

# Analisis Kualitas Layanan Terhadap Loyalty Behavior ada Aplikasi SRIBU Menggunakan Metode E-Servqual

Faiz Rizki Saputra<sup>1</sup>, Bayu Waspodo<sup>2</sup>, Evy Nurmiati<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Sistem Informasi, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Indonesia

Email: <sup>1</sup>faizrizky456@gmail.com, <sup>2</sup>bayu.waspodo@uinjkt.ac.id, <sup>3</sup>evy.nurmiati@uinjkt.ac.id

## ABSTRAK

Fenomena rendahnya *rating* aplikasi dan adanya keluhan teknis pada Google Play Store menjadi latar belakang utama penelitian ini untuk mengevaluasi sejauh mana dimensi kualitas layanan mampu mempertahankan basis pengguna. Metode yang digunakan adalah *E-SERVQUAL* yang mencakup tujuh dimensi yaitu *Efficiency*, *System Availability*, *Fulfillment*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Contact*, dan *Compensation*. Data dikumpulkan melalui kuesioner dari 405 responden pengguna aplikasi SRIBU Mobile dan dianalisis menggunakan pendekatan *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* melalui perangkat lunak SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan secara agregat dinilai baik dengan nilai rata-rata 1,0379. Hasil pengujian hipotesis mengonfirmasi bahwa dimensi *Efficiency*, *System Availability*, *Fulfillment*, *Privacy*, *Responsiveness*, dan *Contact* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna. Selanjutnya, kepuasan pengguna terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan yang sangat kuat terhadap *loyalty behavior* dengan nilai *path coefficient* sebesar 0,875. Namun, dimensi *Compensation* ditemukan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Selain itu, dimensi *Contact* dan *Compensation* menunjukkan nilai kesenjangan negatif, yang mengindikasikan adanya aspek layanan yang belum memenuhi ekspektasi pengguna. Penelitian ini merekomendasikan PT SRIBU Digital Kreatif untuk memprioritaskan perbaikan pada saluran dukungan pelanggan dan kebijakan kompensasi guna meminimalkan kegagalan layanan dan memperkuat loyalitas pengguna di tengah persaingan ekonomi digital yang ketat.

**Kata Kunci:** Aplikasi Mobile, *E-servqual*, Kualitas Layanan, Loyalty Behavior, SRIBU

## ABSTRACT

The phenomenon of low app ratings and technical complaints on the Google Play Store became the background of this main research to expand which service quality dimensions are able to maintain the user base. The method used is *E-SERVQUAL* which includes seven dimensions: *Efficiency*, *System Availability*, *Fulfillment*, *Privacy*, *Responsiveness*, *Contact*, and *Compensation*. Data were collected through questionnaires from 405 respondents who use the SRIBU Mobile application and analyzed using the *Partial Least Square-Structural Equation Modeling* approach through SmartPLS software. The results showed that the aggregate service quality was assessed as good with an average value of 1.0379. The results of hypothesis testing confirmed that the dimensions of *Efficiency*, *System Availability*, *Fulfillment*, *Privacy*, *Responsiveness*, and *Contact* have a significant effect on user satisfaction. Furthermore, user satisfaction was proven to have a very strong positive and significant influence on loyalty behavior with a path coefficient value of 0.875. However, the *Compensation* dimension was found to have no significant influence on satisfaction. In addition, the *Contact* and *Compensation* dimensions showed poor values indicating that there are aspects of the service that have not met user expectations. This study recommends that PT SRIBU Digital Kreatif prioritize improvements to customer support channels and compensation policies to minimize service failures and strengthen user loyalty amidst intense digital economic competition.

**Keywords:** Mobile Application, *E-servqual*, Service Quality, Loyalty Behavior, SRIBU

## Penulis Korespondensi:

Faiz Rizki Saputra

Email: faizrizky456@gmail.com

## Article Info

Diterima: 26 Januari 2026

Direvisi: 31 Januari 2026

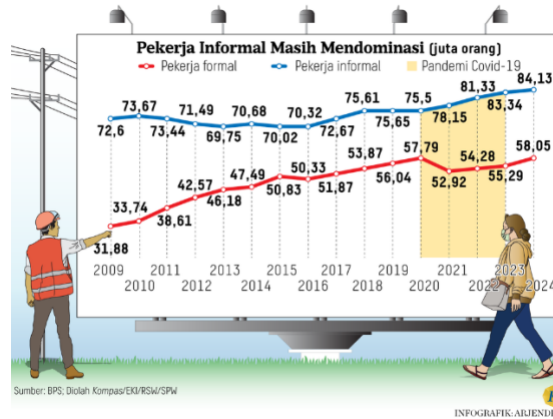
Disetujui: 9 Maret 2026

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



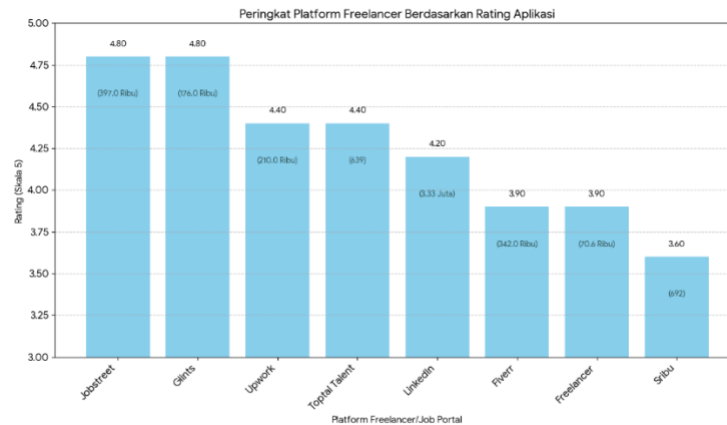
## 1. PENDAHULUAN

Latar Belakang Ekonomi global saat ini tengah mengalami transformasi struktural yang signifikan akibat perluasan ekonomi digital dan industri kreatif [1]. Fenomena ini melahirkan sistem ekonomi baru yang dikenal sebagai *gig economy*, di mana model kerja lepas (*freelancing*) dan *crowdsourcing* menjadi pilar utama dalam menghubungkan penyedia layanan dengan konsumen secara global. Pada Gambar 1 di Indonesia, data Badan Pusat Statistik (BPS) per Februari 2024 menunjukkan dominasi pekerja informal yang mencapai angka proyeksi 84,13 juta orang, melampaui jumlah pekerja formal. Pertumbuhan ini didorong oleh fleksibilitas yang ditawarkan oleh platform digital dalam memfasilitasi monetisasi kreativitas secara efisien.



Gambar 1. Data pekerja informal dan formal di Indonesia 2024

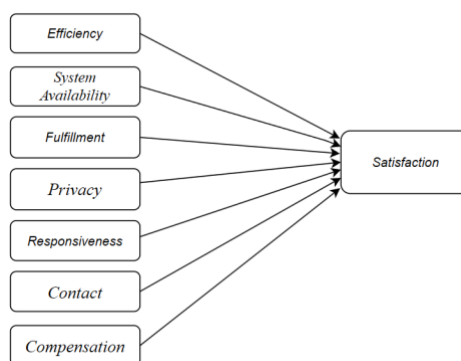
Pernyataan Masalah Meskipun ekosistem digital berkembang pesat, keberlanjutan platform *freelance* sangat bergantung pada loyalitas pengguna yang dipicu oleh kualitas layanan. SRIBU, sebagai pelopor platform *crowdsourcing* desain di Indonesia sejak 2013, kini menghadapi tantangan kompetitif yang serius [2]. Pada Gambar 2 data Google Play Store per Juni 2025 menunjukkan SRIBU hanya memiliki rating 3,6 dengan jumlah ulasan yang jauh tertinggal dibandingkan platform global seperti Fiverr (3,9) atau LinkedIn. Analisis ulasan pengguna mengungkap adanya defisiensi pada layanan digital, mulai dari masalah teknis seperti *force close* dan bug notifikasi, hingga kendala operasional seperti proses verifikasi yang lambat dan ketidakkonsistenan fitur pendaftaran. Ketidakpuasan ini berisiko tinggi meningkatkan *churn rate* dan menghambat pembentukan perilaku loyalitas pengguna.



Gambar 2. Peringkat Platform *Freelancer* Berdasarkan Rating

Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) memiliki kaitan erat dengan kepuasan dan loyalitas di berbagai sektor digital. Secara teoretis, model *E-SERVQUAL* yang dikembangkan oleh [3] merupakan instrumen komprehensif untuk mengukur kualitas layanan melalui tujuh dimensi utama *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *contact*, dan *compensation*. Penggunaan metode ini telah banyak diaplikasikan pada platform *e-commerce* dan perbankan digital, namun masih terbatas pada konteks platform *crowdsourcing* kreatif di Indonesia.

Literatur Terkait Penelitian terdahulu telah membuktikan bahwa dimensi kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas. Penggunaan metode *E-SERVQUAL* pada Gambar 3 telah diaplikasikan pada berbagai platform seperti Tokopedia untuk mengukur efisiensi [4], Netflix untuk ketersediaan sistem [5], hingga aplikasi perbankan seperti BRImo untuk dimensi responsivitas [6]. Secara teoretis, kepuasan pengguna dalam kerangka *E-Servqual* tercipta apabila pengalaman aktual pengguna mampu memenuhi atau melampaui harapan mereka terhadap tujuh dimensi utama *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *contact*, dan *compensation* [3].



Gambar 3. Model E-Servqual

Penelitian ini mengusulkan analisis komprehensif menggunakan metode E-Servqual. Studi ini secara sistematis mengevaluasi kontribusi ketujuh dimensi kualitas layanan elektronik terhadap *loyalty behavior* pengguna aplikasi SRIBU Mobile. Pendekatan berbasis teori ini digunakan untuk memberikan rekomendasi perbaikan strategis yang terukur bagi pengembangan sistem, menggantikan pengambilan keputusan yang selama ini cenderung bersifat intuitif atau informal.

Nilai baru dari penelitian ini terletak pada analisis mendalam terhadap platform *crowdsourcing* lokal pertama di Indonesia dalam konteks *gig economy* yang spesifik. Berbeda dengan studi umum, penelitian ini mengintegrasikan keluhan pengguna dari data *real-time* (ulasan aplikasi dan wawancara) dengan model akademik terstruktur untuk memetakan titik kegagalan layanan yang berdampak langsung pada stabilitas ekonomi para *freelancer*. Inovasi penelitian ini memberikan advokasi ilmiah bagi talenta kreatif lokal agar platform yang mereka gunakan dapat berkembang menjadi ekosistem yang lebih adaptif, kompetitif, dan mampu mempertahankan basis pengguna di tengah persaingan ekonomi digital yang ketat.

## 2. LANDASAN TEORI

### 2.1. Analisis

Menurut [7] pengertian analisis adalah kegiatan berpikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga dapat mengenal tanda-tanda komponen, hubungannya satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam satu keseluruhan yang terpadu. Analisis data dapat dilakukan dengan beragam metode dan perangkat, yang disesuaikan dengan jenis data yang dikumpulkan. Untuk data kuantitatif, metode yang umum digunakan meliputi analisis statistik misalnya, statistika deskriptif, inferensial, regresi, atau korelasi untuk mengidentifikasi hubungan numerik dan signifikansi.

### 2.2. Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan konsep fundamental yang merujuk pada kapabilitas organisasi dalam upaya memenuhi dan melampaui kebutuhan serta keinginan konsumen, yang diwujudkan melalui penyampaian layanan secara akurat dan konsisten untuk memenuhi ekspektasi pengguna [8]. Secara operasional, kualitas layanan dapat diukur melalui pendekatan komparatif, yaitu dengan membandingkan persepsi aktual konsumen terhadap atribut-atribut layanan yang telah mereka terima dengan ekspektasi ideal yang mereka harapkan dari penyedia layanan tersebut.

### 2.3. Loyalty Behavior

*Loyalty Behavior* adalah kecenderungan terukur dari konsumen untuk secara berkelanjutan menggunakan produk atau layanan tertentu, sebuah tindakan yang memiliki dampak langsung pada penjualan dan keberlanjutan bisnis [9]. Konsep ini lebih menekankan pada aspek perilaku (*behavioral*) daripada sikap (*attitudinal*), di mana loyalitas termanifestasi melalui tindakan nyata seperti pembelian berulang atau penggunaan layanan secara rutin [10].

### 2.4. Crowdsourcing

*Crowdsourcing* didefinisikan oleh [11] sebagai praktik strategis untuk memperoleh layanan, ide, konten, atau solusi spesifik dari kumpulan individu yang tidak terbatas atau kerumunan, yang umumnya dilakukan melalui panggilan terbuka dan *platform digital*, sebagai alternatif dari keterlibatan karyawan internal atau kontraktor tradisional. Istilah ini pertama kali dikemukakan oleh Jeff Howe pada tahun 2006, merupakan gabungan dari leksikon *crowd* dan *outsourcing*, secara harfiah menggambarkan pemanfaatan kapabilitas kolektif dari kerumunan untuk menyelesaikan tugas-tugas tertentu.

### 2.5. E-Servqual

Model E-Servqual adalah sebuah kerangka pengukuran kualitas layanan yang dikembangkan secara spesifik untuk lingkungan daring, dengan akar teoritis yang kuat dari model SERVQUAL tradisional. Evolusi model ini bermula dari karya [3] pada tahun 1980-an yang memperkenalkan SERVQUAL untuk mengukur kualitas layanan dalam konteks interaksi tatap muka konvensional. Namun, menurut [12] seiring dengan percepatan pertumbuhan internet, *e-commerce*, dan diversifikasi layanan digital, para peneliti menyadari adanya karakteristik unik pada kualitas layanan daring yang tidak sepenuhnya dapat diakomodasi oleh model SERVQUAL tradisional.

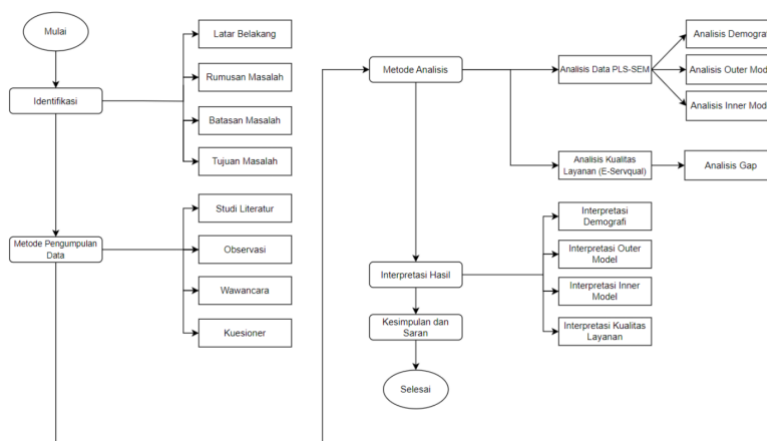
### 2.6. Penelitian Terdahulu

Table 1. Studi Terdahulu

No	Judul	Nama	Variabel	Hasil
1	Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pada Gen-Z Kota Palu)	[13]	<i>Efficiency, Fulfilment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation, Contact</i>	Hasil analisis menunjukkan bahwa peningkatan kualitas layanan elektronik yang diberikan oleh Shopee secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya memperkuat loyalitas mereka terhadap merek. Temuan ini menegaskan pentingnya perusahaan untuk terus mengoptimalkan e-service quality guna meningkatkan pengalaman berbelanja pelanggan, terutama di kalangan Gen-Z di Kota Palu
2	Pengaruh Kualitas E-service Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Shopee Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Surabaya	[14]	<i>Efficiency, Fulfilment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation, Contact</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan yang dimiliki konsumen Shopee terhadap aplikasi berbelanja ini sudah cukup tinggi. Kepuasan ini tumbuh karena kemampuan Shopee untuk memberikan fitur-fitur berbelanja yang mudah dipahami oleh konsumennya baik itu datanya hingga keamanan saat bertransaksi. Dengan kepuasan yang tinggi maka hal ini akan sejalan dengan citra perusahaan Shopee yang baik dimata konsumennya. Citra perusahaan yang baik sangat penting bagi suatu perusahaan karena dengan citra yang baik menandakan bahwa suatu perusahaan tersebut mampu memberikan layanan yang memuaskan konsumennya serta kinerjanya yang baik.
3	Pengaruh Kepuasan Nasabah Dan E-Service Quality Terhadap Loyalitas Nasabah Pengguna M-Banking Bca	[15]	<i>Efficiency, Fulfilment, System Availability, Privacy, Responsiveness, Compensation, Contact</i>	Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah dan e-servqual secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah pengguna m-banking BCA. Semakin baik kepuasan & e-servqual yang dirasakan nasabah dalam menggunakan m-banking BCA maka semakin meningkat loyalitas nasabah terhadap bank BCA. Dalam penelitian ini diharapkan bank BCA dapat menjaga tingkat kepuasan nasabah dan e-servqual yang baik agar loyalitas nasabah tetap terjaga dan juga diharapkan adanya peningkatan layanan call center yang baik dari bank BCA dalam menanggapi keluhan-keluhan yang disampaikan nasabah apabila terjadi kendala.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatori untuk menguji hubungan sebab-akibat antara variabel dimensi *E-SERVQUAL* (independen) terhadap kepuasan pengguna dan *loyalty behavior* (dependen). Penelitian dilakukan secara terstruktur melalui serangkaian tahapan yang dimulai dari studi literatur, observasi ulasan publik pada Google Play Store, hingga wawancara mendalam dengan pihak manajemen SRIBU untuk mendapatkan pemahaman kontekstual dari sisi penyedia layanan.



Gambar 4. Tahapan Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan kausalitas antar variabel penelitian. Tahapan penelitian dimulai dengan identifikasi masalah melalui observasi ulasan pengguna pada Google Play Store dan wawancara dengan manajemen platform SRIBU untuk memahami fenomena kualitas layanan secara mendalam. Populasi dalam studi ini mencakup seluruh pengguna aplikasi SRIBU Mobile, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring yang menggunakan skala Likert untuk mengukur persepsi responden terhadap tujuh dimensi *E-Servqual* yang meliputi *efficiency*, *system availability*, *fulfillment*, *privacy*, *responsiveness*, *contact*, dan *compensation*.

Tabel 2 Daftar Pertanyaan Pemilik Usaha

No	Pertanyaan
1	Kenapa SRIBU membuat aplikasi mobile?
2	Apakah ada data internal untuk mengukur kepuasan pengguna?
3	Bagaimana SRIBU mengidentifikasi masalah teknis yang dialami pengguna?
4	Apakah pernah terjadi down server?
5	Bagaimana SRIBU menjaga privasi pengguna?
6	Apakah ada kasus kerugian pengguna karena aplikasi SRIBU?
7	Saluran komunikasi apa yang disediakan untuk pengguna?
8	Apakah ada tim khusus untuk menangani keluhan user?

Selain wawancara, peneliti juga menyebarkan kuesioner langsung terhadap para pengguna aplikasi SRIBU. Kuesioner ini dirancang sebagai serangkaian pertanyaan tertulis yang terstruktur, yang kemudian disebarkan kepada seluruh pengguna aplikasi SRIBU di Indonesia untuk diisi sesuai dengan petunjuk yang diberikan. Populasi mencakup seluruh pengguna aplikasi SRIBU Mobile. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive Sampling*, di mana responden dipilih berdasarkan kriteria pengalaman penggunaan aplikasi dalam kurun waktu tertentu.

Tujuan utama dari metode ini adalah untuk mengumpulkan data empiris mengenai tingkat kepuasan pengguna aplikasi SRIBU Mobile terhadap loyalty behavior. Hasil dari tahapan ini berupa data pengguna yang akan diproses lebih lanjut, mencakup data demografi responden dan data hasil dari persepsi serta harapan mereka terhadap kualitas layanan aplikasi.

Tabel 3 Daftar Pertanyaan Kuesioner

Variabel	Kode	Indikator
<i>Efficiency</i>	EF1	Kemudahan Mengakses Aplikasi
	EF2	Kecepatan Mengakses Aplikasi
	EF3	Kemudahan Penggunaan Aplikasi
<i>System Availability</i>	SA1	Keandalan Server Selama Lalu Lintas Tinggi
	SA2	Ketersediaan Fitur Utama
	SA3	Kecepatan Pemulihan Setelah Gangguan
	SA4	Keamanan Sistem yang Andal
<i>Fulfillment</i>	FL1	Kecepatan & Ketepatan Informasi Produk
	FL2	Produk Sesuai Dengan Harapan
	FL3	Ketepatan Janji
<i>Privacy</i>	PR1	Perlindungan Data Pribadi
	PR2	Keamanan Transaksi
	PR3	Pencegahan Penipuan
<i>Responsiveness</i>	RP1	Ketepatan Penanganan Masalah
	RP2	Ketanggapan Penanganan Masalah
	RP3	Kemampuan untuk Menyediakan Solusi
<i>Contact</i>	CT1	Kemudahan Akses Kontak
	CT2	Kualitas Interaksi
	CT3	Waktu Respons
<i>Compensation</i>	CP1	Kompensasi atas masalah
	CP2	Kompensasi adil
<i>Kepuasan</i>	KP1	Kepuasan Terhadap Aplikasi
	KP2	Pengalaman Aplikasi
	KP3	Kinerja Aplikasi
	KP4	Bermanfaat Bagi Pengguna
<i>Loyalty Behavior</i>	LB1	Ulasan Positif
	LB2	Rekomendasi Teman
	LB3	Lanjutkan Pembelian

Selanjutnya data yang terkumpul diolah melalui dua pendekatan analisis utama yaitu analisis data pls-sem & analisis kualitas layanan. Analisis data pls-sem mencakup analisis demografi responden, pengujian *Outer Model* untuk validitas instrumen, dan pengujian *Inner Model* untuk membuktikan hubungan kausalitas antara kualitas layanan terhadap loyalitas pengguna. Analisis kualitas layanan (*E-Servqual*) mencakup analisis gap dengan membandingkan nilai persepsi dan harapan pada tujuh dimensi *E-Servqual* untuk mengidentifikasi indikator layanan yang memerlukan perbaikan mendesak. Penggunaan pls-sem bertujuan untuk melihat "pengaruh" secara statistik, sedangkan analisis gap bertujuan untuk melihat "kualitas layanan secara nyata" berdasarkan ekspektasi pengguna.

Data hasil akan dimulai dengan analisis demografi responden untuk memberikan gambaran profil peserta penelitian. Selanjutnya, analisis statistik kuantitatif akan disajikan, mencakup hasil pengukuran tingkat kepuasan pengguna terhadap

kualitas fungsional sistem. Penelitian ini juga akan menyajikan hasil dari analisis *outer* model, analisis *inner* model dan analisis gap. Temuan dari ketiga analisis ini akan dievaluasi dengan cermat melalui perbandingan dan pertimbangan terhadap literatur ilmiah terkait, sehingga dapat memberikan pemahaman yang kuat dan terpercaya mengenai hubungan antarvariabel.

Rekomendasi dan saran penelitian akan disusun berdasarkan kesimpulan yang ditarik dari hasil analisis data. Temuan ini akan menjadi referensi utama bagi studi mendatang. Saran spesifik untuk penelitian selanjutnya juga akan diberikan, ditujukan bagi peneliti yang tertarik pada bidang serupa, dengan harapan agar mereka dapat mempertimbangkan, mengevaluasi, dan menyempurnakan aspek-aspek yang belum tercakup dalam penelitian ini. Rekomendasi yang akan disajikan mencakup hasil dan interpretasi dari analisis *outer model*, *inner model* dan analisis gap serta prioritas perbaikan dan pengembangan yang teridentifikasi

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1. Karakteristik Responden

Pengumpulan data yang dilakukan selama 16 hari (5–21 November 2025) berhasil menjangkit 405 responden pengguna aplikasi SRIBU Mobile. Analisis demografis menunjukkan mayoritas responden adalah laki-laki (62,2%) dengan kelompok usia dominan antara 23–27 tahun (45,2%). Dari sisi pekerjaan, pengguna inti platform adalah pekerja lepas/*freelancer* (54,8%). Menariknya, 52,8% responden merupakan pengguna baru dengan durasi penggunaan 1–4 bulan, yang mengindikasikan bahwa persepsi kualitas layanan dibentuk pada fase adaptasi aplikasi yang relatif baru diluncurkan pada tahun 2024.

Tabel 4 Analisis Demografi

No	Kategori	Hasil	Presentase
1	Jenis kelamin	Laki-laki	62,2%
2	Usia	23–27 tahun	45,2%
3	Pekerjaan	<i>freelancer</i>	54,8%
4	Sudah berapa lama menggunakan aplikasi SRIBU Mobile?	1–4 bulan	52,8%
5	Sudah berapa lama menggunakan internet?	<10 Tahun	70,6%
6	Seberapa sering membuka aplikasi dan melakukan transaksi menggunakan aplikasi SRIBU Mobile?	Jarang	43,5%
7	Sebagai apa kamu menggunakan aplikasi SRIBU Mobile	<i>Freelancer</i>	65,7%

##### 4.2. Outer Model

Validitas dan reliabilitas instrumen diuji melalui empat tahap. Seluruh indikator memiliki nilai *outer loading* di atas 0,5. Uji reliabilitas menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* (CR) seluruh variabel melebihi ambang batas 0,7. Validitas konvergen terpenuhi dengan nilai *Average Variance Extracted* (AVE) di atas 0,5 untuk semua konstruk. Terakhir, uji *discriminant validity* melalui kriteria *Fornell-Larcker* mengonfirmasi bahwa setiap konstruk memiliki korelasi terkuat dengan variabelnya sendiri dibandingkan dengan variabel lain.

Tabel 5 Outer Model

Variabel	IND	OL	Cross Loading								SA	CA	CR	AVE	FL
			CP	CT	EF	FL	KP	LB	PR	RP					
Compensation	CP1	0.937	0.937	0.720	0.365	0.489	0.580	0.527	0.607	0.608	0.600	0.870	0.939	0.885	0.941
	CP2	0.944	0.944	0.748	0.483	0.550	0.615	0.584	0.677	0.727	0.677				
Contact	CT1	0.946	0.718	0.946	0.710	0.846	0.730	0.700	0.872	0.876	0.815	0.889	0.931	0.818	0.926
	CT2	0.859	0.637	0.859	0.617	0.762	0.573	0.499	0.789	0.782	0.593				
Efficiency	CT3	0.906	0.752	0.906	0.602	0.638	0.747	0.704	0.789	0.849	0.701	0.854	0.911	0.773	0.879
	EF1	0.887	0.285	0.501	0.887	0.668	0.573	0.476	0.522	0.536	0.547				
Fulfillment	EF2	0.887	0.387	0.646	0.887	0.774	0.634	0.503	0.609	0.690	0.644	0.899	0.937	0.832	0.912
	EF3	0.864	0.514	0.718	0.864	0.665	0.624	0.607	0.625	0.679	0.601				
Kepuasan	FL1	0.911	0.506	0.732	0.745	0.911	0.532	0.485	0.762	0.721	0.661	0.892	0.925	0.756	0.875
	FL2	0.934	0.478	0.753	0.699	0.934	0.545	0.466	0.776	0.737	0.610				
Kepuasan	FL3	0.890	0.524	0.763	0.741	0.890	0.638	0.511	0.748	0.731	0.676	0.892	0.925	0.756	0.875
	KP1	0.858	0.479	0.589	0.669	0.534	0.858	0.786	0.516	0.598	0.599				
Kepuasan	KP2	0.899	0.672	0.737	0.578	0.599	0.899	0.759	0.617	0.635	0.730	0.892	0.925	0.756	0.875
	KP3	0.881	0.540	0.661	0.662	0.603	0.881	0.722	0.516	0.619	0.601				
Kepuasan	KP4	0.840	0.513	0.663	0.513	0.461	0.840	0.777	0.595	0.545	0.698	0.892	0.925	0.756	0.875

Tabel 6 Outer Model

Variabel	IND	OL	Cross Loading								SA	CA	CR	AVE	FL
			CP	CT	EF	FL	KP	LB	PR	RP					
Loyalty Behavior	LB1	0.915	0.478	0.687	0.555	0.502	0.818	0.915	0.582	0.613	0.666	0.898	0.936	0.830	0.911
	LB2	0.945	0.593	0.714	0.532	0.546	0.845	0.945	0.608	0.639	0.666				
Privacy	LB3	0.873	0.548	0.531	0.566	0.411	0.723	0.873	0.444	0.518	0.522	0.792	0.878	0.706	0.868
	PR1	0.761	0.506	0.610	0.596	0.619	0.454	0.360	0.761	0.633	0.629				

	<b>PR2</b>	0.900	0.630	0.839	0.555	0.783	0.647	0.615	0.900	0.747	0.767				
	<b>PR3</b>	0.854	0.577	0.806	0.550	0.689	0.502	0.507	0.854	0.809	0.601				
	<b>RP1</b>	0.925	0.640	0.823	0.692	0.750	0.620	0.621	0.743	0.925	0.696				
Responsiveness	<b>RP2</b>	0.927	0.628	0.856	0.658	0.775	0.634	0.597	0.846	0.927	0.663	0.928	0.954	0.874	0.935
	<b>RP3</b>	0.952	0.722	0.913	0.685	0.725	0.677	0.606	0.842	0.952	0.755				
System Availability	<b>SA1</b>	0.808	0.635	0.644	0.615	0.548	0.695	0.596	0.610	0.582	0.808				
	<b>SA2</b>	0.758	0.509	0.648	0.462	0.576	0.525	0.429	0.714	0.634	0.758				
	<b>SA3</b>	0.887	0.580	0.687	0.645	0.605	0.683	0.641	0.636	0.678	0.887	0.829	0.885	0.660	0.812
	<b>SA4</b>	0.790	0.462	0.564	0.454	0.604	0.523	0.519	0.666	0.561	0.790				

### 4.3. Inner Model

Analisis Model Struktural (*Inner Model*) bertujuan untuk mengevaluasi faktor-faktor yang terlibat dalam penelitian bersama dengan hubungan yang dihipotesiskan antar variabel laten. Proses ini dilaksanakan melalui enam tahapan pengujian yang komprehensif. Pengujian signifikansi hubungan kausal dilakukan melalui analisis  $\beta$  (*path coefficient*),  $R^2$  (*coefficient of determination*), *t-test* atau *t-statistic* menggunakan metode bootstrapping.

Selain itu, kekuatan eksplanatori dan kemampuan prediktif model dinilai melalui pengujian  $f^2$  (*effect size*),  $Q^2$  (*predictive relevance*), dan  $q^2$  (*relative impact*) diuji menggunakan metode blindfolding atau PLSpredict [16]. Keenam tahapan pengujian ini secara kolektif memberikan dasar empiris yang kuat untuk menginterpretasikan hubungan antar variabel dan memvalidasi hipotesis yang diajukan dalam penelitian.

Pengujian hipotesis dilakukan melalui metode bootstrapping untuk melihat pengaruh antar variabel sebagaimana terangkum dalam tabel berikut:

Tabel 7 Inner Model

Hx	Jalur	$\beta$	T	P	$R^2$	$Q^2$
H1	EF → KP	0.330	5.869	0.000	0.722	0.714
H2	SA → KP	0.428	9.999	0.000	0.722	0.714
H3	FL → KP	-0.153	3.095	0.002	0.722	0.714
H4	PR → KP	-0.363	6.835	0.000	0.722	0.714
H5	RP → KP	-0.234	3.159	0.002	0.722	0.714
H6	CT → KP	0.822	7.466	0.000	0.722	0.714
H7	CP → KP	0.053	1.209	0.227	0.722	0.714
H8	KP → LB	0.875	70.249	0.000	0.766	0.585

Tabel 8 Inner Model

$f^2$		$q^2$				Analisis					
$R^2$ -in	$R^2$ -ex	$f^2$	$Q^2$ -in	$Q^2$ -ex	$q^2$	$\beta$	T	$R^2$	$f^2$	$Q^2$	$q^2$
0.722	0.691	0.112	0.714	0.684	0.105	S	A	Baik	K	PR	K
0.722	0.669	0.191	0.714	0.661	0.185	S	A	Baik	M	PR	M
0.722	0.717	0.018	0.714	0.710	0.014	S	A	Baik	K	PR	K
0.722	0.704	0.065	0.714	0.697	0.059	S	A	Baik	K	PR	K
0.722	0.714	0.029	0.714	0.708	0.021	S	A	Baik	K	PR	K
0.722	0.668	0.194	0.714	0.661	0.185	S	A	Baik	M	PR	M
0.722	0.721	0.004	0.714	0.714	0	IS	R	Baik	K	PR	K
0.766	0.609	0.670	0.585	0.596	-0.011	S	A	Baik	B	PR	K

Analisis *Coefficient of Determination* ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan mampu menjelaskan 72,2% variasi Kepuasan Pengguna, sementara Kepuasan mampu menjelaskan 76,6% variasi *Loyalty Behavior*.

### 4.3. Analisis Kualitas Layanan (*Gap Analysis*)

*Gap analysis* digunakan untuk membandingkan antara persepsi dan harapan pengguna. Secara agregat, nilai kualitas pelayanan ( $Q$ ) adalah 1,038 ( $>1$ ), yang berarti layanan SRIBU Mobile secara umum telah memenuhi standar pengguna. Namun, terdapat 5 indikator yang memiliki kesenjangan negatif, yaitu pada variabel *Contact* (CT1, CT2, CT3) dan *Compensation* (CP1, CP2). Hal ini mengindikasikan bahwa saluran komunikasi dan sistem ganti rugi belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pengguna.

Tabel 9 Gap Analysis

No	Variabel	Importance/I	Performance/P	Gap	$Q=P/I$
1	Efficiency	3.91	4.17	0.26	1.0665
2	System Availability	3.67	4.09	0.42	1.1144
3	Fulfillment	3.86	4.06	0.20	1.0518
4	Privacy	3.66	3.99	0.33	1.0902

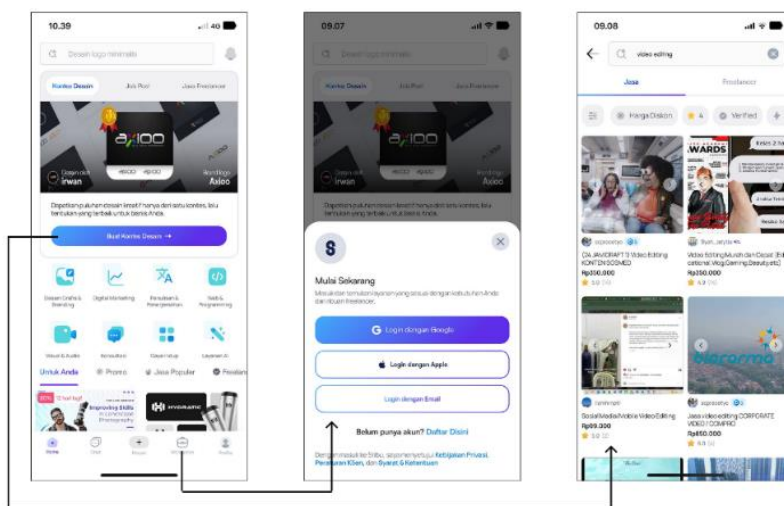
5	<i>Responsiveness</i>	3.80	4.10	0.30	1.0789
6	<i>Contact</i>	4.03	3.79	-0.24	0.9404
7	<i>Compensation</i>	4.00	3.75	-0.25	0.9375
	Mean	3.847	3.993	0.146	1.0379

Temuan ini secara konsisten selaras dengan kerangka teoretis *service quality* yang dikembangkan oleh [3]. Teori ini menegaskan bahwa meskipun hasil *gap analysis* secara agregat menunjukkan nilai positif mengindikasikan kinerja layanan yang baik secara keseluruhan perbaikan yang terfokus tetap mutlak diperlukan pada aspek-aspek yang mencatat kesenjangan negatif. Hal ini krusial untuk meningkatkan kepuasan pengguna secara holistik dan mencegah titik kegagalan layanan. Dalam konteks aplikasi SRIBU Mobile, disarankan untuk memprioritaskan peningkatan kualitas layanan pada dimensi *Compensation* dan *Contact*. Fokus pada perbaikan ini bertujuan untuk memastikan keadilan dan ketepatan dalam penanganan masalah yang berujung pada kerugian pengguna dan memastikan saluran komunikasi dapat dihubungi secara efektif, profesional, dan responsif saat pengguna mengalami permasalahan. Lebih lanjut, disarankan untuk melakukan penelitian eksplorasi tambahan guna mengidentifikasi akar penyebab spesifik yang melatarbelakangi terbentuknya kesenjangan negatif pada dimensi-dimensi tersebut. Pengetahuan mendalam ini akan memungkinkan perancangan strategi perbaikan yang efektif, terarah, dan berbasis bukti.

#### 4.4. Hasil Visualisasi Dashboard

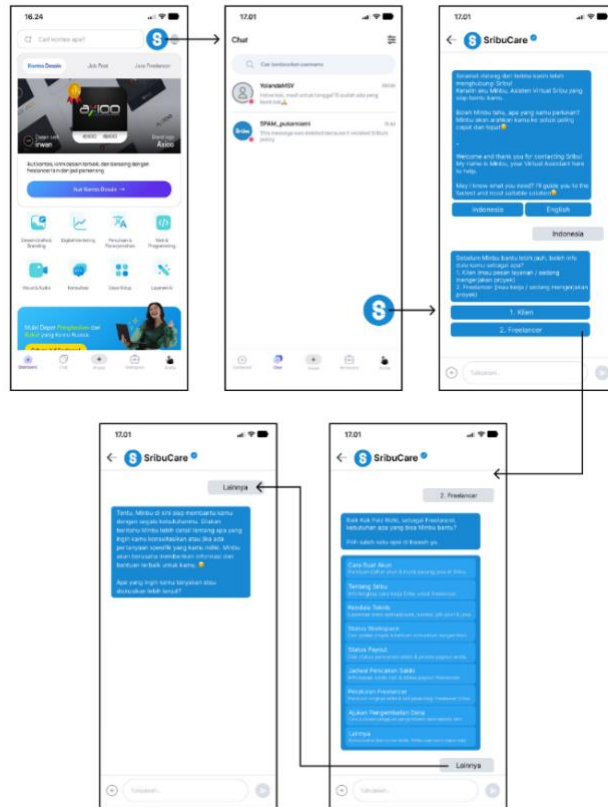
Berdasarkan hasil analisis *inner model* mengenai pengaruh berbagai variabel terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna aplikasi SRIBU Mobile, disusun sejumlah rekomendasi yang dapat diterapkan oleh pengembang aplikasi untuk meningkatkan penggunaan aplikasi tersebut.

Pada Gambar 5 merupakan alur dari penambahan fitur *login page*, yang mana pada halaman *login* terdapat beberapa pilihan kategori login. Permasalahan pengguna tidak dapat mengakses aplikasi SRIBU tanpa login, pengguna bisa melihat pilihan layanan yang disediakan aplikasi SRIBU.



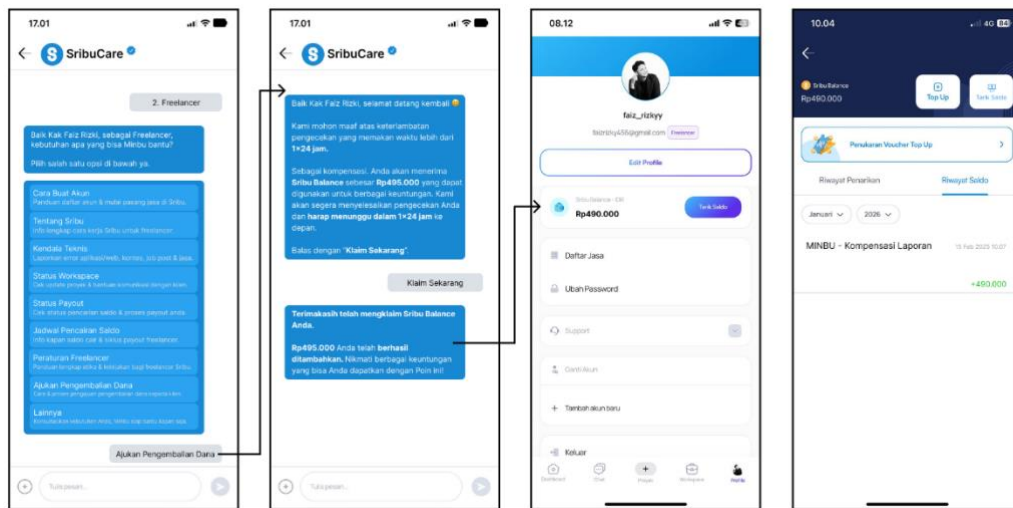
Gambar 5. Rekomendasi Fitur *Login Page*

Gambar 6 merupakan alur dari penambahan fitur *chatbot*, yang mana pada halaman *chatbot* terdapat beberapa pilihan kategori permasalahan. Ketika Permasalahan pengguna tidak ada pada pilihan kategori tersebut dan ingin berkomunikasi langsung dengan *customer service*, pengguna bisa memilih pilihan “Lainnya”.



Gambar 6. Rekomendasi Fitur Chatbot

Gambar 7 merupakan *design* dari rekomendasi pemberian kompensasi terhadap pengguna aplikasi SRIBU Mobile.



Gambar 7. Rekomendasi Pemberian Kompensasi

## 5. KESIMPULAN

Secara keseluruhan, kualitas layanan aplikasi SRIBU Mobile dinilai sudah baik, yang dibuktikan dengan nilai rata-rata kualitas layanan sebesar 1,0379 (melampaui ambang batas 1). Berdasarkan analisis gap, mayoritas indikator menunjukkan nilai kesenjangan positif, yang berarti kinerja layanan aktual telah melampaui harapan pengguna. Namun, masih terdapat defisiensi pada dimensi *Compensation* dan *Contact* yang mencatat gap negatif, mengindikasikan adanya aspek dukungan pelanggan dan penanganan masalah finansial yang belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi pengguna.

Kualitas layanan elektronik berpengaruh signifikan dalam membentuk kepuasan pengguna. Hasil pengujian menunjukkan bahwa dimensi *Efficiency*, *System Availability*, *Fulfillment*, *Privacy*, *Responsiveness*, dan *Contact* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan. Dimensi *System Availability* dan *Contact* menjadi pendorong positif yang kuat. Namun,

ditemukan bahwa dimensi *Fulfillment*, *Privacy*, dan *Responsiveness* memiliki pengaruh negatif namun signifikan, yang menunjukkan adanya disonansi antara ekspektasi standar layanan dengan realitas penggunaan. Sementara itu, dimensi *Compensation* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna SRIBU Mobile.

Terdapat pengaruh positif dan signifikan yang sangat kuat antara Kepuasan Pengguna terhadap *Loyalty Behavior* dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,875 dan nilai T-statistik sebesar 70,249. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan merupakan mediator sekaligus prediktor kunci yang menentukan loyalitas. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan pengguna sehingga menciptakan kepuasan, maka semakin tinggi pula kecenderungan pengguna untuk terus menggunakan aplikasi SRIBU, memberikan rekomendasi positif (*word-of-mouth*), dan bertahan di platform tersebut meskipun terdapat tawaran dari kompetitor.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada SRIBU atas kesediaannya menjadi objek penelitian dalam penyusunan tugas akhir ini. Dukungan dan penerimaan yang diberikan, serta akses terhadap data dan informasi yang relevan, telah memberikan kontribusi yang sangat berarti bagi kelancaran dan keberhasilan proses penelitian. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan masukan positif bagi pengembangan dan evaluasi kinerja bisnis di SRIBU.

## REFERENSI

- [1] K. Feher, D. Junaidy, D. Larasati, A. Kovacs, and B. Rahardjo, "Creative Industries and Digital Economy – Perspectives from Southeast Asia and Central Europe," Tamas Novak, Ed., Budapest Business School University of Applied Sciences, 2017, pp. 151–172.
- [2] R. Gondokusumo, "Kisah Ryan Gondokusumo, dari Sulit Cari Kerja hingga Bangun Bisnis 1,2 Juta Freelancer," Blog SRIBU.
- [3] A. Parasuraman, V. A. Zeithaml, and A. Malhotra, "E-S-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality," *J. Serv. Res.*, vol. 7, no. 3, pp. 1–21, Feb. 2005, doi: 10.1177/1094670504271156.
- [4] C. Anjanette Niman and D. Agustin Pratama Sari, "E-SERVQUAL ANALYSIS ON TOKOPEDIA APPLICATION (CASE STUDY ON GENERATION Z IN DKI JAKARTA)," *International Student Conference on Business, Education, Economics, Accounting, and Management (ISC-BEAM)*, vol. 3, no. 1, pp. 11–27, Apr. 2025, doi: <https://doi.org/10.21009/ISC-BEAM.013.02>.
- [5] I. Felicia Effendi and Widyastuti, "The Effect of Variety Seeking, Dissatisfaction, and Service Quality Toward Brand Switching on Netflix Streaming Service," *Social Science Studies*, vol. 4, no. 1, pp. 52–65, Jan. 2024, doi: 10.47153/sss41.7862024.
- [6] P. R. Damayanti and G. S. Palupi, "Penerapan Metode E-Service Quality dan Importance Performance Analysis (IPA) untuk Analisis Kualitas Layanan Transfer Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi BRImo," *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, vol. 4, no. 3, pp. 115–125, Jul. 2023, doi: <https://doi.org/10.26740/jeisbi.v4i3.55156>.
- [7] Y. Septiani, E. Arribe, and R. Diansyah, "ANALISIS KUALITAS LAYANAN SISTEM INFORMASI AKADEMIK UNIVERSITAS ABDURRAB TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA MENGGUNAKAN METODE SEVQUAL," *JURNAL TEKNOLOGI DAN OPEN SOURCE*, vol. 3, no. 1, pp. 131–143, Jun. 2020, doi: <https://doi.org/10.36378/jtos.v3i1.560>.
- [8] L. Setiyani and E. Tjandra, "ANALISIS KEBUTUHAN FUNGSIONAL APLIKASI PENANGANAN KELUHAN MAHASISWA STUDI KASUS:STMIK ROSMA KARAWANG," *Jurnal Inovasi Pendidikan dan Teknologi Informasi*, vol. 2, no. 1, pp. 8–17, Feb. 2021, doi: <https://doi.org/10.52060/pti.v2i01.465>.
- [9] S. Worthington, R. Russell-Bennett, and C. Härtel, "A tri-dimensional approach for auditing brand loyalty," *Journal of Brand Management*, vol. 17, no. 4, pp. 243–253, Jan. 2010, doi: 10.1057/bm.2009.24.
- [10] S. Rahayu and M. Harsono, "Loyalitas Konsumen : Konseptualisasi, Antecedent dan Konsekuensi," *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, vol. 6, no. 2, pp. 1581–1593, Jun. 2023, doi: 10.36778/jesy.v6i2.1169.
- [11] A. Kittur and R. E. Kraut, "Harnessing the wisdom of crowds in wikipedia: Quality through coordination," in *Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW*, 2008, pp. 37–46. doi: 10.1145/1460563.1460572.
- [12] S. Altuntas, T. Dereli, and İ. Kaya, "Monitoring patient dissatisfaction: a methodology based on SERVQUAL scale and statistical process control charts," *Total Quality Management and Business Excellence*, vol. 31, no. 9–10, pp. 978–1008, Jul. 2020, doi: 10.1080/14783363.2018.1457434.
- [13] K. J. Prabawanti, S. Bachri, P. Ponirin, and A. Asriadi, "PENGARUH E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI E-COMMERCE SHOPEE (STUDI KASUS PADA GEN-Z KOTA PALU)," *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, no. 6, pp. 5680–5690, Nov. 2024, doi: [doi.org/10.31539/costing.v7i6.12973](https://doi.org/10.31539/costing.v7i6.12973).
- [14] D. Ambarwati and J. Dwiridotjahjono, "Pengaruh Kualitas E-service Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Shopee Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Surabaya," *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, vol. 4, no. 2, pp. 454–466, Sep. 2023, doi: 1047467/elmal.v4i2.1496.
- [15] L. Tanzil and R. Budi Lestari, "PENGARUH KEPUASAN NASABAH DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP LOYALITAS NASABAH PENGGUNA M-BANKING BCA," *Multi Data Palembang Student Conference*, vol. 2, pp. 515–520, Apr. 2023, doi: [doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4470](https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4470).
- [16] J. F. . Hair, G. T. M. . Hult, C. M. . Ringle, and Marko. Sarstedt, *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*, 2nd ed. Sage, 2017.