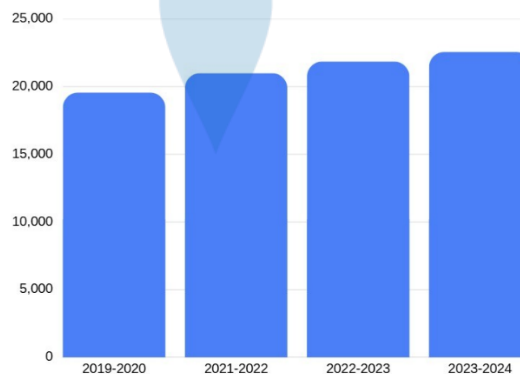


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

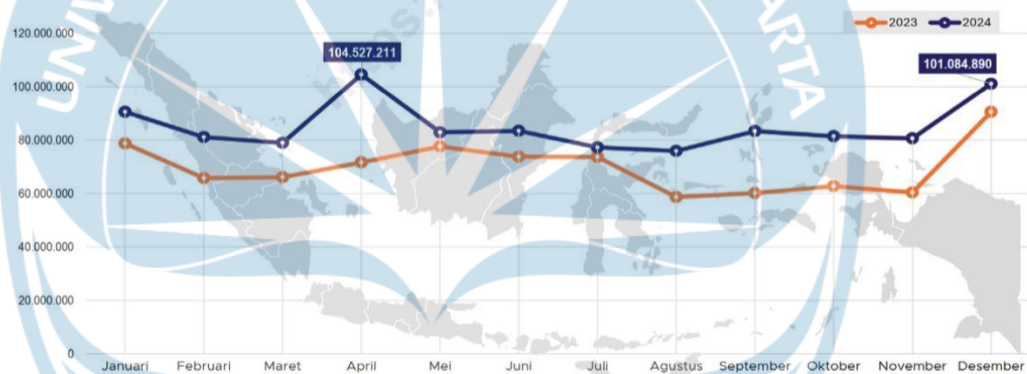
Saat ini, lonjakan perkembangan teknologi digital yang masif telah mendorong perubahan dalam perilaku konsumen, khususnya dalam hal cara mereka mengakses dan menggunakan layanan berbasis digital. Di Indonesia, perkembangan internet yang terus meningkat telah menjadi andalan utama bagi pertumbuhan industri *e-commerce*, termasuk di sektor layanan perjalanan *online*. Merujuk dari data tahun 2024 melalui sumber Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, jumlah pengguna internet di Indonesia sudah mencapai lebih dari 221 juta jiwa, menjadikan Indonesia sebagai salah satu pasar digital terbesar di Asia Tenggara. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia sudah semakin terbiasa menggunakan layanan yang berpusat pada internet atau *online* dalam berbagai kebutuhan, termasuk salah satunya untuk kebutuhan perjalanan.



Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: APJII (2024)

Sementara itu, pada sektor perjalanan juga memiliki potensi yang cukup besar. Data yang diberikan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang mempublikasikan Statistik Wisatawan Nusantara tahun 2024 menunjukkan bahwa perjalanan domestik di Indonesia cukup tinggi, khususnya jika dilihat dari jumlah perjalanan wisatawan yang sebanyak 1,02 miliar pada tahun 2024. Kondisi ini secara langsung mendorong pertumbuhan *platform* layanan digital, termasuk *platform* pemesanan tiket perjalanan daring seperti salah satunya yaitu Tiket.com, yang menawarkan berbagai layanan mulai dari pemesanan tiket pesawat, kereta api, bus, hingga akomodasi hotel dalam satu ekosistem digital yang terintegrasi.



Gambar 1.2 Jumlah Perjalanan Wisatawan Indonesia

Sumber: Badan Pusat Statistik (2025)

Generasi z, yaitu generasi yang lahir di antara tahun 1997-2012 merupakan generasi yang bertumbuh di era perkembangan dunia digital (Dimmock, 2019). Mereka merupakan kelompok *digital natives* yang tidak hanya sangat melek dengan teknologi digital terbaru, mereka juga mempunyai harapan dan perilaku konsumen yang cukup berbeda dengan generasi lainnya seperti cenderung berekspektasi tinggi pada kemudahan dan kecepatan dalam suatu kualitas layanan yang diberikan oleh *platform* digital.

Tiket.com merupakan salah satu Online Travel Agent (OTA) terkemuka di Indonesia yang telah beroperasi sejak tahun 2011 dan secara konsisten memperluas jangkauan layanannya kepada jutaan konsumen di seluruh penjuru negeri. Saat awal perilisannya, Tiket.com hanya menyediakan layanan pemesanan hotel dan tiket konser. Namun, seiring dengan berkembangnya waktu, Tiket.com berhasil mengembangkan berbagai macam layanan baru seperti pemesanan tiket pesawat, kereta api, sewa mobil, dan lain-lain. Sebagai *platform* berbasis teknologi, kualitas layanan yang disediakan oleh Tiket.com sangat berpengaruh terhadap pengalaman digital yang diterima oleh para penggunanya, mulai dari kemudahan navigasi, keandalan informasi, keamanan transaksi, hingga kecepatan respons terhadap kebutuhan dan keluhan konsumen. Dalam hal Tiket.com ini, kualitas layanan elektronik menjadi variabel penting yang menentukan keberhasilan Tiket.com, yaitu apakah seorang pengguna khususnya pada generasi z akan merasa puas dan pada akhirnya setia terhadap Tiket.com.



Gambar 1.3 Tampilan layanan aplikasi Tiket.com

Sumber: Tiket.com (2026)

Kualitas layanan elektronik merupakan kemampuan suatu layanan berbasis digital dalam mendukung dan mempermudah aktivitas pembelian, penggunaan, beserta penyediaan produk atau jasa sehingga proses bisnis dapat berjalan lebih efektif dan efisien (Luthfiana & Hadi, 2019). Ada pun, menurut Ashiq & Hussain (2024) dalam Parasuraman (2005), kualitas layanan elektronik terbagi menjadi beberapa dimensi yaitu keandalan yang merupakan kemampuan *platform* memberikan layanan yang dapat diandalkan serta akurat, dan responsivitas yang merupakan kesigapan suatu *platform* dalam membantu pelanggan jika mengalami permasalahan dan membantu kebutuhan pelanggan. Kemudian, seiring perkembangannya zaman pada teknologi digital, beberapa indikator lain seperti keamanan yang merupakan perlindungan data informasi pribadi serta keamanan transaksi yang diberikan oleh platform (Rita et al., 2019), dan kenyamanan yang merupakan kemudahan serta fleksibilitas bagi pengguna *platform* dalam berbelanja pun mulai relevan masuk ke dalam dimensi kualitas layanan elektronik (Eryigit & Fan, 2021). Pengguna Tiket.com ingin mendapatkan sistem serta kualitas layanan yang responsif, informasi yang didapatkan jelas, proses pemesanan yang mudah, metode pembayaran yang aman, dan penanganan permasalahan yang tanggap. Jika Tiket.com sanggup memberikan sistem yang diharapkan oleh pengguna dan konsumen, maka pengguna akan cenderung merasakan kepuasan dan kemungkinan besar akan menggunakan layanan Tiket.com kembali suatu saat. Namun, jika pengguna mengalami berbagai kesulitan dalam pencarian produk, proses transaksi, dan layanan bantuan permasalahan yang lambat, maka kepuasan pengguna akan menurun dan kemungkinan besar tidak akan menggunakan Tiket.com kembali.

Selain itu, kepercayaan elektronik juga berperan penting dalam konteks transaksi digital. Menurut pendapat dari Ananda (2023), kepercayaan elektronik merupakan tingkat keyakinan konsumen terhadap penyedia layanan online bahwa mereka memiliki kemampuan, integritas, dan keandalan dalam menyediakan serta menjual barang atau jasa. Konsumen bersedia dan siap untuk menerima semua potensi risiko dalam pembelian melalui internet dengan didasarkan pada keyakinan bahwa penjual akan memenuhi janji transaksi, memberikan kepuasan, serta menyerahkan barang atau jasa dengan harapan yang baik oleh konsumen (Ghaisani et al., 2020). Dalam konteks Tiket.com, konsumen diwajibkan untuk menyerahkan informasi pribadi yang sensitif seperti data identitas, nomor kontak, dan detail kartu pembayaran, sehingga kepercayaan terhadap keamanan dan integritas aplikasi OTA Tiket.com menjadi komponen yang penting dan mutlak sebelum keputusan transaksi terjadi. Kepercayaan menjadi semakin penting karena produk yang dibeli oleh konsumen bersifat tidak berwujud fisik saat melakukan transaksi, contohnya saat membeli tiket pesawat, hotel, bis, kereta api secara online. Apabila konsumen percaya kepada layanan yang diberikan oleh Tiket.com dan ekspektasi yang diharapkan konsumen terpenuhi, maka konsumen cenderung akan mendapatkan kepuasan dan setia menggunakan Tiket.com sebagai aplikasi OTA mereka.

Kemudian, kepuasan elektronik juga berperan sebagai jembatan yang menghubungkan kualitas layanan elektronik dengan loyalitas elektronik. Apabila konsumen merasa puas dengan pengalaman digitalnya, kecenderungan mereka untuk ingin menggunakan jasa *platform* dan merekomendasikan *platform* tersebut kepada orang lain pun meningkat secara signifikan (Khan et al., 2019). Kualitas

pelayanan elektronik yang diberikan oleh Tiket.com berpengaruh besar terhadap kepuasan elektronik dari konsumen yang nantinya juga akan berpengaruh dan berdampak pada loyalitas elektronik. Kemudian, loyalitas elektronik merupakan kecenderungan pelanggan untuk kembali mengunjungi platform digital dan melakukan pembelian ulang di platform tersebut (Ashiq & Hussain, 2024). Dalam pembahasan Tiket.com, loyalitas elektronik sangat penting karena mencakup niat pembelian ulang, retensi pelanggan, dan peluang merekomendasikan aplikasi OTA Tiket.com kepada orang lain seperti keluarga atau teman - teman. Tiket.com harus mempertahankan loyalitas elektronik mereka dengan terus meningkatkan kualitas layanan elektronik dan meningkatkan kepercayaan dari konsumen. Apabila Tiket.com memiliki loyalitas elektronik yang kuat dari konsumen, maka Tiket.com dapat bertahan dan terus berkembang di tengah persaingan OTA (*Online Travel Agent*) yang menawarkan produk serta layanan yang serupa.

Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Ashiq & Hussain (2024) menemukan bahwa kualitas layanan dan kepercayaan elektronik secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas elektronik, akan tetapi kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan elektronik. Anser et al. (2021) melalui penelitian yang dilakukannya menemukan hasil bahwa kualitas layanan elektronik secara signifikan berpengaruh terhadap loyalitas elektronik dengan mediasi oleh kepercayaan elektronik. Kemudian, penelitian terdahulu dari Rahmayanti & Oetarjo (2024) mendapatkan hasil yaitu kualitas layanan elektronik, kepuasan elektronik, kepercayaan elektronik masing-masing berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan elektronik. Selanjutnya, (Kumbara et al., 2023) mendapatkan hasil pada penelitiannya yaitu kepercayaan

elektronik tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan elektronik. (Sasono et al., 2021) melalui penelitiannya menemukan hasil bahwa kepuasan elektronik secara signifikan memediasi pengaruh kualitas layanan elektronik terhadap loyalitas elektronik konsumen. Dari hasil penelitian - penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat inkonsistensi atau ketidakkonsistenan, sehingga hubungan antar variabel tersebut seperti kualitas layanan elektronik, kepercayaan elektronik, kepuasan elektronik, serta loyalitas elektronik perlu dikaji ulang lagi dengan konteks yang berbeda.

Penelitian sebelumnya yang secara spesifik membahas pengaruh variabel seperti kualitas layanan elektronik, kepercayaan elektronik, kepuasan elektronik, serta loyalitas elektronik pada *platform* Online Travel Agent (OTA) dengan fokus segmentasinya mengarah ke Generasi Z masih sangat terbatas. Penelitian terdahulu dari jurnal acuan yang diteliti oleh Ashiq & Hussain (2024) membahas pada pelanggan *website* belanja online di Pakistan, untuk segmentasinya masih pelanggan atau pengguna secara umum. Selain itu, penelitian terdahulu juga tidak menyebutkan secara spesifik *platform* belanja *online* yang digunakan. Maka dari itu, diperlukan replikasi dari penelitian ini dengan penelitian terdahulu sebelumnya dengan cara peneliti mengubah subjek, objek, serta lokasi penelitian. Penelitian ini berfokus terhadap konsumen generasi z pengguna Tiket.com di Indonesia sebagai lokasi penelitiannya.

Berdasarkan uraian pemaparan latar belakang di atas, penelitian ini memiliki tujuan yaitu menganalisis pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan elektronik terhadap kepuasan dan loyalitas elektronik pada Generasi Z pengguna Tiket.com. Maka dari itu, peneliti akan melakukan penelitian yang berjudul “**Pengaruh**

Kualitas Layanan Elektronik Dan Kepercayaan Elektronik Terhadap Kepuasan Elektronik Dan Loyalitas Elektronik: Analisis Generasi Z Pengguna Tiket.com”.

1.2 Rumusan Masalah

Merujuk pada uraian dari latar belakang yang sudah dijelaskan, kemudian rumusan masalah dalam penelitian ini adalah yaitu:

1. Apakah Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Elektronik?
2. Apakah Kepercayaan Elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Elektronik?
3. Apakah Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Elektronik?
4. Apakah Kepercayaan Elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Elektronik?
5. Apakah Kepuasan Elektronik berpengaruh secara signifikan terhadap Loyalitas Elektronik?
6. Apakah Kepuasan Elektronik memediasi pengaruh antara Kualitas Layanan Elektronik dan Loyalitas Elektronik?
7. Apakah Kepuasan Elektronik memediasi pengaruh antara Kepercayaan Elektronik dan Loyalitas Elektronik?

1.3 Tujuan Penelitian

Merujuk pada uraian dari rumusan masalah di atas, kemudian adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Agar mengetahui apakah Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Elektronik.
2. Agar mengetahui apakah Kepercayaan Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Elektronik.
3. Agar mengetahui apakah Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Elektronik.
4. Agar mengetahui apakah Kepercayaan Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Elektronik.
5. Agar mengetahui apakah Kepuasan Elektronik berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Elektronik.
6. Agar mengetahui pengaruh mediasi Kepuasan Elektronik antara Kualitas Layanan Elektronik dan Loyalitas Elektronik.
7. Agar mengetahui pengaruh mediasi Kepuasan Elektronik antara Kepercayaan Elektronik dan Loyalitas Elektronik.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sudah diuraikan, kemudian adapun manfaat penelitiannya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menguji asumsi awal yaitu kualitas layanan dan kepercayaan elektronik berpengaruh terhadap loyalitas secara elektronik pada konsumen generasi z pengguna Tiket.com dengan kepuasan elektronik sebagai variabel yang memediasi antara kualitas layanan elektronik dan kepercayaan elektronik. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian literatur mengenai

pengaruh kualitas layanan dan kepercayaan elektronik terhadap kepuasan serta loyalitas elektronik pada pengguna platform e-commerce. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti topik serupa, khususnya terkait perilaku konsumen Generasi Z dalam menggunakan platform e-commerce. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih luas terkait hubungan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh *platform* digital, tingkat kepercayaan dari pengguna, kepuasan pengguna, serta loyalitas pelanggan dalam lingkungan bisnis digital.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan peran serta berupa manfaat praktis bagi perusahaan yang bergerak di bidang e-commerce dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pengguna platform digital. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas layanan elektronik serta membangun kepercayaan pengguna guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pelaku industri e-commerce mengenai pentingnya kualitas layanan digital dan tingkat kepercayaan pengguna dalam menciptakan pengalaman berbelanja yang positif bagi konsumen.

1.5 Sistematika Peneliti

1. BAB I: Pendahuluan

Bab ini berisikan latar belakang penelitian yang menyajikan fenomena dan permasalahan, rumusan masalah, kemudian tujuan penelitian, manfaat penelitian secara teoritis dan praktis, serta sistematika penelitian.

2. BAB II: Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan landasan teori yang berkaitan dengan definisi dari variabel - variabel penelitian yaitu kualitas layanan, kepercayaan elektronik, kepuasan, dan loyalitas elektronik, kemudian penelitian terdahulu yang masih relevan, pengembangan hipotesis penelitian, dan kerangka penelitian yang akan digunakan.

3. BAB III: Metodologi Penelitian

Bab ini menyajikan tentang metode penelitian yang akan digunakan, seperti jenis penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional, teknik analisis data, dan pengujian instrumen penelitian serta alat analisis yang akan digunakan.

4. BAB IV: Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis data yang diperoleh dari responden melalui penyebaran kuesioner dengan disajikan dalam bentuk tabel, grafik yang disertai dengan penjelasan, membahas hasil penelitian yang akan dibandingkan dengan hipotesis yang sudah dibuat.

5. BAB V: Penutup

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diuji, hasil temuan penelitian, implikasi manajerial bagi perusahaan yang terkait, kemudian keterbatasan penelitian, serta saran bagi penelitian serupa yang akan dilakukan selanjutnya.

