

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kehidupan manusia saat ini sangat dipengaruhi oleh teknologi informasi. Teknologi informasi memainkan peran penting dalam membantu berbagai aspek kehidupan manusia dan mempermudah pekerjaan sehari-hari mereka. Aplikasi adalah salah satu contoh jenis teknologi yang tersedia untuk media komunikasi (Aries et al. 2023). Seiring dengan kemudahan perangkat smartphone, penggunaan aplikasi berbasis mobile telah meningkat. Dengan demikian banyak aplikasi yang tersedia untuk pengguna *Smartphone*.

Teknologi saat ini diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi dunia bisnis yang kompetitif. Salah satu bentuk penggunaan teknologi untuk meningkatkan persaingan bisnis adalah *e-commerce* yang menjual berbagai produk atau jasa baik secara fisik maupun digital. *E-commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan barang, jasa, atau informasi melalui media internet (Rehatalanit, 2021).

Di Indonesia menurut katadata.id tahun 2021 proporsi transaksi e-commerce berdasarkan usia paling banyak dilakukan oleh usia 26-35 tahun dengan produk yang paling banyak dibeli adalah pakaian. Dengan peningkatan berbelanja online hal ini mendorong munculnya tuntutan pelayanan internet yang melebihi apa yang dapat diperoleh di dunia nyata (Aries et al. 2023). Sama halnya seperti yang dilakukan oleh Kick Avenue sebagai platform yang menjual

fashion secara online bahwa kepuasan pelanggan sangat penting untuk kesuksesan Kick Avenue.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Mamakou et al. (2023) kepuasan pelanggan dipengaruhi *e-Service Quality* dan *User Experience* yang dirasakan oleh pengguna sehingga penting bagi penyedia *website* untuk terus meningkatkan kualitas layanan mereka, termasuk antarmuka yang ramah pengguna, kecepatan, keandalan, dan responsif terhadap kebutuhan pengguna.

Hal itu dapat meningkatkan kepuasan konsumen, membantu membangun loyalitas pelanggan, dan berpotensi meningkatkan pertumbuhan bisnis melalui rekomendasi positif dari pelanggan yang puas. Penelitian yang dilakukan oleh Mamakou et al. (2023) juga menunjukkan bahwa *e-Service Quality* dipengaruhi oleh *User Experience*. Ketika pengguna merasa mudah dan nyaman menggunakan suatu layanan dalam *website* mereka lebih cenderung puas (Aziz, 2022). Oleh karena itu, *User Experience* dalam penelitian ini merujuk pada pengalaman konsumen dalam menggunakan *website* Kick Avenue.

Ketertarikan merupakan elemen yang penting yang paling berpengaruh terhadap *User Experience* (Mamakou et al., 2023). Dalam penelitian ini mengadopsi dari penelitian yang dilakukan oleh Mamakou et al. (2023) untuk mengetahui kepuasan konsumen pada *website* Kick Avenue di kalangan generasi Z yang berkaitan dengan pengaruh *user experience* dan *e-service quality*.

1.2 Rumusan Masalah

Perkembangan berbelanja online membuat adanya tuntutan-tuntutan pada vendor e-commerce untuk menyediakan *e-service quality* dan memberikan *user experience* dengan baik yang berpengaruh pada kepuasan konsumen. Data di tahun 2021 menurut katadata.id menunjukkan jika generasi Z paling banyak membeli fashion dalam belanja online. Kick Avenue sebagai platform e-commerce yang menjual barang-barang fashion mengutamakan *user experience* saat mengakses situs webnya guna mendapatkan kepuasan konsumen.

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mamakou et al. (2023) bahwa konsumen pelanggan dipengaruhi oleh dua hal yaitu *e-service quality* dengan beberapa dimensi seperti efisiensi, ketersediaan sistem, *fullfilment* dan privasi. Selain itu juga dipengaruhi oleh *user experience* dengan dimensi seperti daya tarik, keterbukaan, keandalan, stimulasi dan kebaruan. Namun sayangnya, Kick Avenue sempat mendapatkan penilaian buruk dari penggunanya. Meski begitu e-commerce ini terus melakukan pengembangan hingga kini di tahun 2023. Rumusan masalah penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Apakah terdapat pengaruh User Experience terhadap e-Service Quality pada konsumen Kick Avenue?
- b. Apakah terdapat pengaruh e-Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen Kick Avenue?
- c. Apakah terdapat pengaruh User Experience terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen Kick Avenue?

- d. Apakah e-Service Quality mampu memediasi hubungan yang tercipta antara User Experience dan Kepuasan Konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjabaran rumusan masalah, terdapat beberapa tujuan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian diatas:

- a. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh dari User Experience terhadap e-Service Quality pada konsumen Kick Avenue.
- b. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh dari e-Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen Kick Avenue.
- c. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh dari User Experience terhadap Kepuasan Konsumen pada konsumen Kick Avenue.
- d. Untuk menguji dan mengetahui pengaruh mediasi dari e-Service Quality terhadap hubungan User Experience dan Kepuasan Konsumen pada konsumen Kick Avenue.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian yang baik adalah penelitian yang bermanfaat, pada penelitian kali ini diharapkan memiliki manfaat teoritis maupun manfaat praktis

- a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengeksplorasi kepuasan konsumen, e-Service quality, dan User Experience pada obyek penelitian lainnya.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan bahan evaluasi untuk perusahaan terutama pada pengambil keputusan untuk mempertimbangkan pengembangan-pengembangan yang diperlukan untuk meningkatkan kepuasan konsumennya.

1.5 Sistematika Penelitian

Untuk mempermudah pembaca mengetahui pembahasan pada tesis ini, peneliti menyusun tesis ini berdasarkan sistematika penelitian berikut:

- **BAB I**
Dalam bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.
- **BAB II**
Bab ini memberikan uraian mengenai definisi *User Experience*, *e-Service Quality*, dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel dalam penelitian serta penjelasan mengenai pengembangan hipotesis dan model penelitian.
- **BAB III**
Pada bab ini berisi uraian mengenai metode penelitian yang terdiri dari lingkup penelitian, metode sampling, teknik pengumpulan data, definisi operasional, uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data terdiri dari analisis deskriptif dan model regresi.

- BAB IV

Bab ini membahas apakah ada hubungan atau pengaruh dari *User Experience* terhadap Kepuasan Konsumen dengan *e-Service Quality* sebagai mediator.

- BAB V

Bab ini memberikan uraian mengenai kesimpulan hasil penelitian, implikasi manajerial, keterbatasan penelitian dan saran.

