



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

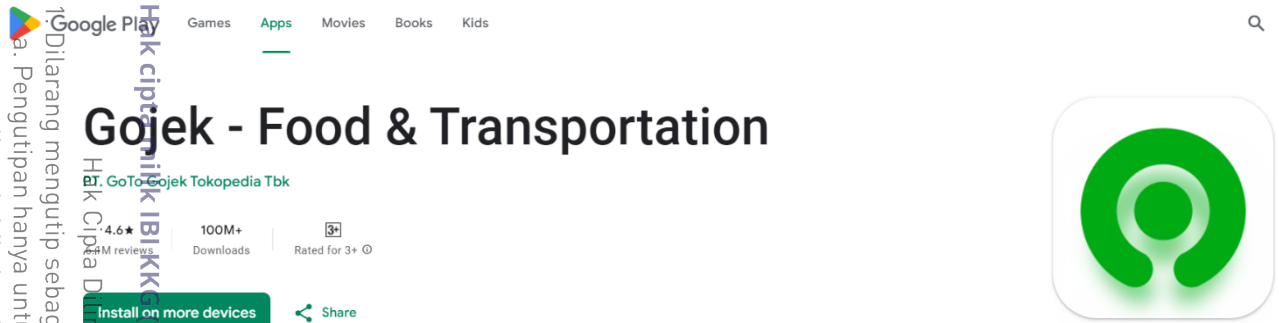
Gojek adalah salah satu aplikasi yang menyediakan layanan transportasi secara *online*. Perusahaan Gojek didirikan oleh Nadiem Makarim pada tanggal 13 Oktober 2010. Sampai saat ini, dengan kenaikan hingga 300.000 pesanan per harinya, Gojek telah menjadi perusahaan dengan tingkatan *Unicorn* pertama di Indonesia. Selain menyediakan layanan transportasi *online*, Gojek juga menawarkan beragam layanan lainnya, seperti: pengiriman barang, pengantaran makanan, pembayaran secara digital, dan lain-lain. Aplikasi ini telah menjadi gaya hidup masyarakat perkotaan yang tak terpisahkan khususnya generasi muda yaitu generasi Z. Per tahun 2024, layanan Gojek bisa diakses oleh 158 Kota dan Kabupaten di Indonesia.

Aplikasi Gojek merupakan sebuah inovasi dalam bidang teknologi yang menawarkan berbagai macam layanan yang dapat membantu dan memudahkan konsumen dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Aplikasi ini tersedia sepanjang waktu dan dapat digunakan di berbagai lokasi sehingga, akan sangat bermanfaat bagi setiap masyarakat dalam membantu kelancaran kegiatannya baik untuk mobilitas ataupun kegiatan lain secara efektif dan efisien.

Inovasi digital yang telah dilakukan oleh Gojek memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap perekonomian nasional. Studi yang telah dilakukan oleh Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (LPEM FEB UI), mengungkapkan bahwa PT Gojek Tokopedia Tbk (GoTo) berkontribusi terhadap *Gross Domestic Product* (GDP) Indonesia pada tahun 2023. Dengan nilai sebesar Rp 259,6 triliun hingga Rp 392 triliun.

Gambar 1.1

Screenshot Jumlah Unduhan dan Rating Aplikasi Gojek Di Google Playstore



Sumber: Diakses melalui <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gojek.app&hl=en>, Google Playstore, pada tanggal 22 Oktober 2024.

Menurut *Google Playstore*, aplikasi Gojek telah diunduh sebanyak seratus juta lebih pengguna dengan total rata-rata penilaian sebesar 4,6 (Skala 5). Jumlah unduhan ini menandakan bahwa aplikasi Gojek memiliki banyak pilihan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Selain itu, aplikasi Gojek juga sudah terintegrasi dengan *mobile banking* seperti BCA, Mandiri, dan bank-bank lainnya, sehingga dapat meningkatkan tingkat efisiensi penggunaan aplikasi dan kemudahan pembayaran bagi pengguna.

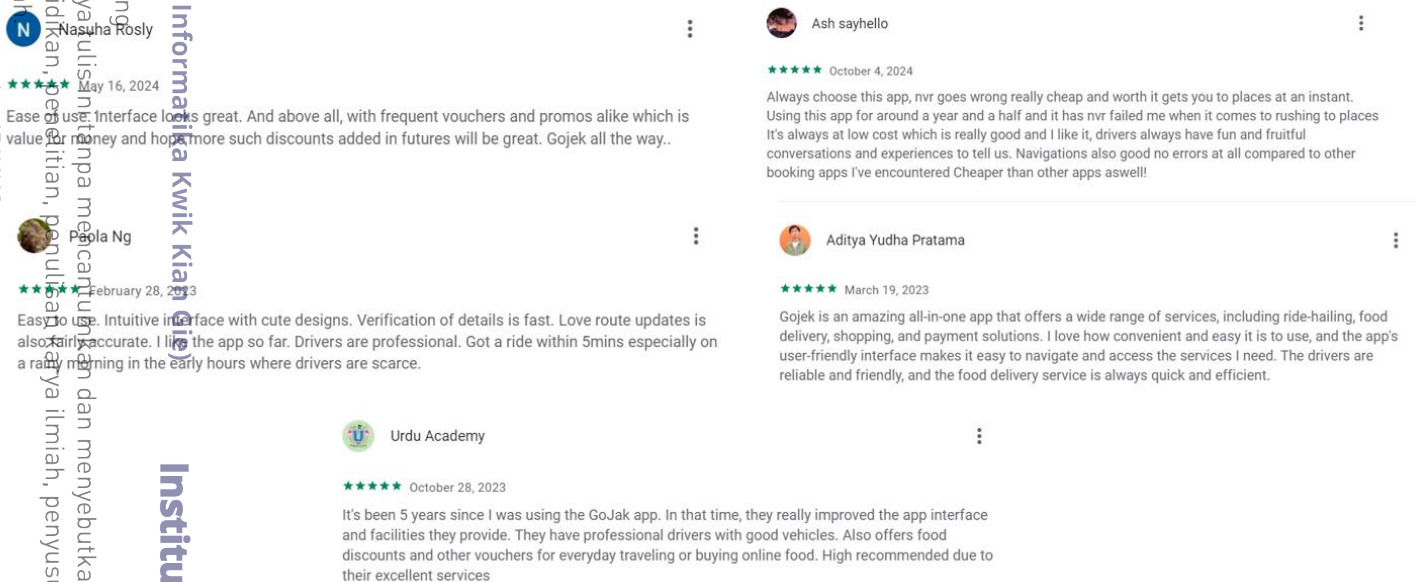
Kemudahan penggunaan aplikasi inilah yang akan meningkatkan loyalitas pengguna untuk terus menggunakan aplikasi Gojek dan memicu timbulnya niat untuk melakukan penggunaan aplikasi secara berulang. Kepraktisan ini tidak lepas dari perancangan *User Interface* yang dapat meningkatkan kepuasan dan kenyamanan pengguna ketika menggunakan sebuah aplikasi. Desain *User Interface* yang menarik dan jelas dapat membantu pengguna dalam berinteraksi dengan sistem-sistem dan fitur yang ada dalam sebuah aplikasi sehingga dapat memudahkan penggunaan aplikasi secara efektif dan efisien.



User interface berperan sebagai jembatan yang menghubungkan antara pengguna dan aplikasi yang digunakan. Antarmuka pengguna (*user interface*) sebuah aplikasi harus dirancang dengan optimal agar setiap pengguna dapat dengan mudah memahami dan mengoperasikan aplikasi. Jika sebuah UI pada sebuah aplikasi buruk dan membingungkan, tentunya akan berdampak kepada keberlangsungan sebuah aplikasi itu sendiri yang di mana dapat mengakibatkan hilangnya minat pengguna dan beralih ke aplikasi sejenis yang menawarkan UI yang lebih efektif dan efisien (Buana & Sari, 2022:91).

Gambar 1.2

Screenshot Ulasan Pengguna Aplikasi Gojek di Google Playstore



Sumber: Diakses melalui <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.gojek.app&hl=en>, Google Playstore, pada tanggal 22 Oktober 2024.

Berdasarkan *review* yang telah diunggah pengguna aplikasi Gojek pada *Google Playstore*, dapat diketahui bahwa banyak pengguna yang merasa bahwa aplikasi Gojek merupakan aplikasi multifungsi yang berarti bahwa pengguna dapat menggunakannya untuk berbagai kebutuhan. Selain itu, *user interface* pada aplikasi ini juga sangat disukai karena intuitif, mudah digunakan, cepat, akurat, ramah terhadap pengguna, dan juga memiliki tampilan yang menarik. Sehingga, para pengguna merasa nyaman dan menggunakannya



terus menerus. Hal tersebut dapat dibuktikan di mana terdapat pengguna yang telah menggunakan aplikasi Gojek selama lima tahun. Di samping itu semua, juga terdapat elemen lain yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan dalam mengembangkan *user interface* untuk meningkatkan retensi penggunaan aplikasi yakni desain fitur yang sederhana, kemampuan aplikasi dalam menyediakan informasi seperti pedoman dalam menggunakan aplikasi, interaktif, layanan-layanan dan fitur yang disediakan lengkap, elemen seperti warna dan *font* konsisten, dan dapat dipersonalisasi sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pengguna.

Penelitian tentang pengaruh *user Interface* terhadap loyalitas pelanggan sebelumnya juga telah dilakukan oleh beberapa peneliti (Tabel 1.1). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *user interface* memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap loyalitas konsumen secara simultan. Dengan kata lain, semakin baik kualitas *user interface*, maka tingkat loyalitas konsumen juga dapat meningkat (Matondang & Hapsari, 2023:368). Kemudian, pada penelitian dengan variabel serupa ditemukan hasil bahwa hubungan *user interface* yang ramah pengguna dengan tingkat loyalitas pelanggan memiliki korelasi positif signifikan yang berarti bahwa untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, dapat dilakukan melalui pengembangan UI, sehingga konsumen akan nyaman dalam menggunakan aplikasi dan cenderung untuk melakukan penggunaan berulang (Septanto et al., 2024:79).

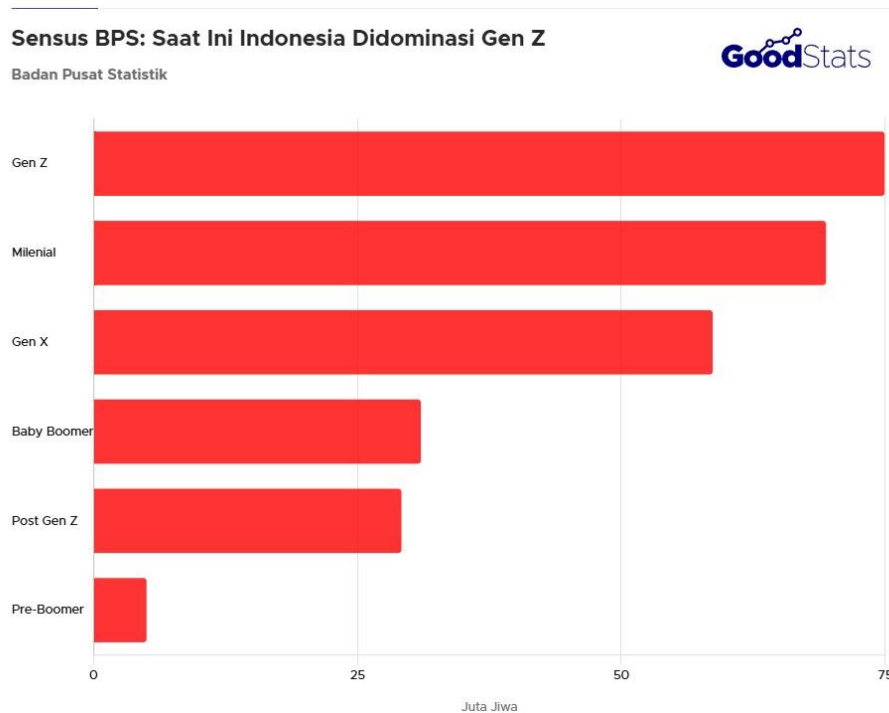
Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh di era kemajuan teknologi. Oleh karena itu, generasi ini sangat mahir memanfaatkan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan dan generasi ini lahir pada kurun waktu tahun 1997 hingga 2012 (Urba et al., 2024:50). Dikarenakan sudah sangat familiar dengan teknologi, generasi ini sudah sangat terbiasa dalam menggunakan berbagai macam jenis *gadget*. Untuk menunjang kegiatan sehari-hari, mereka membutuhkan layanan yang cepat, mudah, serta praktis seperti aplikasi Gojek. Selain itu, generasi ini dikenal sangat kritis dan memiliki sensitivitas tinggi terhadap harga,



promosi, serta berbagai aspek lainnya. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami dan mempelajari karakteristik pola perilaku Generasi Z.

Gambar 1.3

Jumlah Komposisi Penduduk di Indonesia

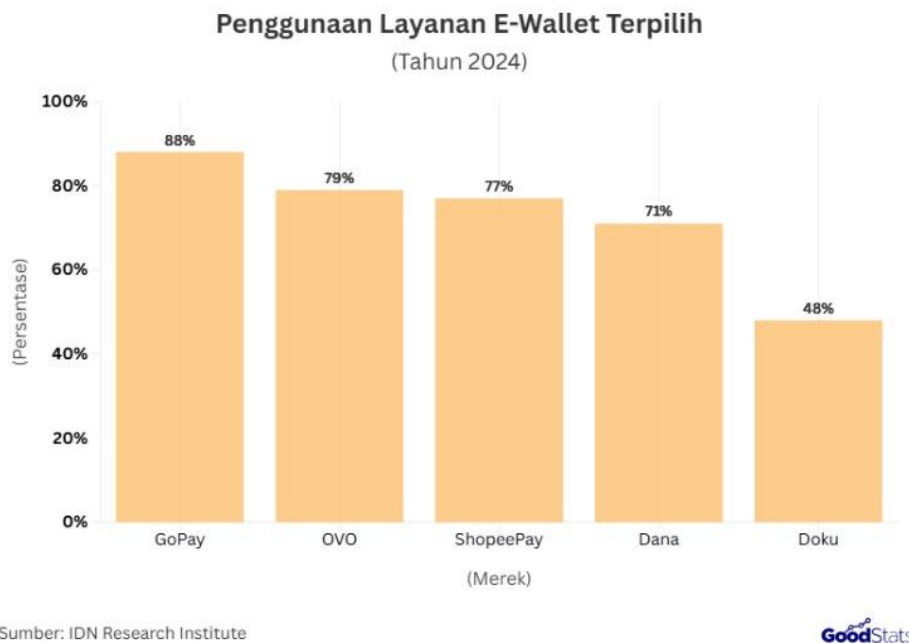


Sumber: Diakses melalui https://data.goodstats.id/statistic/sensus-bps-saat-ini-indonesia-didominasi-oleh-gen-z-n9kqv#google_vignette, Google Chrome, pada tanggal 26 Maret 2025

Mengacu pada sensus yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) (Gambar 1.3), dapat diketahui bahwa komposisi penduduk Indonesia selama lima tahun terakhir didominasi oleh Generasi Z dengan jumlah sekitar 74.93 juta jiwa, kemudian pada urutan kedua disusul oleh generasi millennial dengan jumlah sekitar 69.38 juta jiwa, selanjutnya Generasi X menempati urutan ketiga dengan jumlah sekitar 58.65 juta jiwa, dan seterusnya. Komposisi penduduk ini, terutama pada urutan pertama yaitu Generasi Z membuka peluang bagi sebuah perusahaan untuk memperluas pangsa pasar yang dimiliki contohnya adalah penggunaan aplikasi Gojek. Sebagai salah satu generasi yang aktif secara digital, Generasi Z memiliki potensi untuk menggunakan layanan-layanan digital yang ditawarkan oleh aplikasi Gojek.

Gambar 1.4

Penggunaan Layanan E-Wallet oleh Generasi Millennial dan Generasi Z



Sumber: Diakses melalui <https://goodstats.id/article/preferensi-mobile-banking-dan-e-wallet-di-kalangan-generasi-muda-OrBZG>, Google Chrome, pada tanggal 26 Maret 2025

Salah satu layanan yang ditawarkan oleh aplikasi Gojek adalah *e-wallet*. Layanan E-wallet memungkinkan setiap pengguna untuk melakukan transaksi dengan efektif dan efisien melalui perangkat digital tanpa memerlukan uang tunai. Aplikasi Gojek juga memiliki layanan *e-wallet* yaitu GoPay. Melalui data yang diperoleh dari IDN Research Institute (Gambar 1.4), dengan sampel masing-masing 750 responden, dapat diketahui bahwa layanan GoPay yang dimiliki oleh perusahaan Gojek menempati peringkat pertama dan berhasil menggeser kompetitor-kompetitornya dan memiliki tingkat penggunaan layanan mencapai hingga 88% sehingga, salah satu layanan Gojek yaitu GoPay lebih disukai oleh pengguna generasi muda yaitu salah satunya Generasi Z dalam bertransaksi secara digital.

Generasi Z memiliki peran yang penting dalam masa kini dan masa depan. Dengan tingkat penggunaan layanan digital yang tinggi, tentunya generasi ini dapat menggerakkan perekonomian berbasis digital. Selain itu, karena generasi ini memanfaatkan teknologi untuk menunjang kegiatan sehari-harinya, secara tidak langsung juga mendorong setiap perusahaan



untuk selalu berinovasi dalam meningkatkan layanan contohnya adalah pengembangan *user interface* agar dapat menguasai pasar Generasi Z lebih luas.

Table 1.1

Penelitian Terdahulu

Variabel Independen	Variabel Dependen	Hasil	Sumber
- Kualitas Pelayanan - Kepuasan Pelanggan - User Interface	Loyalitas Pelanggan	Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan <i>User Interface</i> memiliki dampak positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna aplikasi Shopee.	Oktavianus et al, (2023)
User Interface	Loyalitas Pelanggan	Terdapat hubungan positif signifikan antara fitur UI yang intuitif serta mudah digunakan dengan tingkat loyalitas pelanggan.	Septanto et al, (2024)
- Digital Transformation - User Experience - User Interface	Loyalitas Pelanggan	Transformasi digital, <i>User Experience</i> , dan <i>User Interface</i> , memiliki efek positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.	Sudirjo et al, (2024)
- Customer Interface Quality - Customer Satisfaction - Switching Cost	Loyalitas Pelanggan	Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa: <i>Customer Interface Quality</i> memiliki dampak positif signifikan terhadap <i>E-Loyalty</i> <i>Customer Satisfaction</i> sebagai variabel mediasi memberikan dampak positif signifikan terhadap <i>E-Loyalty</i>. <i>Switching Cost</i> tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap <i>E-Loyalty</i>	Diana dan Mulia, (2020)
- Perceived User Interface Quality - Perceived Information Quality - Perceived Security - Perceived Privacy - E-Customer Satisfaction - E-Customer Trust	Loyalitas Pelanggan	Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa <i>Perceived User Interface Quality</i> , <i>Perceived Information Quality</i> , <i>Perceived Security</i> , dan <i>Perceived Privacy</i> memiliki efek yang signifikan terhadap <i>E-Customer Satisfaction</i> dan <i>E-Trust</i> . Selain itu, <i>E-Customer Satisfaction</i> dan <i>E-Trust</i> yang merupakan variabel mediasi memiliki efek mediasi yang signifikan kepada <i>E-Customer Loyalty</i> .	Misra dan Pandey, (2024)



Penelitian mengenai pengaruh kualitas *user interface* terhadap loyalitas pelanggan, khususnya pada Generasi Z masih belum banyak diteliti (Tabel 1.1). Oleh karena itu, permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas *user interface* terhadap loyalitas pelanggan pada kalangan Generasi Z dan masalah penelitian adalah pengaruh kualitas *user interface* terhadap loyalitas pelanggan konsumen Generasi Z pada aplikasi Gojek.

B. Identifikasi Masalah

User Interface (UI) adalah suatu sistem yang dapat menghubungkan antara pengguna dan aplikasi. UI tidaklah hanya tentang bentuk ataupun elemen warna yang terdapat dalam aplikasi, melainkan juga terdapat *tools* atau alat yang dapat memudahkan pengguna dalam mengakses dan mengoperasikan aplikasi sesuai dengan kebutuhannya (A. S. Wahyuni & Dewi, 2018:3).

Menurut Zamri & Al Subhi (2015), terdapat sepuluh elemen penting yang dapat digunakan untuk menjadi pedoman dalam pengembangan *User Interface* yakni: *Connectivity, Simplicity, Directional, Informative, Interactivity, User Friendliness, Comprehensiveness, Continuity, Personalization, Internal*.

Maka dari itu, berdasarkan teori serta indikator pengukuran yang telah dijabarkan, perumusan identifikasi masalah dapat disusun sebagai berikut ini:

1. Bagaimana pengaruh *connectivity* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek?
2. Bagaimana pengaruh *simplicity* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek?



3. Bagaimana pengaruh *directional* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek?
4. Bagaimana pengaruh *informative* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek?
5. Bagaimana pengaruh *interactivity* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek?
6. Bagaimana pengaruh *user friendliness* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek?
7. Bagaimana pengaruh *comprehensiveness* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek?
8. Bagaimana pengaruh *continuity* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek?
9. Bagaimana pengaruh *personalization* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek?
10. Bagaimana pengaruh *internal* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek?

C. Batasan Penelitian

Batasan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Objek penelitian adalah aplikasi Gojek
2. Subjek penelitian adalah pengguna aplikasi Gojek Generasi Z yang telah menggunakan aplikasi Gojek selama minimal 6 bulan terakhir.
3. Pengumpulan data, dilakukan dari bulan Desember hingga Januari.



D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *connectivity* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek.
2. Untuk mengetahui pengaruh *simplicity* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek.
3. Untuk mengetahui pengaruh *directional* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek.
4. Untuk mengetahui pengaruh *informative* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek.
5. Untuk mengetahui pengaruh *interactivity* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek.
6. Untuk mengetahui pengaruh *user friendliness* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek.
7. Untuk mengetahui pengaruh *comprehensiveness* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek.
8. Untuk mengetahui pengaruh *continuity* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek.
9. Untuk mengetahui pengaruh *personalization* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek.
10. Untuk mengetahui pengaruh *internal* terhadap loyalitas pelanggan Generasi Z pada aplikasi Gojek.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Kalangan Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengalaman, wawasan, dan pengetahuan, sekaligus meningkatkan kemampuan analisis serta pola pikir sistematis. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk membandingkan berbagai teori yang telah dipelajari selama perkuliahan terhadap relevansi penerapannya di lapangan, terutama dalam konteks variabel Kualitas *User Interface* pada Generasi Z.

2. Bagi Pembaca

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat serta menjadi referensi bagi pembaca dalam memahami aspek Kualitas *User Interface* terhadap Loyalitas Pelanggan.

3. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap bahwa studi ini dapat memberikan gambaran bagi perusahaan tentang:

- Persepsi kualitas *user interface* Gojek menurut Generasi Z.
- Loyalitas Generasi Z terhadap aplikasi Gojek.
- Pengaruh kualitas *user interface* terhadap loyalitas berbasis niat penggunaan berulang Generasi Z pada aplikasi Gojek.