

**Importance Performance Analysis (IPA) atas
E-service Quality Aplikasi Video On Demand
Mola Tv**



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar

Sarjana Manajemen

Oleh:

Timothy Egen Rafael

6031801215

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN

Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No.2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

BANDUNG

2023

**Importance Performance Analysis (IPA) of E-service Quality Video On
Demand Applications Mola Tv**



UNDERGRADUATE THESIS

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

By:

Timothy Egen Rafael

6031801215

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT**

**Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034 /SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022
BANDUNG
2023**

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM SARJANA MANAJEMEN



PERSETUJUAN SKRIPSI

**Importance Performance Analysis (IPA) atas
E-service Quality Aplikasi Video On Demand
Mola Tv**

Oleh:

Timothy Egen Rafael

6031801215

Bandung, 9 Januari 2023

Ketua Program Sarjana Manajemen

Dr. Istiharini, CMA., CPM.

Pembimbing Skripsi

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Timothy Egen Rafael
Tempat, tanggal lahir NPM. : Jakarta, 28 September 2000
NPM : 6031801215
Program studi : Manajemen
Jenis Naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“Importance Performance Analysis (IPA) atas
E-service Quality Aplikasi Video On Demand
Mola Tv”**

Yang telah diselesaikan dibawah bimbingan:

Agus Hasan Pura Anggawidjaja, 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.

Bandung,

Dinyatakan tanggal 9 Januari 2023

Pembuat pernyataan



(Timothy Egen Rafael)

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.

ABSTRAK

Beragamnya penggunaan internet menyebabkan pola konsumsi media digital lebih digemari, misalnya dalam mengkonsumsi youtube dan *Video Demand* lebih banyak penggunaan dari pada penggunaan program televisi. salah satu *platform* yang menyediakan *Video on Demand* yaitu Mola TV. Namun terdapat tingkat loyalitas rendah para pelanggan Mola TV berdasarkan *preliminary research* yang menunjukkan bahwa Mola TV memiliki standar *e-service* yang masih rendah.

Pentingnya *e-service quality* Mola TV hendaknya mengkaji dan menguji mutu dari fasilitator jasa elektronik untuk menjaga kepercayaan konsumen dalam menggunakan layanan dari Mola TV.

Peneliti menggunakan metode Deskriptif berupa *Explanatory*. Teknik sampling yang digunakan purposive sampling dan menyebarkan kuesioner kepada para responden sebanyak 100 responden setelah itu digambarkan dalam sebuah diagram kartesius *IPA (Importance Performance Analysis)*, untuk melihat kepentingan dan kinerja dari Mola TV.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tingkat kepentingan *atas e-Service Quality* Mola TV berada pada kategori baik dengan persentase 79 % menyatakan bahwa atribut penelitian menyubtitusi harapan konsumen *atas e-service quality* yang perlu didapatkan dari Mola TV. Tingkat kinerja yang sudah pernah diteliti dengan atribut penelitian berada dalam kategori baik dengan persentase 60%. Berdasarkan pada analisis *IPA* dalam 4 kuadrat antara lain: kuadran 1 merupakan prioritas utama dimana Mola tv harus lebih meningkatkan layanan dalam memuat halaman secara cepat, kuadran 2 prestasi yang harus dipertahankan salah satunya dalam keamanan pengguna, kuadran 3 prioritas rendah karena menurut penggunaan sudah cukup baik yaitu memberikan kompensasi ketika terjadi kesalahan, dan kuadran 4 menurut sudut pandang pelanggan tidak terlalu penting paket layanan yang disediakan mudah untuk di *subscribe*. Menunjukkan kinerja Mola TV yang diukur dengan atribut penelitian belum seutuhnya memenuhi harapan konsumen dan masih ada *e-service quality* Mola TV yang harus ditingkatkan lagi.

Kata kunci: *Importance performance analysis, E-Service Quality, video on demand, Mola TV*

ABSTRACT

The variety of internet uses has led to more popular consumption patterns of digital media, for example in consuming YouTube and Video Demand more usage than the use of television programs. one platform that provides Video on Demand is Mola TV. However, there is a low level of loyalty for Mola TV customers based on preliminary research which shows that Mola TV has low e-service standards.

The importance of Mola TV's e-service quality is assessed and tests the quality of electronic service facilitators to maintain consumer confidence in using Mola TV's services.

The researcher used a descriptive method in the form of an explanatory. The sampling technique used was purposive sampling and distributed questionnaires to 100 respondents. After that, they were depicted in an IPA (Importance Performance Analysis) Cartesian diagram, to see the importance and performance of Mola TV.

Based on research that has been carried out, the importance level of Mola TV's e-Service Quality is in the good category with a proportion of 79% stating that the research attribute substitutes consumer expectations for e-service quality that needs to be obtained from Mola TV. The level of performance that has been studied with research attributes is in the good category with a proportion of 60%. Based on IPA analysis in 4 quadrants, including: quadrant 1 is the main priority where Mola tv must further improve its service in loading pages quickly, quadrant 2 is achievement that must be maintained, one of which is in user safety, quadrant 3 is a low priority because according to users it is good enough namely giving an impact when something goes wrong, and quadrant 4 from the customer's point of view is not too important the service package provided is easy to subscribe to. Mola TV's work level as measured by research attributes has not fully met consumer expectations and there is still Mola TV's e-service quality that needs to be improved.

Keywords: : Importance performance analysis, E-Service Quality, video on demand, Mola TV

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena dengan berkat, rahmat, dan karunia-Nya, penulis diberikan kemudahan, dan kelancaran selama proses menyelesaikan penelitian ini dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul “**Importance Performance Analysis (ipa) Atas E-service Quality Aplikasi Video On Demand Mola Tv**”. sehingga dapat diselesaikan dengan baik. Karya ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari masih banyaknya kekurangan dan kekeliruan selama proses penyusunan karya ilmiah ini, maka dari itu saran dan masukan dari berbagai pihak akan sangat membantu penulis untuk memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini. Serta pada kesempatan ini juga penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung, serta dukungan yang diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih secara khusus kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Mulia Bangun dan Aldriani Meliala yang senantiasa memberikan dukungan, doa, semangat, serta motivasi kepada penulis dalam melakukan yang terbaik selama perkuliahan hingga karya ilmiah ini yang dapat terselesaikan dengan baik.
2. Adik dari Penulis, Harvey Egen Felipe Bangun yang juga selalu memberikan motivasi, dukungan dan arahan selama menjalani perkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan
3. Keluarga besar penulis, yang tidak dapat disebutkan satu-satu yang telah membantu penulis dengan motivasi dan biaya selama menjalaniperkuliahan di Universitas Katolik Parahyangan.
4. Bapak Agus Hasan Pura Anggawidjaja, Drs., M.Si. Sebagai dosen pembimbing skripsi yang sudah membimbing penulis dari awal penyusunan karya ilmiah ini sampai selesai dan dengan senantiasa memberikan semangat, dan masukan yang membangun selama proses bimbingan.
5. Seluruh dosen dan *staff* FE Unpar yang telah berbagi ilmu dan membantu penulis selama menjalani perkuliahan di Univesitas Katolik Parahyangan.
6. Seluruh sahabat-sahabat silowa yiha penulis seperti Bimo, Metta, Isaac, Regina, Michael, Sherin, Wendelin, dan Winona yang selalu bersama sama memberikan semangat, motivasi, dan bantuan selama menjalani perkuliahan sampai menyelesaikan karya ilmiah ini.
7. Seluruh Sahabat teman satu atap penulis seperti Fauzan, Abiya, Suryo, David, Albert, Bagas , Josef, Ravi, Daniel yang selalu bersama sama memberikan semangat, motivasi dan bantuan selama menjalani perkuliahan sampai menyelesaikan karya ilmiah ini.
8. Seluruh sahabat teman telat dikit gapapa yang selalu bersama – sama memberikan semangat motivasi dan bantuan selama menjalani perkuliahan sampai menyelesaikan karya ilmiah ini.

9. Seluruh sahabat Blue Ocean penulis seperti Riananda, Elsen, Harry, Jeremy, Stephen, Nadya, Kristi dan lainnya yang senantiasa menemani penulis dan menjadi teman seperjuangan penulis dan sekaligus sahabat penulis dalam bermusik.
10. Seluruh teman Manajemen UNPAR 2018 dan keluarga besar Sarjana Manajemen UNPAR yang telah menemani dan berproses bersama-sama penulis selama proses perkuliahan dan berorganisasi.
11. Seluruh teman-teman bimbingan Pak Agus yang telah bersama-sama berjuang dalam proses menempuh mata kuliah skripsi.
12. Seluruh teman, dan kerabat yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.

Demikian penyusunan karya ilmiah dari penulis yang masih jauh dari sempurna, mohon maaf apabila adanya kekurangan dan ketidaksempurnaan pada karya ilmiah ini. Akhir kata, semoga karya ilmiah ini bisa memberikan manfaat dan pembelajaran bagi pembaca, masyarakat umum, dan platform terkait dalam bidang ilmu manajemen pemasaran.

Bandung, 9 Januari 2023



Timothy Egen Rafael

DAFTAR ISI

ABSTRAK	5
ABSTRACT	6
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Kerangka Pemikiran	8
BAB II	10
KAJIAN TEORI	10
2.1 Marketing	10
2.1.1. <i>Marketing Management</i>	10
2.1.2. <i>Marketing Mix</i>	12
2.2 Produk	12
2.3 Jasa	13
2.3.1. <i>Karakteristik Jasa</i>	13
2.4 Video On Demand	14
2.5 E-Service	15
2.5.1 <i>Klasifikasi Layanan Elektronik</i>	16
2.5.2. <i>E-Service Quality</i>	17
2.5.3. <i>Dimensi E-Service Quality</i>	18
2.6 Importance-Performance Analysis (IPA)	19
2.7 Penelitian Terdahulu	21
BAB III	24
METODOLOGI PENELITIAN	24
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	24
3.2 Teknik Pengumpulan Data	24

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	25
3.3.1. Populasi Penelitian	25
3.3.2. Sampel Penelitian	25
3.4 Operasionalisasi Variabel	27
3.5 Teknik Pengukuran Data.....	32
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
3.6.1. Uji Validitas.....	33
3.6.2. Uji Reliabilitas	35
3.7 Teknik Analisis data.....	36
3.7.1. Importance Performance Analysis (IPA)	36
3.8 Objek Penelitian	40
3.8.1. Unit Analisis	40
3.8.2. Profil Perusahaan	40
3.8.3. Produk.....	41
3.8.4.1. Responden berdasarkan jenis kelamin.....	42
3.8.4.2. Responden berdasarkan usia.....	43
3.8.4.3. Responden berdasarkan pekerjaan.....	44
3.8.4.4. Responden berdasarkan pendapatan.....	45
3.8.4.5. Responden berdasar lama menggunakan Mola TV	46
BAB IV.....	48
PEMBAHASAN.....	48
4.1 Analisis Deskriptif	48
4.1.1 Analisis Deskriptif Nilai Kepentingan	48
4.1.2 Analisis Deskriptif Nilai Kinerja.....	60
4.2 Importance Performance Analysis (IPA)	71
BAB V	81
KESIMPULAN DAN SARAN.....	81
5.1 KESIMPULAN	81
5.2 SARAN	84
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Studi Pendahuluan	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	27
Tabel 3.2 Instrumen Pengukuran	28
Tabel 3.3 Skala Likert	32
Tabel 3.4 Hasil Validitas <i>E- Service Quality</i>	33
Tabel 3.5 Hasil Reabilitas <i>E- Service Quality</i>	36
Tabel 3.6 Kriteria Interpretasi Skor Kepentingan	39
Tabel 3.7 Kriteria Interpretasi Skor Kinerja.....	39
Tabel 4.1 Kriteria Interpretasi Skor.....	48
Tabel 4.2 Tabel Nilai Kepentingan Responden Terhadap Dimensi Efisiensi	49
Tabel 4.3 Tabel Nilai Kepentingan Responden Terhadap Dimensi Reliabilitas.....	50
Tabel 4.4 Tabel Nilai Kepentingan Responden Terhadap Dimensi <i>Fulfillment</i>	51
Tabel 4.5 Tabel Nilai Kepentingan Responden Terhadap Dimensi Privasi	53
Tabel 4.6 Tabel Nilai Kepentingan Responden Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	54
Tabel 4.7 Tabel Nilai Kepentingan Responden Terhadap Dimensi Kompensasi	56
Tabel 4.8 Tabel Nilai Kepentingan Responden Terhadap Dimensi Kontak	57
Tabel 4.9 Skor Total Tingkat Kepentingan	59
Tabel 4.10 Tabel Nilai Kinerja Responden Terhadap Dimensi Efisiensi.....	60
Tabel 4.11 Tabel Nilai Kinerja Responden Terhadap Dimensi Reliabilitas	61
Tabel 4.12 Tabel Nilai Kinerja Responden Terhadap Dimensi <i>Fulfillment</i>	63
Tabel 4.13 Tabel Nilai Kinerja Responden Terhadap Dimensi Privasi	64
Tabel 4.14 Tabel Nilai Kinerja Responden Terhadap Dimensi <i>Responsiveness</i>	65
Tabel 4.15 Tabel Nilai Kinerja Responden Terhadap Dimensi Kompensasi.....	67
Tabel 4.16 Tabel Nilai Kinerja Responden Terhadap Dimensi Kontak.....	68
Tabel 4.17 Skor Total Tingkat Kinerja.....	70
Tabel 4.18 Tabel Nilai Keseluruhan Atribut	71
Tabel 4.19 Atribut Yang Termasuk Dalam Kuadran A.....	75

Tabel 4.20 Atribut Yang Termasuk Dalam Kuadran B.....	76
Tabel 4.21 Atribut Yang Termasuk Dalam Kuadran C.....	77
Tabel 4.22 Atribut Yang Termasuk Dalam Kuadran D.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Platform Streaming Online di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Review Pengguna Dari <i>Video on Demand</i>	3
Gambar 1.3 Model <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	9
Gambar 2.1 Hubungan Antara <i>E-Commerce</i> , <i>E-Business</i> , E-Government, dan <i>E-Service</i>	16
Gambar 2.2 Matriks <i>Importance Performance Analysis</i>	19
Gambar 3.1 Garis Kontinum Kepentingan	40
Gambar 3.2 Garis Kontinum Kinerja	40
Gambar 3.3 Jenis Kelamin Responden	42
Gambar 3.4 Usia Responden	43
Gambar 3.5 Pekerjaan Responden	44
Gambar 3.6 Penghasilan Responden Perbulan	45
Gambar 3.7 Lama Responden Menggunakan Atau Berlangganan Mola TV.....	46
Gambar 3.8 Produk Mola Tv <i>Libraries/Home</i>	47
Gambar 4.1 Gambar Garis Kontinum Kepentingan Dimensi Efisiensi	49
Gambar 4.2 Gambar Garis Kontinum Kepentingan Dimensi Reliabilitas	51
Gambar 4.3 Gambar Garis Kontinum Kepentingan Dimensi <i>Fulfillment</i>	52
Gambar 4.4 Gambar Garis Kontinum Kepentingan Dimensi Privasi	54
Gambar 4.5 Gambar Garis Kontinum Kepentingan Dimensi <i>Responsiveness</i>	55
Gambar 4.6 Gambar Garis Kontinum Kepentingan Dimensi Kompensasi.....	57
Gambar 4.7 Gambar Garis Kontinum Kepentingan Dimensi Kontak.....	58
Gambar 4.8 Gambar Garis Kontinum Nilai Total Kepentingan Responden.....	59
Gambar 4.9 Gambar Garis Kontinum Kinerja Dimensi Efisiensi	61
Gambar 4.10 Gambar Garis Kontinum Kepentingan Dimensi Reliabilitas	62
Gambar 4.11 Gambar Garis Kontinum Kepentingan Dimensi <i>Fulfillment</i>	64
Gambar 4.12 Gambar Garis Kontinum Kinerja Dimensi Privasi.....	65
Gambar 4.13 Gambar Garis Kontinum Kinerja Dimensi <i>Responsiveness</i>	66
Gambar 4.14 Gambar Garis Kontinum Kepentingan Dimensi Kompensasi.....	68
Gambar 4.15 Gambar Garis Kontinum Kinerja Dimensi Kontak	69
Gambar 4.16 Gambar Garis Kontinum Nilai Total Kinerja Responden	70

Gambar 4.17 Analisis *IPA* Berdasarkan Diagram Kartesius 74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: KUESIONER PENELITIAN

Lampiran 2: REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

BAB I

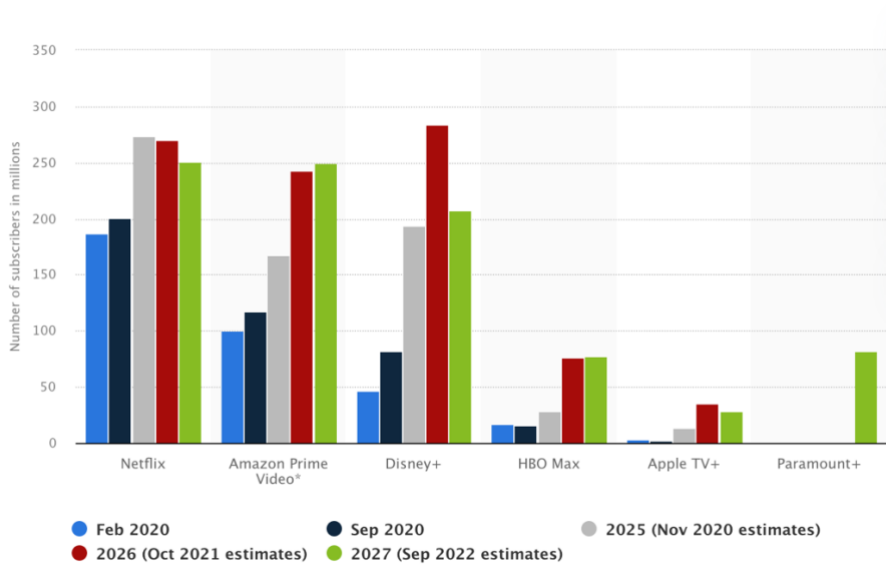
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada Januari 2021, jumlah pengguna internet di seluruh dunia telah menjadi 4,66 miliar orang, naik 7,3 persen sejak saat ini di tahun 2020, dan penetrasi internet global kini mencapai 59,5 persen dan pengguna internet di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu selama 8 jam 52 menit untuk berselancar di internet. (Hotsuite, We Are Social, 2020). Angka ini menjadi peluang bagi banyak industri online untuk meraup untung besar bagi perusahaannya, khususnya bisnis layanan streaming media online.

Beragamnya penggunaan internet saat ini menyebabkan perubahan pola konsumsi media digital di Indonesia. Termasuk perilaku mereka dalam mengkonsumsi program televisi. (Jakpat, 2019), kebanyakan orang Indonesia lebih suka menonton acara tv melalui platform online seperti Youtube dan Video-on-Demand daripada tv nasional. Pengguna video-on-demand di Indonesia dilaporkan meningkat setiap tahun.

Gambar 1.1
Pengguna Platform Streaming Online di Indonesia



Apalagi di masa pandemi Covid-19 di mana semua orang tidak bisa keluar rumah untuk menonton film atau film di bioskop. Dengan video-on-demand, mereka dapat menonton film atau serial TV apa pun yang mereka sukai kapan saja tanpa terikat pada waktu dan tempat. Pendapatan di segmen Video Streaming on Demand (SVoD) diperkirakan mencapai US\$71.237 juta pada tahun 2021 (Statista, 2021). Spotify, penyedia layanan streaming musik online populer di seluruh dunia, melaporkan pendapatan sebesar US\$2.591 juta pada kuartal fiskal keempat tahun 2020 (Spotify, 2020).

Pasar streaming media online telah berkembang pesat dan terus-menerus tidak hanya di Eropa atau Amerika Utara tetapi juga dengan pesat di seluruh Asia, termasuk Indonesia, yang segmen SVoD diperkirakan akan mencapai US\$146 juta pada tahun 2021 (Statista, 2021). Bisnis digital yang berkembang pesat di Asia Tenggara membuat banyak penyedia layanan streaming media online menjadi pemainnya. Di Indonesia, pemain kunci Subscription Video on Demand (SVoD) adalah Mola TV, Netflix, WeTV dan Iqiyi, yang diperkenalkan di negara tersebut pada tahun 2015.

Mola TV merupakan layanan multiplatform yang memiliki video sesuai permintaan (*video-on-demand*) dengan layanan *over-the-top* di Indonesia, Timor Leste, Malaysia, dan Singapura. Mola dimiliki dan dioperasikan oleh anak usaha grup Djarum, Polytron, berkantor pusat di Jakarta, serta memiliki dua studio yang berada di London, Inggris (untuk siaran Liga Utama Inggris, Bundesliga, dan Garuda Select) serta Kompleks Gelora Bung Karno di Jakarta (untuk studio pra dan pasca-laga lainnya).

Mola TV adalah saluran *premium* menayangkan acara konten terpilih secara eksklusif seperti anak-anak, gaya hidup, film, gelar wicara, seri drama dan tayangan ulang pertandingan sepak bola Liga Utama Inggris tidak lupa juga seputar dokumenter. Program ini dapat dilihat melalui *streaming* di aplikasi *Mola* serta televisi satelit berlangganan NexParabola dan nantinya akan menyusul saluran baru di Transvision, Skynindo dan Indihome juga live streaming di Vidio Premier, UseeTV dan MAXstream

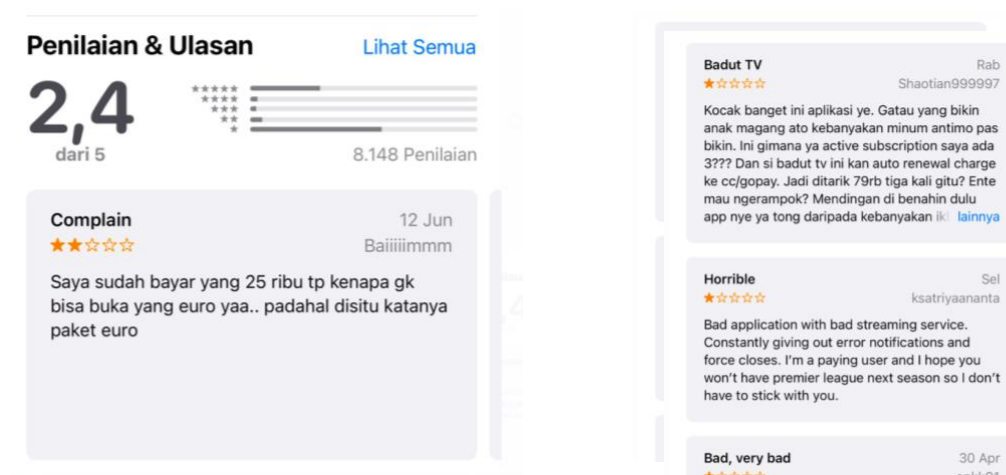
Berdasarkan review pelanggan di App Store dan Play Store pada tahun 2021 hingga tahun 2022 banyak permasalahan terkait pelayanan yang diberikan oleh Mola TV

yakni pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan Mola TV, diantaranya pelanggan sudah membayar subscription tetapi tidak bisa di akses dan pihak help center tidak ada respon, aplikasi terkena kendala padahal jaringan aman, seperti mengalami crash dan log out sendiri, sudah membayar paket sesuai rincian tetapi tidak bisa digunakan.

Dilansir pada halaman panditfootball.com menyatakan bahwa dari segi stabilitas Mola TV jauh lebih stabil. *Streaming* ilegal sering putus dan banyak iklan *pop-up* yang muncul. Mola TV sebenarnya juga berpotensi putus, tapi jika itu terjadi, pengguna hanya tinggal me-refresh dan memainkan ulang tautan pertandingan tersebut. Sementara pada streaming lain, pengguna kadang harus mencari tautan baru yang memiliki banyak iklan lagi. Kedua, dari kuota. Pada ekperimen yang kami lakukan, Mola web menghabiskan 0,79 GB, Mola app 0.82 GB, dan streaming ilegal 1,63 GB.

Rendahnya tingkat loyalitas pelanggan Mola TV di Indonesia mungkin terjadi karena layanan Mola TV yang kurang maksimal. Hal ini dibuktikan berdasarkan review yang telah ditulis oleh pengguna Video Streaming on Demand di Indonesia dari Google Play Store dan Apps Store, banyak pelanggan yang mengeluhkan layanan Mola TV. Semua permasalahan tersebut dapat menyebabkan penurunan tingkat kepuasan pelanggan yang akan memicu keinginan pelanggan untuk beralih ke pesaing.

Gambar 1.2
Review Pengguna dari Video Streaming on Demand



Menunjukkan total keluhan kesah yang dibicarakan konsumen pada pihak Mola TV, ditunjukkan melalui banyaknya keluhan pasti terdapat persoalan yang di keluhkan pelanggan pada fasilitas yang di sediakan. Sebagaimana yang dituturkan ahli mengenai harus terdapat kesamaan fasilitas dan harapan konsumen, harus mengetahui apa saja yang menjadi keluhan pelanggan pada layanan sudah diberikan Mola TV. Diambil dari *Apps Store* kurang lebih keluhan dari pelayanan Mola TV yang belum ditangani diantaranya:

Tabel 1.1
Data studi pendahuluan

No.	Tanggal	Nama	Keluhan
1	30 mei 2022	Baim	Sudah membayar paket sesuai rincian tetapi tidak bisa digunakan
2	7 juni 2022	Chara	Sudah membayar subscription tetapi tidak bisa di akses dan pihak help center tidak ada respon
3	17 September 2022	David	Aplikasi terkena kendala padahal jaringan aman, seperti mengalami crash dan log out sendiri
4	19 Agustus 2022	Val	Sudah membayar tetapi tidak bisa log in
5	22 Oktober 2022	Alex	Terkendala setiap menggunakan aplikasinya log out sendiri.
6	7 November 2022	Ruky	Mengalami crash pada saat play apapun

Berdasarkan *review* pelanggan di atas maka terdapat gejala ketidakpuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi Mola TV. Atas dasar hal itu penulis melakukan *preliminary researach* kepada 35 pelanggan Mola TV untuk mengetahui penyebab ketidakpuasan tersebut dan untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen dalam menggunakan Mola TV. Untuk memperkuat analisis dan informasi, kami melakukan *survey preliminary research* dengan mewawancarai 35 (tiga puluh lima) narasumber.

Berikut adalah pertanyaan yang kami ajukan kepada responden, dengan permasalahan:

1. Apakah anda berlangganan Mola Tv? (ya/tidak)
2. Menurut anda berapa tingkat kepuasan yang anda alami ketika menggunakan aplikasi Mola TV? (skala 1 – 5)
3. Masalah apa yang terjadi pada saat anda menggunakan Mola TV?
4. Apakah berniat pindah pada layanan streaming *Video on Demand* yang lain?
5. Berapa nilai rekomendasi anda untuk berlangganan MolaTV? (skala1-5)

Berdasarkan hasil wawancara, seluruh narasumber yang merupakan pengguna Mola TV. Terdapat 35 (tiga puluh lima) pengguna Mola TV memiliki kendala yang umum seperti gangguan pada *server*, aplikasi yang tiba - tiba *error / crash*, dan kegagalan dalam *update*. Maka dari itu pengguna mengalami beberapa proses untuk mengakses aplikasi Mola TV.

35 (tiga puluh lima) pengguna Mola TV memiliki niat pindah ke layanan *website / aplikasi streaming* lain yang mempunyai kualitas yang lebih bagus dan stabil.

21 (dua puluh tujuh) dari 35 (tiga puluh lima) pengguna Mola Tv memberikan nilai dibawah 4 dari 5 untuk niat referensi terhadap orang lain. Sedangkan 14 (empat belas) dari 35 (tiga puluh lima) memberikan nilai diatas 4.

Berdasarkan observasi awal penelitian dengan survei sederhana, pemilihan Mola TV sebagai objek penelitian dikarenakan rendahnya loyalitas pelanggan yaitu pada bulan Maret 2022 dimana dari 35 pelanggan yang disurvei terdapat 33 pelanggan yang menyatakan ketidakpuasannya terhadap pelayanan dari Mola TV. Hal ini berdampak pada kesenjangan antara pelanggan dan perusahaan jasa, dan juga pegawai *customer service* yang ada di bagian jasa tersebut sering mendapat komplain karena kurangnya kepuasan pelanggan dalam *e-service* yang disajikan oleh Mola TV. Hal ini menunjukkan bahwa Mola TV memiliki standar *e-service* yang masih rendah.

Penyedia layanan berbasis elektronik akan memberikan kemudahan akses serta kemudahan bagi pelanggan untuk memperoleh informasi. Rizan dkk. (2020), menjelaskan bahwa *e-service quality* menjadi penilaian dan pertimbangan pelanggan secara keseluruhan terhadap mutu layanan berbasis elektronik pada pasar *virtual*. Dalam persaingan yang ketat seperti saat ini, perusahaan terus bersaing dalam menciptakan kualitas layanan terbaik untuk menarik dan mempertahankan pelanggannya. Memberikan kualitas terbaik adalah yang terpenting bagi perusahaan yang menyediakan layanan seperti Mola TV.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi di Mola TV, maka peneliti akan memfokuskan pada *e-service quality* Mola TV pada dimensi atribut dan kinerja. IPA atau (*Importance Performance Analysis*) untuk mengetahui hubungan antara kepentingan dengan kinerja dari tiap-tiap atribut yang di tawarkan serta kepentingan antara kinerja dengan kepentingan atas atribut – atribut tersebut. Maka dari itu memakai IPA adalah untuk mengetahui sejauh mana kinerja / *performance e – service quality* Mola TV mampu memenuhi tingkat *kepentingan / importance* pengguna.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka kita peroleh identifikasi permasalahan antara lain:

1. Bagaimana tingkat kepentingan atas atribut yang dipertimbangkan dalam menilai *e - service quality*?
2. Bagaimana tingkat kinerja atas atribut yang dipertimbangkan dalam menilai *e - service quality*?
3. Atribut – Atribut mana yang masuk ke dalam kuadran 1?
4. Atribut – Atribut mana yang masuk ke dalam kuadran 2?
5. Atribut – Atribut mana yang masuk ke dalam kuadran 3?
6. Atribut – Atribut mana yang masuk ke dalam kuadran 4?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang didasarkan pada latar belakang maka dapat dirumuskan antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat kepentingan atas atribut yang dipertimbangkan dalam menilai *e - service quality*
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja atas atribut yang dipertimbangkan dalam menilai *e - service quality*
3. Untuk mengetahui atribut – atribut mana yang masuk ke dalam kuadran 1
4. Untuk mengetahui atribut – atribut mana yang masuk ke dalam kuadran 2
5. Untuk mengetahui atribut – atribut mana yang masuk ke dalam kuadran 3
6. Untuk mengetahui atribut – atribut mana yang masuk ke dalam kuadran 4

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang dilakukan maka dapat diperoleh beberapa manfaat antara lain:

1. Manfaat Teoritik

Mendapatkan bukti-bukti data empiris mengenai mengetahui atribut dan kinerja *e-service* yang perlu ditingkatkan menurut metode (IPA) *Importance Performance Analysis* akan berguna untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, dan teoritis mahasiswa dalam bidang *industrial service*.

2. Manfaat Manajerial

Penelitian ini sebagai sebuah materi informasi dan menjadi referensi pelengkap yang berhubungan dengan variabel dalam penelitian yaitu pengaruh *Importance performance analysis* pada *e-service* (Atribut dan kinerja).

1.5 Kerangka Pemikiran

Mengenai Sistem *VoD* membolehkan konsumen untuk menentukan serta menonton video yang akan dipakai pada jaringan semaca bagian dari sistem interaktif. *VoD* dapat menggunakan proses *streaming*, *progressive downloading* atau *download*. Sistem *VoD* juga membolehkan konsumen untuk menjalankan kendali pada protokol *RTSP*, serupa : *pause*, *fast-forward*, *fast-rewind*, *slow-forward*, dan lain-lain sebagainya. Akan tetapi pada sistem yang memanfaatkan metode *streaming*, perihal ini akan menyulitkan *server* dan memutuskan pemakaian *bandwith* yang lebih kuat.

E-service quality melihat mutu layanan menjadi fungsi melalui kesenjangan antara ekspektasi dan tanggapan konsumen. Maka *e-service quality* dijadikan sebagai model yang akurat untuk menganalisis dan memperkirakan tingkat mutu sebuah penyedia layanan jasa elektronik (Rahmawati, 2010).

Kotler juga menyebutkan bahwa terdapat tiga langkah yang efektif dalam menjaga mutu pelayanan, antara lain melaksanakan investasi pada seleksi dan pelatihan karyawan yang bermutu; menyusun standarisasi terhadap proses pelaksanaan jasa dalam perusahaan secara keseluruhan; serta memantau tingkat kepuasan pelanggan, seperti melalui kotak saran, survei konsumen, ataupun membuat hotline pesan dan pengaduan. Setiap perusahaan tentunya memiliki kualitas layanan yang berbeda-beda. Kualitas layanan kepada pelanggan dapat memberikan kepuasan dan mempertahankan pelanggan (Darmawan, dkk. 2017).

Menurut (Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra, 2016) mengemukakan ada 7 dimensi *e-service quality* diataranya adalah efesiensi, reliabilitas, *fulfillment*, privasi, daya tangkap (*responsiveness*), kompensasi dan kontak. Ke tujuh dimensi tersebut akan digunakan sebagai operasional variabel pada penelitian ini.

Model IPA bisa mengetahui melalui *importance* (kepentingan) dan *perceived performance* (kinerja). *Importance* (kepentingan) ialah harapan konsumen tentang produk yang diperlukan. Sedangkan *perceived performance* (kinerja) merupakan tanggapan konsumen mengenai produk atau jasa yang digunakan. Hingga di

disimpulkan maka *Importance Performance Analysis* menganalogikan antara kepentingan dengan kinerja untuk menilai kepuasan konsumen. IPA digunakan untuk mengenali serta memdahulukan layanan – layanan yang patut diperbaiki dalam peningkatan mutu layanan yang lebih bermutu.

Gambar 1.3
Model Importance Performance Analysis (IPA)

