

ASLI

JURUTAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI

24/6/2025

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA APLIKASI M.TIX
DI KOTA PALEMBANG**



Disusun oleh:

Nyayu Thasya Aulia Ramadhani

01011282126083

MANAJEMEN

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET,
DAN TEKNOLOGI FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN UJIAN KOMPREHENSIF

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI
M.TIX DI KOTA PALEMBANG

Disusun oleh:

Nama : Nyayu Thasya Aulia Ramadhani
NIM : 01011282126083
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran Disetujui dalam

perbaikan ujian komprehensif

Tanggal Persetujuan :

Dosen Pembimbing.

Tanggal : 03 Juni 2025



Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si

NIP.198802282019032018

Tanggal : 03 Juni 2025

Penguji.



Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.Mi

NIP. 197512252015041001

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI

29/6 2021

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI M.TIX DI KOTA PALEMBANG

Disusun oleh

Nama : Myayu Thanya Aulia Ramadani
NIM : 01011282126083
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam Ujian Komprehensif pada Rabu, 28 Mei 2021 dan telah memenuhi syarat
untuk bimbingan skripsi.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 28 Mei 2021

Dosen Pembimbing,

Herta Febeta Maulana, S.E., M.S.
NIP. 198802282019032018

Dosen Penguji,

Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M.
NIP. 197512252015041001

Menggetahui
Ketua Jurusan Manajemen,

Dr. Muhammad Ichsan Hidayat, S.T., M.M.
NIP. 198907112018031001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nyayu Thasya Aulia Ramadhani
NIM : 01011282126083
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA APLIKASI M.TIX DI KOTA PALEMBANG**

Pembimbing : Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si

Penguji : Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.Mi

Tanggal Ujian : 28 Mei 2025

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada hasil kutipan karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya. Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaaan.

Inderalaya, 10 Juni 2025



Nyayu Thasya Aulia Ramadhani
NIM. 01011282126083

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya".

- Qs Al Baqarah : 286 –

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

- Kedua orang tua
- Universitas Sriwijaya
- Almamater
- Sahabat
- Teman-teman angkatan 2021

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, Tuhan yang Maha Bijaksana, atas limpahan rahmat, kekuatan, dan kesabaran yang senantiasa menyertai setiap langkah dalam proses penyusunan skripsi ini. Skripsi yang berjudul ***“Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi M.Tix di Kota Palembang”*** ini merupakan hasil dari perjalanan panjang yang penuh pelajaran, lelah, dan doa yang tak pernah berhenti dipanjatkan.

Penulis menyadari bahwa pencapaian ini bukan hasil dari usaha pribadi semata. Ada begitu banyak sosok yang telah menjadi bagian penting dalam proses ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada Allah SWT, orang tua tercinta, para dosen yang telah membimbing dengan tulus, sahabat- sahabat yang setia menemani langkah ini, dan seseorang yang dengan sabar mendampingi di balik layar perjuangan ini.

Akhir kata, penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Namun besar harapan penulis agar karya ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, serta menjadi kontribusi kecil dalam pengembangan ilmu, khususnya di bidang manajemen dan pelayanan digital.

Palembang, 19 Juni 2025



Nyayu Thasya Aulia Ramadhani

01011282126083

UCAPAN TERIMA KASIH

Menyusun skripsi ini bukanlah perjalanan yang mudah. Lelah dan ragu kerap menghampiri, namun dukungan tulus dari orang-orang tercinta selalu menjadi kekuatan untuk terus melangkah. Dengan penuh rasa syukur dan hormat, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah mendampingi sepanjang proses ini kepada:

1. **Allah SWT**, atas segala nikmat kesehatan, kesabaran, dan kekuatan yang terus diberikan hingga penulis mampu menuntaskan skripsi ini.
2. **Mama dan Papa tercinta**, pelita hidup penulis. Terima kasih atas cinta yang tiada syarat, doa yang tak pernah putus, dan dukungan tanpa henti yang menjadi sumber semangat dalam setiap langkah penulis.
3. **Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si.**, selaku Rektor Universitas Sriwijaya, yang telah membuka pintu bagi penulis untuk mengenyam pendidikan di universitas tercinta ini.
4. **Bapak Prof. Dr. Azwardi, S.E., M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya, atas segala fasilitas dan dukungan akademik yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan.
5. **Bapak Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M.**, selaku Ketua Jurusan Manajemen, yang telah memberikan arah dan motivasi dalam dunia akademik yang penulis jalani.
6. **Ibu Hera Febria Mavilinda, S.E., M.Si.**, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan penuh kesabaran membimbing, mengoreksi, dan memberi masukan

yang sangat berharga.

7. **Bapak Dr. Ahmad Maulana, S.E., M.M.**, selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, kritik, serta penilaian yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.
8. Kepada seseorang yang sangat istimewa, pemilik NIM **01011182126026**, terima kasih atas segala perhatian, doa, dan dukunganmu selama ini. Kehadiranmu jadi sumber semangat yang tak pernah habis, menemani setiap langkah ketika lelah mulai terasa. Terima kasih telah menjadi tempat pulang yang hangat di tengah perjalanan yang berat ini.
9. Untuk **Amelia Rizky Putri**, teman dekat yang sudah seperti keluarga sendiri. Terima kasih karena selalu ada, dari dulu sampai sekarang, dengan semua cerita dan dukungan yang tulus.
10. Untuk keluarga kecil di kampus: **Febian, Ayam, Ama, Jipa, Abid, dan Wibu**, terima kasih telah mewarnai hari-hari penuh tugas dan ujian dengan canda, tawa, dan pelukan semangat. Bersama kalian, perjuangan menjadi lebih ringan dan perjalanan menjadi penuh makna. Kita bukan hanya berbagi ruang kelas, tapi juga cerita, tangis, dan mimpi-mimpi. Semoga langkah kita tak berhenti di sini, dan kenangan ini akan tetap hidup dalam hati.

Palembang, 19 Juni 2025



Nyayu Thasya Aulia Ramadhani

NIM.01011282126083

LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK

LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK

Saya selaku dosen pembimbing skripsi menyatakan bahwa abstrak dari mahasiswa

Nama : Nyayu Thasya Aulia Ramadhani
NIM : 01011282126083
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* dan Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi M TIX di Kota Palembang

Telah saya periksa cara penulisan, grammar, maupun susunan katanya dan saya setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen


Hera Febria Masilinda, S.E., M.Si
NIP. 198802282019032018


Dr. M. Ichsan Hadjiri, S.T., M.M.
NIP. 198907112018031001

ABSTRAK

ABSTRAK

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA APLIKASI M.TIX DI KOTA PALEMBANG

Oleh

Nyayu Thasya Aulia Ramadhani

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi M.Tix di Kota Palembang. Penelitian ini berfokus pada tiga dimensi utama dalam *e-service quality*, yaitu efisiensi, daya tanggap (*responsiveness*), dan ketersediaan sistem. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling*, melibatkan 100 responden yang telah melakukan minimal dua transaksi dalam tiga bulan terakhir. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga dimensi tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, baik secara parsial maupun simultan. Hasil penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan kualitas layanan elektronik untuk menjaga kepuasan pelanggan, khususnya di sektor layanan hiburan digital. Penelitian ini juga memberikan masukan praktis bagi manajemen M.Tix dalam upaya meningkatkan loyalitas pelanggan.

Kata kunci: *E-service quality*, Kepuasan Pelanggan, Efisiensi, Daya Tanggap, Ketersediaan Sistem.

Pembimbing

Ketua Jurusan Manajemen



Hera Febria Mavilinda, S.E., MSI
NIP. 198802282019032018



Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M
NIP. 198907112018031001

ABSTRACT

ABSTRACT

The Impact of E-Service Quality on Customer Satisfaction In The M.Tix

Application In Palembang

By

Nyayu Thasya Aulia Ramadhani

This study aims to analyze the impact of electronic service quality (e-service quality) on customer satisfaction among M.Tix app users in Palembang. The research focuses on three key dimensions of e-service quality: efficiency, responsiveness, and system availability. This study used a quantitative approach and purposive sampling involving 100 respondents who had made at least two transactions in the past three months. Data were collected through questionnaires and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that all three dimensions have a significant effect on customer satisfaction, both individually and collectively. These findings emphasize the importance of improving e-service quality to maintain customer satisfaction in the digital entertainment service sector. This research provides practical insights for M.Tix management to enhance customer loyalty.

Keywords: *Electronic Service Quality, Customer Satisfaction, Efficiency, Responsiveness, System Availability*

Advisor

Head of Management Department



Hera Febria Mavilinda, S.E., MSI
NIP. 198802282019032018



Dr. Muhammad Ihsan Hadjri, S.T., MLM
NIP. 198907112018031001

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK.....	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 <i>Kualitas Pelayanan</i>	16
2.1.2 <i>E-Service Quality</i>	17
2.1.3 <i>Kepuasan Pelanggan</i>	19
2.1 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Alur Pikir	34
2.3 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	36

3.2	Rancangan Penelitian	36
3.3	Jenis dan Sumber Data	37
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Sumber Data.....	37
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.1	Kuesioner.....	38
3.4.2	Populasi dan Sampel.....	38
3.5	Teknik Analisis Data	40
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif	40
3.5.2	Uji Instrumen Penelitian	41
3.5.3	Uji Asumsi Klasik	42
3.6	Teknik Analisis Data.....	43
3.6.1	Analisis data.....	43
3.6.2	Analisis Regresi Linear Berganda.....	44
3.6.3	Uji Simultan (Uji F)	44
3.6.4	Uji Hipotesis (Uji t / Parsial)	45
3.6.5	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
3.7	Definisi Operasional Variabel	46
BAB IV		48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1	Sejarah M-Tix	48
4.2	Gambaran Karakteristik Responden	49
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Pengeluaran	52
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	53
4.3	Frekuensi Variabel Penelitian.....	54
4.3.1	Distribusi Frekuensi Variabel (X1)	55
4.3.2	Distribusi Frekuensi Variabel (X2)	57
4.4	Uji Instrumen Data.....	65
4.4.1	Uji Validitas.....	65
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	66

4.5	Uji Asumsi Klasik	68
4.5.1	Uji Normalitas	68
	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	70
4.5.2	Uji Multikolinearitas.....	70
4.5.3	Uji Heterokedastisitas.....	71
4.6	Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
4.6.1	Uji F (Simultan).....	73
4.6.2	Uji t (Parsial)	74
4.6.3	Koefisien Determinasi (R ²).....	75
4.7	Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	75
4.7.1	Pengaruh <i>Efficiency</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan	75
4.7.2	Pengaruh <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	77
4.7.3	Pengaruh <i>Fullfilment System Availability</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan...	79
4.7.4	Pengaruh <i>Efficiency, Responsiveness, dan Fullfilment System Availability</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan M-Tix di Kota Palembang	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran	83
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		85
LAMPIRAN-LAMPIRAN		88
	Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	88
	Lampiran 2: Tabulasi Kuesioner Variabel <i>Efficiency</i> (X1).....	94
	Lampiran 3: Tabulasi Kuesioner Variabel <i>Responsiveness</i> (X2).....	97
	Lampiran 6: Hasil Olah Data Deskriptif Statistik	106
	Lampiran 7: Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas X1	108
	Lampiran 8: Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas X2	109
	Lampiran 9: Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas X3	110
	Lampiran 10: Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Y	111

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Penonton Bioskop.....	10
Gambar 1.2 Rata-rata Rating per Tahun Aplikasi M-Tix.....	14
Gambar 2.1 Alur Pikir.....	41
Gambar 4.1 Normalitas Probability Plot.....	75
Gambar 4.2 Uji Histogram.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Rating Aplikasi Penjualan Tiket.....	13
Tabel 1.2 Rating dan Ulasan Aplikasi M-Tix	16
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1 Skala Likert.....	45
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	60
Tabel 4.6 Interval Masing-Masing Kategori Skor.....	62
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Efficiency (X1).....	62
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Responsiveness (X2)	64
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Fullfilment System Availability (X3)	66
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	70
Tabel 4.11 Uji Validitas	73
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas	74
Tabel 4.13 Uji One-Sample Kolmogorov Smirnov.....	77
Tabel 4.14 Uji Multikolinearitas	77
Tabel 4.15 Uji Glejser.....	78
Tabel 4. 16 Persamaan Regresi Linear Berganda	79
Tabel 4.17 Uji ANOVA	80
Tabel 4.18 Uji t	81
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (R ²)	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 2: Tabulasi Kuesioner Variabel <i>Efficiency</i> (X1).....	101
Lampiran 3: Tabulasi Kuesioner Variabel Responsiveness (X2).....	104
Lampiran 4: Tabulasi Kuesioner Variabel Fullfilment System Availability (X3)	107
Lampiran 5: Tabulasi Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	110
Lampiran 6: Hasil Olah Data Deskriptif Statistik	113
Lampiran 7: Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas X1	115
Lampiran 8: Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas X2	116
Lampiran 9: Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas X3	117
Lampiran 10: Hasil Pengolahan Data SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas Y.....	118
Lampiran 11: Hasil Olah Data Penelitian	119

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

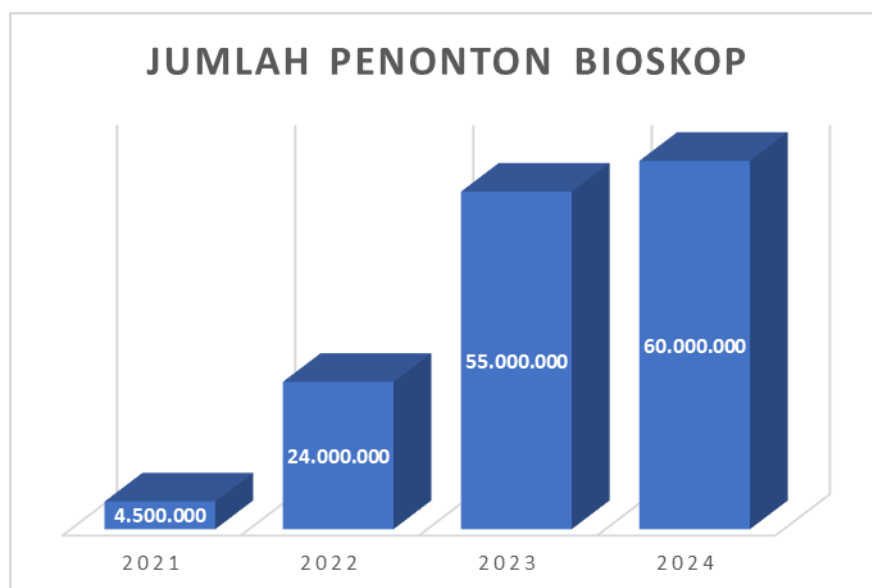
Ketertarikan terhadap ekonomi kreatif berkembang di negara maju dan berkembang, menjadikannya aset utama dalam menggerakkan ekonomi melalui ide, talenta, dan kreativitas. Ekonomi kreatif merupakan konsep ekonomi baru dimana ide, gagasan, kreatif dan inovasi sebagai modal utamanya dalam menggerakkan perekonomian tersebut (Purnomo, R. A, 2016). Kemajuan teknologi internet juga berperan penting dalam mendukung perkembangan ekonomi kreatif, di mana akses digital memungkinkan ide dan karya kreatif tersebar dengan lebih luas dan cepat. Seperti yang kita ketahui, teknologi berkembang sangat pesat setiap hari, dengan berbagai inovasi baru dan canggih yang tersedia secara *online* (Prasetyo, Hidayat, Marta, Kurniawati, & Chinmi, 2020).

Kemajuan teknologi internet semakin mendukung perkembangan ekonomi kreatif ini. Hal ini menjadikan internet sebagai alat umum dalam memasarkan produk dan layanan, sehingga mengubah perilaku masyarakat dalam bertransaksi. Akses internet yang mudah telah mendorong munculnya aplikasi *online* sebagai inovasi bisnis yang memanfaatkan teknologi untuk berkembang. Bukan hanya perusahaan yang tertarik, tetapi masyarakat umum juga mulai menggunakan aplikasi ini untuk melakukan berbagai kegiatan dengan lebih efisien, cepat, dan hemat biaya. Hal ini berdampak pada cara pandang, pola pikir, serta respon otak terhadap perubahan dan kemajauan teknologi informasi (Santosa, 2018).

Pandemi Covid-19 membawa dampak besar bagi berbagai sektor, termasuk industri perfilman yang terhambat dalam proses produksi dan

distribusinya. Krisis ekonomi dan finansial yang terjadi hampir di seluruh dunia akibat pandemi semakin memperparah situasi ini (Darwin, 2020). Namun, pembatasan aktivitas masyarakat ini juga mempercepat peralihan distribusi film ke *platform streaming*, yang membuat akses terhadap film menjadi lebih mudah tanpa ketergantungan pada bioskop atau festival *offline*. Perkembangan ini diikuti dengan perubahan dalam cara pembelian tiket yang kini lebih banyak dilakukan secara *online*. Baik untuk menonton film melalui *platform* digital maupun membeli tiket bioskop yang kembali beroperasi, konsumen semakin terbiasa dengan transaksi digital. Dengan demikian, perkembangan teknologi dan dampak pandemi telah mempercepat transformasi digital di berbagai aspek kehidupan, sekaligus memperkuat peran teknologi dalam mendukung ekonomi kreatif (Unair News, 2022).

Salah satu contoh dari perkembangan ini adalah transaksi penjualan tiket secara *online*, seperti *e-ticketing*. Saat ini, pelaku usaha tidak hanya terlibat dalam penjualan tiket untuk transportasi, tetapi juga telah memperluas bisnis mereka ke industri perfilman dengan menawarkan tiket bioskop secara daring. Kenaikan jumlah penonton bioskop di Indonesia yang terus bertambah merupakan faktor utama yang mendorong pengembangan konsep bisnis ini. Industri film di Indonesia terus mengalami pemulihan setelah pandemi COVID-19 (Antara News, 2024). Pada 2024 jumlah penonton di bioskop Tanah Air diproyeksikan meningkat. Berdasarkan Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) 2021-2024 yang dapat dilihat pada Gambar 1.



Gambar 1.1 Jumlah Penonton Bioskop

(Sumber: Antarnews.com)

Grafik di atas menunjukkan perkembangan jumlah penonton bioskop meningkat pesat dari 4,5 juta pada 2021 menjadi 60 juta pada 2024. Lonjakan terbesar terjadi pada 2022 dengan peningkatan 433,33%, didorong oleh pemulihan aktivitas masyarakat pasca pandemi COVID-19. Tren ini berlanjut pada 2023 dengan kenaikan 129,17%, mencapai 55 juta penonton, berkat tingginya minat terhadap hiburan, kehadiran film *blockbuster*, dan inovasi pengalaman menonton. Pada 2024, pertumbuhan mulai melambat dengan kenaikan hanya 9,09%, tetapi jumlah penonton tetap meningkat hingga 60 juta. Secara keseluruhan, periode ini mencerminkan pemulihan dan pertumbuhan signifikan dalam industri bioskop, menunjukkan potensi besar untuk terus berkembang di masa depan. Salah satu inovasi yang terbukti menarik perhatian konsumen adalah pembelian tiket bioskop secara *online*.

Dengan sistem yang fleksibel dan efisien, pembelian tiket *online* memungkinkan konsumen memesan tiket kapan saja dan di mana saja. Cara ini

sangat memudahkan, sehingga konsumen yang ingin menonton di bioskop tidak perlu lagi mengantre untuk mendapatkan tiket. Namun, dalam penggunaannya, masih ada beberapa keluhan dari pengguna, seperti kesulitan saat *login* dan mengganti kata sandi, tiket yang sudah dipesan tidak muncul di riwayat pembelian, dan saldo tidak ter-*update* setelah melakukan top-up (Priyana et al., 2017). Dalam pelaksanaannya, untuk menciptakan kenyamanan dan citra positif bagi pengguna, penyedia layanan perlu memiliki kualitas layanan sistem pemesanan tiket yang baik dalam penyampaian informasi, guna meningkatkan kepuasan pengguna. Oleh karena itu, diperlukan evaluasi dari pengguna untuk mengetahui apakah kualitas layanan yang diberikan sudah memadai dan sesuai kepuasan pengguna.

Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul saat seseorang membandingkan kinerja suatu produk atau layanan dengan ekspektasinya. Jika layanan yang diberikan tidak sesuai harapan, pelanggan akan merasa tidak puas, sebaliknya, jika sesuai dengan harapan, mereka akan merasa puas atau bahkan senang. Prinsip ini juga berlaku dalam layanan digital seperti aplikasi pemesanan tiket bioskop. Kepuasan pelanggan menjadi parameter krusial yang harus dijaga dalam layanan *online*, karena menjaga loyalitas pelanggan hanya melalui layanan digital adalah tantangan tersendiri (Tiwari, 2017). Tjiptono (2014) juga menekankan bahwa ketidakpuasan pelanggan timbul dari perbedaan antara harapan dan pengalaman yang diterima. Oleh karena itu, agar bisa memenuhi atau melampaui kepuasan pelanggan, kualitas layanan harus di kelola dengan baik.

Kualitas layanan elektronik atau *E-service quality* menurut Parasuraman et al. (2005) adalah sejauh mana situs web mampu memfasilitasi pembelian,

pengiriman, dan transaksi dengan efisien dan efektif. *E-service quality* juga berfungsi sebagai alat evaluasi dan penilaian pelanggan secara keseluruhan terkait keunggulan dan kualitas layanan yang diberikan di *marketplace* atau internet (Lee dan Lin, 2005). Penerapan *E-service quality* yang baik akan berdampak positif pada kepuasan pelanggan, karena kualitas layanan memegang peranan penting dalam mengukur kepuasan atas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Parasuraman & Zeithmal (2005), *e-service quality* memiliki beberapa dimensi diantaranya yaitu: efisiensi (*efficiency*), fleksibilitas (*fulfillment system availability*), privasi (*privacy*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*compensation*) dan kontak (*contact*). Dalam era digital, dimensi-dimensi ini menjadi sangat relevan karena layanan berbasis teknologi semakin mendominasi berbagai sektor, termasuk industri kreatif dan hiburan. Transformasi digital yang dipercepat oleh kemajuan teknologi dan perubahan kebutuhan masyarakat mengharuskan perusahaan untuk meningkatkan kualitas layanan elektroniknya.

Perusahaan bioskop kini beradaptasi dengan tren masyarakat, yang sebelumnya harus antre untuk membeli tiket di lokasi, kini bisa melakukannya secara *online* melalui aplikasi. Adaptasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi tetapi juga mencakup aspek-aspek lain dari *e-service quality*, seperti kemudahan akses, keamanan data, dan responsivitas layanan. Hal ini mencerminkan bagaimana teknologi telah mengubah pola interaksi antara konsumen dan penyedia layanan. Namun, dengan persaingan bisnis yang semakin ketat, para pengusaha perlu terus berinovasi agar tetap kompetitif, salah satunya dengan mengembangkan aplikasi pemesanan tiket untuk mengurangi antrean. Beberapa aplikasi *online* yang telah tersedia di Indonesia untuk transaksi tiket bioskop antara lain Cinapolis Cinemas,

CGV Cinemas Indonesia, Cinema 21 (M-Tix), dan Tix ID. Namun, banyak aplikasi penjualan tiket *online* masih menerima ulasan rendah, seperti yang terlihat di Tabel 1. Salah satu aplikasi yang paling banyak menerima rating rendah adalah M.Tix, dengan persentase rating 5 sebesar 37%. Ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa bahwa aplikasi ini belum memenuhi ekspektasi mereka.

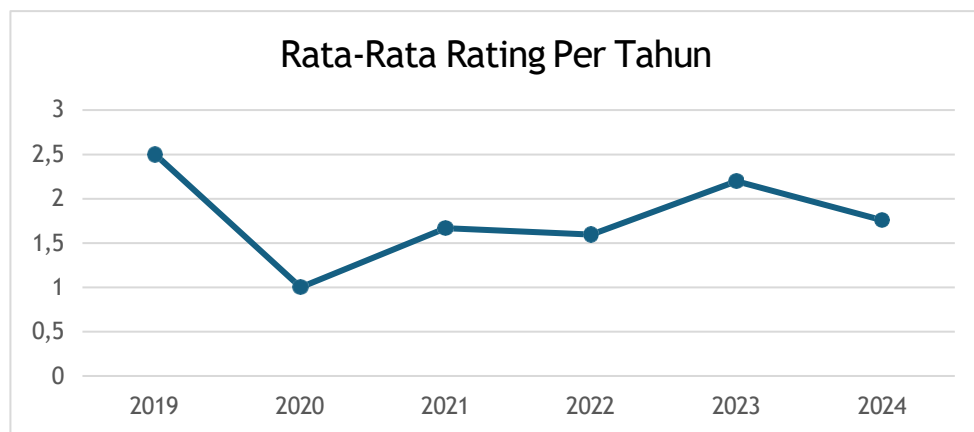
Tabel 1.1 Perbandingan *Rating* Aplikasi Penjualan Tiket

	Rating Aplikasi
TIX.ID	4,8
CGV	4,3
Cinepolis	3,8
M.TIX	3,7

(Sumber : *Google Play Store*, 2024)

Tabel di atas menunjukkan rating kepuasan pengguna terhadap aplikasi pemesanan tiket bioskop dari beberapa platform, yaitu TIX.ID, CGV, Cinepolis, dan M.TIX. Rating ini mencerminkan kualitas layanan digital masing-masing aplikasi. TIX.ID memiliki rating tertinggi, yaitu 4,8, yang menunjukkan kepuasan pengguna yang sangat tinggi, mungkin karena kemudahan penggunaan atau fitur tambahan. CGV berada di posisi kedua dengan rating 4,3, yang juga cukup baik, meskipun masih di bawah TIX.ID. Cinepolis mendapat rating 3,8, menunjukkan minat yang cukup tinggi meski ada beberapa kekurangan. Di sisi lain, M.TIX memiliki rating terendah, yaitu 3,7, yang mengindikasikan tingkat kepuasan pengguna yang rendah. Rating rendah M.TIX ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor, seperti masalah teknis, tampilan yang kurang intuitif, atau kurangnya fitur yang menarik bagi pengguna dibandingkan aplikasi lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa M.TIX mungkin perlu melakukan evaluasi menyeluruh dan memperbarui layanannya untuk memenuhi harapan pengguna, terutama di tengah persaingan ketat dengan aplikasi lain yang lebih populer.

M-Tix Cinema 21 adalah aplikasi berbasis Android yang diluncurkan oleh Cinema 21 Group sejak 2015, yang menyediakan layanan pemesanan tiket bioskop secara *online*. Aplikasi ini memungkinkan konsumen untuk memesan tiket bioskop melalui perangkat mobile tanpa harus mengantri lama, serta dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Menurut data yang diperoleh dari *Google Play Store*, hingga Oktober 2024 aplikasi m.tix telah diunduh oleh lebih dari 10 juta pengguna, dengan rating 3,7 dari 51.000 juta ulasan yang mencakup komentar positif dan negatif dari pengguna, menunjukkan tingginya antusiasme pengguna di Indonesia terhadap aplikasi ini.



Gambar 1.2 Rata-rata *Rating* per Tahun Aplikasi M-Tix
(Sumber: *Google Play Store*, diolah)

Gambar 1.2 menunjukkan hasil bahwa pada tahun 2019, aplikasi m.tix mendapatkan rata-rata rating 2,5 dari 16 ulasan, dengan sebagian besar ulasan negatif. Tren ini semakin memburuk pada tahun 2020, yang menjadi periode dengan rata-rata rating terendah, yakni 1 bintang, dari keseluruhan tiga ulasan yang ada, mengindikasikan tingkat ketidakpuasan yang tinggi di kalangan pengguna. Meski tahun 2021 menunjukkan sedikit perbaikan dengan rating rata-rata 1,67, data tetap mengindikasikan bahwa aplikasi masih mengalami kesulitan dalam memenuhi ekspektasi pengguna. Pada tahun 2022, jumlah ulasan meningkat drastis menjadi

59, namun rata-rata rating justru menurun ke angka 1,60, dan 37 di antaranya adalah ulasan dengan rating 1 bintang. Hal ini menandakan ketidakpuasan pengguna masih sangat tinggi, dan faktor-faktor tertentu dalam aplikasi mungkin mulai membebani pengalaman pengguna. Pada 2023, meskipun jumlah ulasan menurun menjadi 10, penilaian negatif masih dominan dengan rata-rata rating yang semakin turun menjadi 1,59 dan 6 dari 10 ulasan memberikan rating 1 bintang. Puncak ketidakpuasan terlihat pada tahun 2024, di mana terjadi lonjakan ulasan negatif yang signifikan. Dari 405 ulasan yang diberikan, 21 diantaranya memberi rating 5 bintang dan 257 di antaranya adalah rating 1 bintang, sebagian besar mengeluhkan perubahan antarmuka baru yang dinilai membingungkan dan menghambat kemudahan penggunaan aplikasi (*Web Scarping*, 2024).

Situasi ini menyoroti pentingnya memberikan pengalaman pengguna yang intuitif untuk mempertahankan kepercayaan pengguna. Kesuksesan perusahaan tergantung pada kualitas layanan yang mampu memenuhi kepuasan pelanggan (Saraswati, 2019). Dengan tingginya ekspektasi masyarakat terhadap layanan digital, aplikasi yang tidak memenuhi standar ini berisiko menghadapi berbagai keluhan dari penggunanya.

Berdasarkan *feedback* pengguna di *Google Play Store* hingga September 2024, aplikasi M-Tix Cinema 21 masih menghadapi beberapa keluhan dari pengguna. Masalah yang sering dikeluhkan meliputi kegagalan dalam melakukan top-up saldo, tampilan aplikasi yang baru namun dianggap membingungkan, kesulitan registrasi, waktu loading yang terlalu lama setelah transaksi, dan masalah konektivitas. Beberapa pengguna menyarankan untuk kembali ke tampilan lama yang lebih sederhana dan intuitif serta memperbaiki masalah jaringan yang lambat.

Masalah-masalah ini menunjukkan bahwa beberapa dimensi *e-service quality*, seperti efisiensi, responsivitas, dan ketersediaan sistem, belum terpenuhi sepenuhnya. Kondisi ini menjadi perhatian bagi manajemen Cinema 21 untuk terus meningkatkan kualitas layanan di aplikasi M-Tix agar dapat memenuhi harapan pengguna.

Tabel 1.2 *Rating dan Ulasan Aplikasi M-Tix*

No.	Rating dan Ulasan	Penjelasan
1.	 Famili Project  03/10/24 Sapa sih nih yg ngide di upgrade. Malah tampilan bikin bingung. Mau top up pake mandiri gak bisa. Masih tersisa saldo di mtix. Hedeeeh.. udah bagus2 tampilang yg lama. Simple ga ribet ergonomis. Ini kebanyakan tulisan pusing bacanya 5 orang merasa ulasan ini berguna. Apakah ulasan ini membantu? Ya Tidak	Mengeluhkan tampilan baru yang kurang <i>user-friendly</i> , membuat proses lebih sulit dibandingkan sebelumnya. Adanya penurunan efisiensi dalam penggunaan.
2.	 Budiono  19/10/24 Setelah update malah jelek, sdh banyak yg laporan tapi tetap saja tidak ada perbaikan. - tidak bisa pesan pagi. - tidak bisa pindah tanggal berikutnya, lali buat apa ada tampilan tgl berikutnya jika tidka bisa dipilih Nunggu habiskan saldo lali tutup akun saja	Laporan pengguna tidak segera ditindaklanjuti, masalah yang dilaporkan tetap berlanjut, dan fitur yang tersedia tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Hal ini kurangnya daya tanggap terhadap pengguna.
3.	 Umi Kalsum  13/10/24 Aplikasi gagal. Setelah update ga bs ngebuka sama sekali, pdhl jaringan kuota bagus. Harus pake wifi Kalo ga ad wifi ga mau kebuka, Apa guna aplikasi ini harus make wifi bner br bs kebuka? Auto hapuslah.. Apakah ulasan ini membantu? Ya Tidak	Aplikasi hanya berfungsi dengan WiFi, tidak fleksibel untuk pengguna yang ingin menggunakan jaringan seluler. Kurangnya fleksibilitas pada aplikasi.

Sumber: *Google Play Store*

Tabel di atas menampilkan ulasan pengguna aplikasi M-Tix Cinema 21 di *Google Play Store* yang mencerminkan sejumlah masalah utama terkait pengalaman pengguna. Berdasarkan ulasan pengguna, aplikasi M.tix menunjukkan

beberapa kekurangan yang signifikan dalam beberapa dimensi kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), seperti **efisiensi** (*efficiency*), **daya tanggap** (*responsiveness*), dan **fleksibilitas** (*fulfillment system availability*). Ulasan pertama menyoroti **efisiensi** bahwa perubahan antarmuka baru dianggap membingungkan dan kurang intuitif, membuat navigasi lebih sulit dibandingkan versi sebelumnya yang lebih sederhana. Hal ini mengurangi kepuasan pengguna yang terbiasa dengan tampilan lama. Ulasan kedua dalam hal **daya tanggap**, keluhan dalam ulasan ini mencerminkan rendahnya *e-service quality* pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*), karena laporan pengguna tidak segera ditindaklanjuti, masalah yang dilaporkan tetap berlanjut, dan fitur yang tersedia tidak berfungsi sebagaimana mestinya. Hal ini menunjukkan kurangnya perhatian dalam menangani keluhan pelanggan secara cepat dan efektif. Terakhir **fleksibilitas**, aplikasi terbatas hanya pada penggunaan jaringan Wi-Fi, sehingga tidak mendukung koneksi melalui jaringan seluler. Kekurangan ini menghambat aksesibilitas dan kenyamanan pengguna yang membutuhkan aplikasi dalam berbagai situasi

Secara keseluruhan, ulasan-ulasan pengguna menggambarkan tantangan besar yang dihadapi oleh aplikasi M-Tix dalam upayanya untuk memenuhi ekspektasi pengguna, khususnya terkait antarmuka yang *user-friendly*, fleksibilitas akses jaringan, dan stabilitas performa teknis. Masalah-masalah ini menunjukkan adanya kebutuhan mendesak bagi manajemen M-Tix untuk memperbaiki kualitas layanan aplikasi mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mengurangi keluhan yang berulang.

Penelitian ini berfokus pada tiga variabel utama, yaitu efisiensi (*efficiency*), daya tanggap (*responsiveness*), dan fleksibilitas (*fulfillment system availability*), karena ketiganya memiliki relevansi yang tinggi dalam konteks digitalisasi layanan hiburan seperti aplikasi *e-ticketing*. Variabel-variabel ini mencakup aspek penting dari pengalaman pengguna. Efisiensi menjamin kemudahan dan kecepatan dalam memesan tiket, daya tanggap mencerminkan kemampuan aplikasi merespons kebutuhan atau keluhan pengguna untuk meminimalkan masalah teknis yang mengganggu seperti lambatnya proses loading dan kegagalan dalam transaksi, terakhir fleksibilitas menunjukkan kemampuan aplikasi menyesuaikan layanan dengan preferensi individu mengingat banyak keluhan muncul terkait ketergantungan aplikasi pada koneksi Wi-Fi dan ketidakstabilan saat diakses dengan jaringan seluler yang lambat. Ketiga aspek ini sangat memengaruhi tingkat kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan pengguna dalam menggunakan layanan berbasis aplikasi seperti M-Tix. Kesulitan ini dapat berdampak langsung pada kepuasan pengguna, terutama jika mereka merasa bahwa desain antarmuka tidak memenuhi harapan untuk kemudahan dan kelancaran. Hambatan ini dapat memperlambat proses transaksi dan menurunkan tingkat kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 2005).

Pemilihan tiga variabel ini juga mempertimbangkan kebutuhan untuk menjaga fokus penelitian agar tetap terarah dan mendalam, sekaligus menyesuaikan dengan keterbatasan sumber daya yang tersedia. Variabel lain seperti privasi, jaminan, atau kontak dinilai kurang relevan dalam konteks pemesanan tiket bioskop, di mana perhatian pengguna lebih terfokus pada kemudahan, kecepatan, dan responsivitas layanan. Dengan fokus ini, penelitian diharapkan dapat

menghasilkan wawasan yang lebih relevan serta rekomendasi yang efektif untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pengguna, terutama dalam era pascapandemi ketika layanan digital semakin diminati.

Penelitian ini berupaya memberikan kontribusi baru yang signifikan dengan melakukan analisis mendalam terhadap kualitas layanan elektronik atau *e-service quality* pada aplikasi pemesanan tiket bioskop, M-Tix, yang digunakan di kota Palembang. Fokus utama penelitian ini tertuju pada tiga variabel penting, yaitu **efisiensi (*efficiency*)**, **daya tanggap (*responsiveness*)**, dan **fleksibel (*fulfillment system availability*)**. Dengan menitikberatkan pada variabel-variabel tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menyediakan wawasan yang lebih mendalam dan relevan, terutama dalam konteks digitalisasi layanan hiburan seperti bioskop.

Penelitian ini mengisi gap dari penelitian sebelumnya dengan menyoroti secara spesifik dampak pembaruan antarmuka aplikasi M-Tix di tahun 2024 terhadap kepuasan pelanggan. Pada penelitian Aufa R. (2019), fokusnya adalah pada pengaruh *e-service quality* dan *perceived value* terhadap kepuasan pelanggan dengan dimensi yang sama, tetapi dalam konteks tampilan dan manajemen M-Tix yang lama. Selanjutnya dalam penelitian yang dilakukan oleh Fitria S. (2023), dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor dalam kualitas layanan *mobile* (*efficiency, system availability, content, fulfillment*, dan lainnya) terhadap kepuasan pelanggan generasi Z di Jakarta. Hasilnya menunjukkan bahwa sebagian besar faktor memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun beberapa aspek seperti privasi tidak signifikan. Namun, penelitian yang dilakukan oleh Akmal R. A. (2019) penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel

independen memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang mencakup aspek loyalitas dan rekomendasi layanan.

Penelitian ini memberikan kontribusi baru dengan fokus pada dampak pembaruan antarmuka M-Tix tahun 2024, yang ditandai oleh peningkatan ketidakpuasan pengguna terkait tampilan baru, navigasi, proses top-up saldo, dan ketidakstabilan performa aplikasi. Selain itu, penelitian ini secara khusus mengkaji kepuasan pelanggan M-Tix di Kota Palembang, sehingga menambah wawasan tentang tantangan *e-service quality* aplikasi M-Tix pasca pembaruan, terutama pada dimensi efisiensi, daya tanggap, dan ketersediaan sistem.

Berdasarkan penjelasan permasalahan di atas, penelitian ini berfokus pada judul **"Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Aplikasi M.Tix di Kota Palembang"**.

1.2 Rumusan Masalah

Bahwa penelitian ini akan mengukur pengaruh dari dimensi *E-service quality* terdiri dari *Efficiency*, *Responsiveness*, dan *Fulfillment System Availability* adapun rumusan masalahnya sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh *Efficiency* terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi M.tix di Kota Palembang?
2. Apakah terdapat pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi M.tix di Kota Palembang?
3. Apakah terdapat pengaruh *Fulfillment System Availability* terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi M.tix di Kota Palembang?

4. Apakah terdapat pengaruh dari *Efficiency*, *Responsiveness*, dan *Fulfillment System Availability* secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pengguna aplikasi M.tix di Kota Palembang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *Efficiency* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi M.tix di Kota Palembang.
2. Menganalisis pengaruh *Responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi M.tix di Kota Palembang.
3. Menganalisis pengaruh *Fulfillment System Availability* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi M.tix di Kota Palembang.
4. Menganalisis pengaruh simultan dari *Efficiency*, *Responsiveness*, dan *Fulfillment System Availability* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi M.Tix di Kota Palembang.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori *e-service quality* dan kepuasan pelanggan, khususnya dalam konteks aplikasi digital. Dengan menganalisis pengaruh berbagai faktor dari *e-service quality*, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur yang ada dan memberikan wawasan baru tentang hubungan antara kualitas layanan digital dan tingkat kepuasan pengguna.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat memberikan informasi yang berguna bagi manajemen aplikasi M.tix dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan

pelanggan. Dengan mengetahui pengaruh dari masing-masing indikator e-service quality, pihak manajemen dapat melakukan perbaikan dan pengembangan pada aplikasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi acuan bagi perusahaan lain dalam industri serupa untuk meningkatkan kualitas layanan mereka demi mencapai kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akmal, R. A., & Trenggana, A. F. M. (2019). Pengaruh *E-service quality* Dan Perceived Value Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi M-Tix Mobile Cinema Xxi Effect of *E-service quality* and Perceived Value on Customer Satisfaction Using M-Tix Mobile Cinema Xxi Application. *Proceeding of Management*, 6(3), 6101–6108. <https://digitalreport.wearesocial.com/>
- Al-dweeri, R. M., Obeidat, Z. M., Al-dwiry, M. A., Alshurideh, M. T., & Alhorani, A. M. (2017). The Impact of *E-service quality* and E-Loyalty on Online Shopping: Moderating Effect of E-Satisfaction and E-Trust. *International Journal of Marketing Studies*, 9(2), 92. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n2p92>
- Aulia, N. D., Saryadi, & Purbawati, D. (2023). Pengaruh Harga Dan *E-service quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengguna Aplikasi Reddoorz Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 203–209. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Candra, S., & Juliani, M. (2018). Impact of *E-service quality* and Customer Value on Customer Satisfaction in Local Brand. *Binus Business Review*, 9(2), 125–132. <https://doi.org/10.21512/bbr.v9i2.4650>
- Cohn, P. M. (1984). 6395. *The American Mathematical Monthly*, 91(2), 144. <https://doi.org/10.2307/2322122>
- Ermida, N. E., Ghalib, S., & Wahyuni, N. (2022). Pengaruh Diskon dan Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi Tix ID di Kota Banjarmasin. *Smart Business Journal*, 1(1), 41. <https://doi.org/10.20527/sbj.v1i1.12790>
- Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan *E-service quality* terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26434>
- Hidayati, N., & Heryanda, K. . (2022). Pengaruh *e-service quality* dan harga terhadap kepuasan pelanggan Netflix. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 1–7.
- Josua, F., Alwie, A. F., & Hendriani, S. (2017). The Effect of *E-service quality* and Price on Customer Satisfaction and Loyalty of Traveloka in Pekanbaru. *International Journal of Economics, Business and Applications*, 2(1), 9–22. <https://ijebe.ejournal.unri.ac.id/index.php/IJEBA/article/view/4644/4423>
- Juhria, A., Meinitasari, N., Fauzi, F. I., & Yusuf, A. (2021). "Studi tentang Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Aplikasi E-commerce Shopee." *Jurnal Manajemen*, 13(1), 55–62.
- Kotler, P., Armstrong, G., Balasubramanian, S. (2023). *Principles of Marketing*. Pearson Global Editions
- Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., & Wong, V. (1999). *Principles of*

- marketing, second European edition. *Editura Prentice Hall, New Jersey, USA*.
- Laksita, A. S., & Pradana, M. (2021). Pengaruh Harga Dan *E-service quality* Terhadap Kepuasan Pelanggan Traveloka Di Yogyakarta. *EProceedings of Management*, 8(5), 6066–6078.
- Nopenita, W. G. (2021). The Influence of *E-service quality* and Price on Customer Satisfaction in Forming Repurchase Intention. *Econosains*, 19(2), 41–54.
- Putri, I. P. (2017). Industri film Indonesia sebagai bagian dari industri kreatif Indonesia. *Jurnal Ilmiah LISKI (Lingkar Studi Komunikasi)*, 3(1), 24-42.
- Rapitasari, D. (2016). Digital marketing berbasis aplikasi sebagai strategi meningkatkan kepuasan pelanggan. *Cakrawala*, 10(2), 107-112.
- Rahayu, S., Limakrisna, N., & Purba, J. H. V. (2023). *THE INFLUENCE OF PERCEIVED PRICE AND E-SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AND THEIR IMPACT ON CUSTOMER LOYALTY IN USING GO-JEK SERVICES IN DKI*. 3(1), 132–151.
- Rahmawaty, S., Kartawinata, B. R., Akbar, A., & Wijaksana, T. I. (2021). The effect of *e-service quality* and E-trust on E-customer loyalty through E-customer satisfaction as an intervening variable (Study on gopay users in bandung). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*, 5495–5506. <https://doi.org/10.46254/an11.20210933>
- Ratih Pratiwi, R., Pranata, S., & Lukita, C. (2023). *Analisis E-service quality dan Harga dalam Membangun Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Mahasiswa Universitas Catur Insan Cendekia Pengguna Grab)*. 01(02), 1–6.
- Sajidah, R. S., & Aulia, P. (2021). Pengaruh *E-service quality* Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Layanan Grabfood. *ProBank*, 6(2), 179–191. <https://doi.org/10.36587/probank.v6i2.1019>
- Sudirjo, F., Vivid Violin, Akmal Abdullah, Ifadhila, & Muhammad Subhan Iswahyudi. (2023). The Effect of Promotion, *E-service quality* and Price on Customer Satisfaction and Its Implication on Loyalty of Tokopedia Customers. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(5), 1724–1728. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i5.1473>
- The Relationship between Product Quality, *E-service quality* and Brand Image on Customer Satisfaction: Preliminary Investigation in Perlis. (2020). *International Journal of Business and Management*, 4(5), 43–54. <https://doi.org/10.26666/rmp.ijbm.2020.5.6>
- Viona, V., Yohanes, K., Kurniawati, L. S. M. W., Marta, R. F., & Isnaini, M. (2021). Narasi Shopee Dalam Mengembangkan Ekonomi Kreatif Berbasis Teknologi E-Commerce Di Era Modern. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 46-65.
- Wilis, R. A., & Nurwulandari, A. (2020). *The effect of E-service quality , E-Trust , Price and Brand Image Towards E-Satisfaction and Its Impact on E-Loyalty*

of Traveloka ' s Customer. 4(3), 1061–1099.

Yunus, M. (2019). Ekonomi kreatif, konsep ekonomi baru penggerak mahasiswa menjadi wirausaha kreatif. In *Seminar Nasional Keindonesiaan Iv* (pp. 125-130).