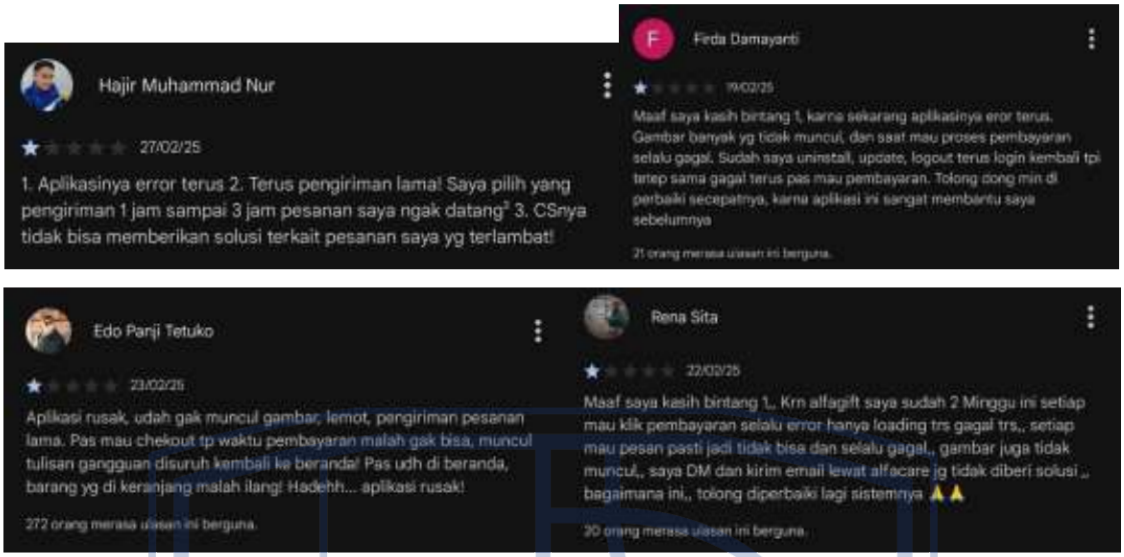
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di Indonesia, persaingan antar perusahaan semakin ketat akibat pesatnya perkembangan dunia bisnis, terutama dalam pemanfaatan teknologi informasi. Perkembangan internet tidak hanya mendorong *e-commerce* yang mempermudah pertukaran atau penjualan produk, layanan, dan informasi secara *online*, tetapi juga mengubah kebiasaan konsumsi masyarakat, khususnya di perkotaan. Belanja *online* kini menjadi pilihan utama bagi banyak konsumen, menggeser popularitas pembelian langsung di toko fisik. Untuk tetap kompetitif, perusahaan ritel didorong untuk menyediakan aplikasi *online* sebagai pelengkap belanja *offline*, sehingga memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam mengakses barang atau layanan.

Salah satu ritel yang telah mengadopsi strategi ini adalah Alfamart dengan meluncurkan aplikasi Alfagift pada tahun 2015. Alfagift dirancang untuk meningkatkan pengalaman belanja pelanggan melalui berbagai fitur menarik, seperti informasi promo, pengumpulan poin, belanja *online*, dan layanan pengiriman tanpa biaya tambahan. Dengan integrasi lebih dari 15.000 toko Alfamart di seluruh Indonesia, Alfagift memudahkan pelanggan dalam berbelanja dengan efisien. Aplikasi ini juga menawarkan sistem keanggotaan yang memungkinkan pengguna untuk mengumpulkan poin setiap kali berbelanja, yang dapat ditukarkan dengan kupon atau produk gratis. Meskipun Alfagift telah diunduh lebih dari 10 juta pengguna dan memiliki rating 4.4 dari 269.000 ulasan di *Google Play Store*, masih terdapat banyak keluhan dari pelanggan terkait kualitas layanan digital. Beberapa masalah yang sering dikeluhkan antara lain *bug* yang menghambat *login*, respons *Customer Service* yang lambat, keterlambatan pengiriman, ketidakcocokan stok produk, gambar produk yang tidak tersedia, serta metode pembayaran dan pengembalian dana yang rumit. Kondisi ini menunjukkan bahwa rating tinggi belum tentu sepenuhnya mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan. Rating yang baik justru menimbulkan ekspektasi yang lebih besar, sehingga ketik layanan tidak sesuai harapan, pelanggan dapat merasa kecewa. Selain itu adanya keraguan terhadap keaslian sebagian ulasan juga membuat penilaian berdasarkan rating menjadi kurang akurat [1]. Oleh karena itu, diperlukan penelitian kepuasan pelanggan yang lebih mendalam untuk mengetahui kualitas layanan aplikasi dan mengidentifikasi aspek yang perlu ditingkatkan agar kepuasan dan loyalitas pelanggan dapat terus terjaga.

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.



Gambar 1. 1 Ulasan Pelanggan Aplikasi Alfagift di *Playstore*

Keluhan-keluhan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan digital Alfagift belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan. Padahal, kualitas layanan digital merupakan faktor kunci dalam menentukan kepuasan pelanggan [2]. Kualitas layanan digital pada aplikasi dapat diukur melalui enam dimensi utama, yaitu *efficiency* (kemudahan dan kecepatan akses layanan), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *fulfillment* (janji layanan), *compensation* (kompensasi), dan *contact* (kontak) [3]. Semakin baik kualitas layanan digital yang diberikan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya mendorong loyalitas dan keberlanjutan bisnis [2].

Penelitian sebelumnya telah menganalisis kepuasan pelanggan menggunakan berbagai metode. Dalam studi *Delone* dan *McLean*, kualitas sistem dan informasi secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi kualitas layanan tidak. Strategi ini mengabaikan minat pelanggan dalam mengevaluasi layanan [4]. Penelitian lain dengan metode *Heart Metrics* menunjukkan bahwa layanan iklan dan promosi perlu diperbaiki agar tidak mengganggu pengalaman pengguna, tetapi metode ini lebih fokus pada aspek emosional pengguna dan kurang memperhatikan dimensi kualitas layanan secara menyeluruh [5]. Sementara itu, metode *Usability Testing* mengungkapkan bahwa Alfagift memiliki skor *usability* yang masih dalam kategori *acceptable marginally*, yang mengindikasikan perlunya perbaikan dalam navigasi aplikasi dan fitur transaksi. Namun, metode ini tidak memberikan gambaran tentang prioritas perbaikan yang harus dilakukan [6].

Berdasarkan kelebihan dan kekurangan metode-metode tersebut, penelitian ini menggunakan kombinasi metode *Customer Satisfaction Index* (CSI) dan *Importance*

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

Performance Analysis (IPA). Metode CSI dipilih karena mampu mengukur tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan faktor kepentingan dan persepsi pelanggan terhadap layanan [7], sehingga memberikan data yang lebih akurat tentang aspek layanan yang perlu diperbaiki [8]. Sementara itu, metode IPA digunakan untuk mengidentifikasi prioritas perbaikan dengan memvisualisasikan faktor-faktor layanan yang perlu ditingkatkan atau dipertahankan dalam diagram kuadran yang mudah dipahami [9]. Kombinasi kedua metode ini dianggap lebih komprehensif karena tidak hanya mengukur kepuasan pelanggan tetapi juga memberikan rekomendasi strategis untuk perbaikan layanan pada aplikasi Alfagift. Penggabungan Metode CSI dan IPA dalam menganalisis kualitas layanan telah banyak digunakan dalam berbagai penelitian. Metode CSI dan IPA digunakan untuk menganalisis kepuasan pelanggan berdasarkan tingkat kualitas layanan *MyTelkomsel* [10]. Selanjutnya, dengan metode yang serupa diterapkan untuk mengevaluasi kualitas layanan aplikasi XYZ dengan tujuan meningkatkan kepuasan mitra [11]. Selain itu, metode yang sama digunakan dalam penelitian untuk menganalisis kepuasan pelanggan *marketplace* terhadap kualitas pelayanan J&T *Express* Indonesia [12].

Pengukuran diperlukan untuk menilai kepuasan pelanggan dengan metode CSI dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan dengan pendekatan IPA. Penulis ingin meneliti judul tersebut, seperti yang dijelaskan di atas **"Analisis Kepuasan Pelanggan Aplikasi Alfagift Dengan Metode *Customer Satisfaction Index* (CSI), dan *Importance Performance Analysis* (IPA)".**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, berikut dirumuskan beberapa masalah yang akan menjadi fokus dalam penelitian ini:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan aplikasi Alfagift secara keseluruhan berdasarkan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI)?
2. Apa saja atribut yang perlu ditingkatkan, dipertahankan, dan yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi Alfagift melalui analisis *Importance Performance Analysis* (IPA)?

1.3 Tujuan

Berdasarkan permasalahan di atas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap aplikasi Alfagift dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index* (CSI).

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.

2. Untuk mengetahui apa saja atribut-atribut yang perlu ditingkatkan, dipertahankan, dan yang perlu diperbaiki untuk meningkatkan kualitas layanan aplikasi Alfagift melalui analisis *Importance Performance Analysis* (IPA).

1.4 Manfaat

Manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Menambah wawasan dalam bidang kepuasan pelanggan dan *e-commerce*, terutama dalam konteks aplikasi *mobile*.
2. Menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang terkait dengan analisis kepuasan pelanggan dan pengembangan aplikasi.

1.5 Ruang Lingkup

Berikut adalah batasan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini:

1. Aplikasi Alfagift versi 4.37.0 yang dianalisis pada penelitian ini dibatasi pada platform *mobile* dari sisi pengguna aplikasi.
2. Penelitian ini menggunakan 4 tahapan dalam pengukuran *Customer Satisfaction Index* (CSI) yaitu menghitung *Weighting Factors* (WF), *Weighted Score* (WS), *Weight Median Total* (WMT) dan indeks kepuasan pelanggan *(Customer Satisfaction Index)*.
3. Penelitian ini menggunakan pengukuran *Importance Performance Analysis* (IPA) dengan analisis tingkat kesesuaian, analisis rata-rata setiap atribut, dan analisis diagram kartesius.
4. Populasi dari penelitian ini adalah pengguna aplikasi Alfagift di kalangan masyarakat kota Medan.
5. Kuesioner yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini disusun dengan *Google Form*.
6. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive Sampling* dengan perhitungan jumlah sampel menggunakan rumus *Lemeshow* dengan standar *error* 5%. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa diperlukan minimal 385 responden.
7. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 25 dan *Microsoft Excel.*

© Karya Dilindungi UU Hak Cipta
1. Dilarang menyebarluaskan dokumen tanpa izin.
2. Dilarang melakukan plagiasi.
3. Pelanggaran diberlakukan sanksi sesuai peraturan UU Hak Cipta.