelaku bisnis bioskop.

CGV Blitz merupakan salah satu bioskop yang memanfaatkan adanya perkembangan teknologi sebagai peluang untuk mengembangkan inovasi usahanya. CGV Blitz merupakan institusi yang bergerak di bidang perfilman yang sudah berdiri sejak tahun 2006. Di tahun 2016 bioskop CGV Blitz sudah memiliki 235 layar bioskop yang tersebar luas di Indonesia. Cara yang dilakukan CGV Blitz untuk meningkatkan mutu pelayanannya yaitu dengan cara membuat aplikasi (CGV Cinemas Indonesia) bagi konsumennya. Aplikasi CGV ini bisa diperoleh di *Google Playstore*. Pembayaran pada aplikasi ini bisa dengan kartu membership, kartu kredit, dan berbagai sistem pembayaran dompet digital seperti Gopay dan sebagainya. Aplikasi CGV ini bertujuan untuk mempermudah konsumen dalam melihat informasi – informasi yang berkaitan dengan jadwal film, transaksi pemesanan tiket, serta pembayaran tiket di bioskop, sehingga konsumen tidak harus datang ke bioskop untuk mencari informasi dan melakukan pemesanan tiket yang sering kali harus mengantri. Namun pada kenyataannya, aplikasi CGV ini lebih sulit untuk login dan kalah cepat dengan penyedia aplikasi yang lain. Aplikasi CGV juga sering mengalami *crash* atau sistem yang tidak berfungsi sehingga pada saat pemakaian langsung keluar dari aplikasi tersebut.

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung terhadap konsumen, karena konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh pemasar, dan produk tersebut kemudian menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan. Penggunaan kembali suatu produk atau merek oleh konsumen merupakan hal yang penting karena dapat menentukan seberapa besar pendapatan atau aliran pendapatan yang akan dihasilkan suatu perusahaan. Purchase/reuse intent adalah niat konsumen untuk

membeli/menggunakan kembali produk atau jasa tertentu setelah merasa puas dengan produk atau jasa tersebut. Pemahaman yang baik tentang niat membeli/menggunakan kembali dapat diperoleh dengan memahami secara kontekstual apa saja faktor yang dapat mempengaruhi niat membeli/menggunakan kembali.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi niat beli ulang, dalam konsep bisnis online yang disebut kualitas layanan elektronik. Electronic Quality of Service ini didefinisikan dengan layanan dari pengguna atau langganan interaktif yang berbasis internet yang ditunjang dengan pengguna yang menggabungkannya dengan teknologi dan juga sistem yang penyedia layanan jasa tersebut sediakan guna menguatkan hubungan interaksi yang melibatkan penyedia layanan dengan konsumen. Jika konsumen online merasa senang dan nyaman berbelanja di situs online, maka konsumen akan puas. Jika konsumen puas, mereka akan dapat memaksimalkan keuntungan perusahaan dan meningkatkan kemungkinan konsumen akan membeli/menggunakan kembali. Namun pada kenyataannya, pada aplikasi CGV banyak pengguna merasakan kurang puas atas jasa yang diberikan aplikasi, banyaknya kesalahan sistem membuat konsumen berpikir ulang untuk menggunakan aplikasi ini kembali (sumber: *review* aplikasi CGV Cinemas Indonesia di playstore).

Niat pakai ulang yang rendah pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia disebabkan karena sering terjadinya gangguan atau gagal sistem pada aplikasi. Ketidakmampuan sistem dalam memproses apa yang sedang dibutuhkan membuat konsumen tidak puas dengan pelayanan aplikasi ini. Selain itu, sering terjadinya masalah mengenai sistem pembayaran pada saat akan dilakukannya transaksi pembelian. Ketidakmampuan aplikasi dalam memberikan kualitas pelayanan yang baik mengakibatkan aplikasi CGV Cinemas Indonesia ini di cap buruk bagi beberapa konsumen (sumber: *review* aplikasi CGV Cinemas Indonesia di *playstore*).

Mengacu pada uraian yang dinyatakan Zeithaml, dkk dalam Tjiptono & Chandra (2015:178) ini menyebutkan bahwa ada tujuh dimensi yang berguna untuk melaksanakan pengukuran untuk kualitas layanan yang dapat membentuk “*core online service*” ini, di antaranya ialah efisiensi, yang artinya ialah kemampuan pelanggan

dalam upayanya berkunjung pada situs atau laman website, mencari informasi dan juga produk yang diharapkannya yang berkenaan dengan produk tersebut serta meninggalkan laman atau situs website yang relevan akan tetapi memiliki sedikit usaha. Keandalan ini sendiri memiliki keterkaitan hubungan dengan fungsi teknis dari laman atau situs website yang relevan, terlebih seberapa jauh situs atau laman website ini adanya serta memiliki fungsi yang baik. Pemenuhan, ini di dalamnya mencakup dengan ketersediaan inventaris produk, ketepatan komitmen layanan dan juga pengiriman produk yang tepat waktu sebagaimana yang diperjanjikannya. Privasi ini didefinisikan dengan jaminan bahwasannya data dari perilaku belanja ini tidak diberikan atau dikasihkan pada pihak ketiga dan informasi seperti kartu kredit dapat tetap aman. *Responsiveness* ini didefinisikan dengan kemampuan pihak pengecer online dalam menyediakan informasi pada pelanggan dengan akurat pada saat timbul masalah, yang mana bahwa mekanismenya tersebut melaksanakan penanganan untuk pengembalian produk serta memberi jaminan online. Kompensasi ini di dalamnya mencakup dengan penanganan produk, pengembalian uang dan juga biaya pengirimannya. Rincian kontak yang merefleksikan kebutuhan pelanggan agar dapat secara langsung berbicara dengan agen pelanggan secara online dengan melalui telepon ataupun tidak secara formal berkomunikasi.

Hal inilah yang membuat perusahaan bioskop CGV Blitz untuk terus meningkatkan *e-service quality* agar kepuasan konsumen dapat tercapai dengan maksimal serta meningkatkan penggunaan ulang konsumen terhadap aplikasi yang perusahaan ciptakan. Namun pada kenyataannya, pada aplikasi CGV Blitz banyak konsumen yang tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Adanya sistem yang kurang reliabel sehingga ketika melakukan transaksi selalu gagal dan dibatalkan, hal ini berarti situs belum bisa berfungsi sebagaimana mestinya (sumber: *review* aplikasi CGV Cinemas Indonesia di playstore).

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pengguna aplikasi ponsel pintar. Untuk itu penulis melakukan *preliminary research* pada 40 orang responden penelitian, dengan hasil 43% responden penelitian mengetahui aplikasi CGV tetapi tidak memakai, 34% responden penelitian menjawab tahu dan memakai aplikasi CGV,

dan sisanya sebanyak 23% responden penelitian menjawab tidak tahu dengan adanya aplikasi CGV. Untuk responden penelitian yang mengetahui dan memakai aplikasi CGV diajukan pertanyaan apakah masih memakai aplikasi CGV atau tidak, diketahui bahwa sebanyak 43% responden penelitian masih memakai aplikasi CGV. Sedangkan sisanya sebanyak 57% menjawab sudah tidak lagi memakai aplikasi CGV untuk memesan tiket bioskop. Selanjutnya responden penelitian diberi pertanyaan mengenai alasan masih menggunakan aplikasi CGV, diketahui bahwa responden penelitian yang masih menggunakan aplikasi CGV menjawab alasannya karena lebih praktis yaitu sebanyak 50%. Yang menjawab karena bebas biaya admin sebanyak 33%. Sisanya menjawab karena ada bonus cashback yaitu sebanyak 17%. Untuk responden penelitian yang tidak lagi menggunakan aplikasi CGV memberikan beberapa alasan diketahui 25% responden penelitian menjawab tidak memakai lagi aplikasi CGV karena tampilan yang kurang menarik, 37% responden penelitian lainnya menjawab karena aplikasinya tidak berjalan lancar, 13% responden penelitian merasa bahwa aplikasi CGV tidak mudah untuk digunakan, sisanya 25% responden penelitian merasa benefit sedikit. Pernyataan terakhir yaitu mengenai benefit dari aplikasi CGV, diketahui beberapa benefit dari aplikasi CGV menurut responden penelitian. 50% responden penelitian menjawab benefit dari aplikasi CGV adalah dapat melihat tayangan update, 17% menjawab bisa melakukan booking tiket, 17% responden penelitian menjawab ada promo harga dan sisanya 16% menjawab ada keuntungan jika menjadi member. Pada kenyataannya CGV memberikan potongan 10% dari harga transaksi.

Konsumen sebagai pengguna aplikasi mengharapkan banyak manfaat dan kemudahan dari layanan aplikasi tersebut sehingga konsumen merasa dimudahkan dalam melakukan aktivitas. Ini juga berlaku untuk aplikasi CGV Cinemas Indonesia. Jika layanan pada aplikasi berjalan dengan lancar maka konsumen akan mempertimbangkan untuk tetap menggunakan aplikasi CGV. Sebaliknya, jika aplikasi yang digunakan sering mengalami kendala atau gangguan, tidak mudah digunakan, sistem layanan yang mengalami error ketika melakukan booking dan sebagainya maka hal ini akan membuat niat pakai ulang pada aplikasi CGV akan menurun. Namun, pada aplikasi ini sering terjadi *error/crash* sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama

dalam mendapatkan informasi yang diinginkan yang berkaitan dengan *product* (sumber: *review* aplikasi CGV Cinemas Indonesia di playstore).

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan elektronik pada aplikasi CGV Cinemas Indonesia sudah bisa mempengaruhi niat pakai ulang, karena berdasarkan yang ditemukan pada *review* di playstore, sebagian besar konsumen tidak lagi memakai aplikasi CGV. Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia Terhadap Niat Pakai Ulang”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan elektronik pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia?
2. Bagaimana niat pakai ulang pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan elektronik pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia terhadap niat pakai ulang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kualitas pelayanan elektronik pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia.
2. Mengetahui niat pakai ulang pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia
3. Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan elektronik pada Aplikasi CGV Cinemas Indonesia terhadap niat pakai ulang.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Adapun kegunaan diadakannya penelitian ini antara lain:

##### **1. Bagi Penulis**

Hasil penelitian dapat berguna dan bermanfaat terutama untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan elektronik di aplikasi CGV Cinemas Indonesia terhadap niat untuk menggunakan kembali serta dapat menerapkan teori yang sudah diperoleh dari mata kuliah yang bersangkutan.

##### **2. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian dapat berguna dan menjadikan masukan dan informasi tambahan untuk meningkatkan kualitas pelayanan elektronik pada aplikasi CGV sehingga niat pakai ulang bisa terus ditingkatkan.

#### **1.5 Kerangka Pemikiran**

Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada konsumen, karena konsumen membeli produk yang ditawarkan oleh pemasar, dan produk tersebut kemudian menjadi sumber pendapatan bagi perusahaan. Penggunaan kembali suatu produk atau merek oleh konsumen merupakan hal yang penting karena dapat menentukan seberapa besar pendapatan atau aliran pendapatan yang akan dihasilkan suatu perusahaan. Purchase/reuse intent adalah niat konsumen untuk membeli/menggunakan kembali produk atau jasa tertentu setelah merasa puas dengan produk atau jasa tersebut. Pemahaman yang baik tentang niat membeli/menggunakan kembali dapat diperoleh dengan memahami secara kontekstual faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi niat membeli/menggunakan kembali.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi niat beli/penggunaan kembali adalah kualitas layanan, atau dalam bisnis online sering disebut dengan kualitas layanan elektronik. Menurut Swaid dan Wigand (2009), kualitas layanan online (electronic service quality) adalah lapisan situs web yang efektif dan efisien dalam berinteraksi dengan situs web, yang memudahkan pengguna untuk melakukan layanan

online (layanan elektronik), seperti belanja online, di situs web cari dan temukan informasi yang diinginkan pengguna.

Zeithaml dan Parasuraman *et al.* (2002:366) mengemukakan bahwa kualitas layanan elektronik memiliki 4 dimensi, dimana 3 dimensi tersebut merupakan inti kualitas layanan elektronik, antara lain:

1. Efisiensi (*Efficiency*)

Kemampuan seorang pelanggan untuk mengunjungi suatu situs web, mencari produk yang diinginkan dan informasi terkait produk tersebut, dan dengan mudah meninggalkan situs web tersebut.

2. Pemenuhan kebutuhan (*Fulfillment*)

Perusahaan yang sebenarnya sangat berbeda dengan apa yang dijanjikan pada *website*, seperti ketepatan janji layanan seperti ketersediaan produk dan kecepatan pengiriman produk.

3. Ketersediaan sistem (*System Availability*) / Reliabilitas

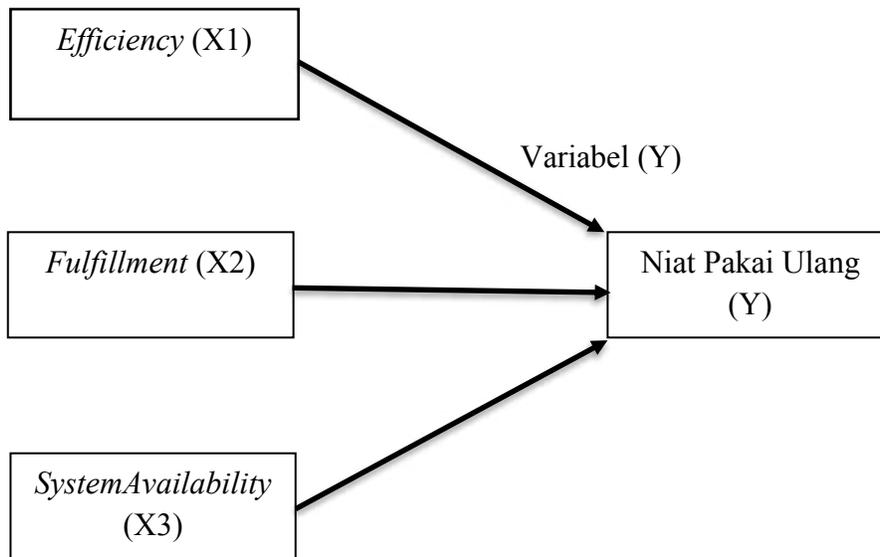
Fungsi teknis dari website yang bersangkutan dapat berfungsi dengan normal. Menurut Munuera dari Warmika (2019), ketika konsumen menerima kualitas layanan yang lebih baik daripada biaya yang dikeluarkan, mereka percaya bahwa mereka mendapatkan nilai yang baik, yang akan meningkatkan loyalitas mereka kepada penyedia layanan. Temuan Komaling dan Suryani (2017) menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap niat untuk menggunakan kembali layanan transportasi Taksi BlueBird, dengan kualitas layanan yang lebih baik meningkatkan minat untuk digunakan kembali. Faradiba dan Astuti (2013) memiliki hasil penelitian yang sama yang dapat menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli ulang.

Kualitas pelayanan elektronik yang baik pada aplikasi CGV diharapkan bisa mendorong niat pakai ulang aplikasi ini dalam jangka panjang. Penulis menduga minimnya fungsi dan layanan pada aplikasi CGV membuat niat pakai ulang aplikasi ini menjadi rendah.

**Gambar 1.1 Model Penelitian**

Variabel (X)

Kualitas Pelayanan Elektronik



Sumber: Data diolah

## 1.6 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis menarik hipotesis:

### H1

Terdapat pengaruh efisiensi terhadap niat pakai ulang.

### H2

Terdapat pengaruh pemenuhan kebutuhan terhadap niat pakai ulang.

### H3

Terdapat pengaruh ketersediaan sistem terhadap niat pakai ulang.

### H4

Terdapat pengaruh efisiensi, pemenuhan kebutuhan, ketersediaan sistem terhadap niat pakai ulang.

