

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada aplikasi M-TIX *Mobile Cinema* XII Bandung. M-TIX *Mobile* berupa aplikasi pada smartphone dan akun yang dibuat dengan beberapa data diri pengguna, aplikasi ini bertujuan meningkatkan efisiensi pelayanan pada perusahaan, Melalui aplikasi ini pelanggan dapat membeli tiket nonton jarak jauh, selain itu pelanggan mendapatkan informasi film-film yang tersedia, film-film yang akan tayang, kursi yang tersedia, riwayat transaksi dan pengisian saldo, dan lokasi-lokasi studio. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti Pengaruh *E-Service Quality* dan *Perceived Value* secara simultan dan parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi M-Tix *Mobile* di Kota Bandung.

Variabel yang digunakan pada penelitian ini yaitu *E-Service Quality* (X1) didefinisikan sebagai perluasan dari kemampuan suatu situs untuk memfasilitasi kegiatan belanja, pembelian, dan distribusi secara efektif dan efisien. (Chase et al dalam Jonathan, 2013) yang terdiri dari indikator-indikator, *Efficient and reliable services, Fulfillment, Security/Trust, Site Aesthetic, Responsiveness, dan Ease of Use, Perceived Value* (X2) merupakan nilai yang di persepsikan pelanggan mengenai pertukaran antara apa yang pelanggan dapatkan (i.e. benefit) dan apa yang mereka bayar (i.e. price or cost) (Menurut Kreinovich, 2014:382). Yang terdiri dari indikator-indikator *Emotional Value, Social Value, Performance Value, dan Price*, dan Kepuasan Pelanggan (Y) Merupakan sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli (Kotler dalam Sangadji dan Sopiah, 2013:181). Yang terdiri dari indikator-indikator menggunakan jasa itu kembali, Pelanggan akan merekomendasikan jasa tersebut kepada orang lain, Pelayanan sesuai yang diharapkan, Pelanggan tidak pernah mengeluh.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian analisis deskriptif. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *nonprobability sampling* dengan jumlah responden 100 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner secara *offline* yang disebarkan kepada seluruh responden yaitu, pengguna aplikasi M-TIX *Mobile store Cinema* XII yang terdiri dari Empire XXI Bandung 20 responden, Braga XXI 20 responden, Ciwalk XXI 30 responden, Trasmart Buah Batu XXI 10 responden dan Trans Studio Mall XXI 20 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi berganda dan analisis deskriptif.

Berdasarkan Hasil pengujian hipotesis secara simultan, *E-service quality* dan *Perceived value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi M-Tix *Mobile Cinema* XXI di Kota Bandung. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($234.644 > 3,09$) dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji secara parsial didapat bahwa *E-service quality* dan *Perceived value* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa pengaruh Variabel Independen yang terdiri dari *E-Service Quality* dan *Perceived Value* terhadap Variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 83% sedangkan sisanya 17% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *E-Service Quality, Perceived Value, Kepuasan Pelanggan*