



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGARUH *USER EXPERIENCE* DAN *UTILITARIAN VALUE*
TERHADAP *CONTINUANCE INTENTION* MELALUI
*CUSTOMER SATISFACTION***

(Studi Kasus Pengguna Aplikasi *E-Grocery* Klik Indomaret di DKI Jakarta)



ENDAH PRATIWI

NIM: 2205421119

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

ENDAH PRATIWI. Pengaruh *User Experience* Dan *Utilitarian Value* terhadap *Continuance Intention* melalui *Customer Satisfaction* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi E-Grocery Klik Indomaret di DKI Jakarta). Jurusan Administrasi Niaga. Politeknik Negeri Jakarta 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengalaman pengguna dan nilai fungsional terhadap niat penggunaan berkelanjutan baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi, dengan studi kasus pada pengguna layanan *e-grocery* Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling*, melibatkan responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi Klik Indomaret di DKI Jakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah *Partial Least Squares – Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS 4.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pengalaman pengguna berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan secara langsung dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,561 dan *p-value* sebesar 0,000, namun tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan melalui kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien -0,039 dan *p-value* 0,114. Sementara itu, variabel nilai fungsional berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan dengan nilai koefisien jalur sebesar -0,365 dan *p-value* sebesar 0,000, namun dengan arah hubungan yang negatif, serta tidak berpengaruh signifikan terhadap niat penggunaan berkelanjutan melalui kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien 0,053 dan *p-value* 0,085. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman pengguna yang baik mendorong pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi Klik Indomaret secara berkelanjutan, sementara nilai fungsional yang tinggi tanpa diimbangi pengalaman yang memadai justru berpotensi menurunkan niat penggunaan berkelanjutan, dan kepuasan pengguna belum terbukti berperan sebagai variabel perantara dalam kedua hubungan tersebut.

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Klik Indomaret, Niat Penggunaan Berkelanjutan, Nilai Fungsional, Pengalaman Pengguna



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

ENDAH PRATIWI. *The Effect of User Experience and Utilitarian Value on Continuance Intention through Customer Satisfaction (A Case Study of Klik Indomaret E-Grocery Application Users in DKI Jakarta)*. Department of Business Administration. State Polytechnic of Jakarta 2026.

This study aims to analyze the effect of User Experience and Utilitarian Value on Continuance Intention, both directly and through Customer Satisfaction as a mediating variable, with a case study on users of the Klik Indomaret e-grocery service in the DKI Jakarta area. This research uses a quantitative approach with a purposive sampling method, involving respondents who are active users of the Klik Indomaret application in DKI Jakarta. The data analysis technique used is Partial Least Squares – Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through the SmartPLS 4.0 application. The results show that the User Experience variable has a positive and significant direct effect on Continuance Intention with a path coefficient of 0.561 and a p-value of 0.000, but has no significant effect on Continuance Intention through Customer Satisfaction coefficient -0.039 and p-value 0.114. Meanwhile, the Utilitarian Value variable has a significant effect on Continuance Intention with a path coefficient of -0.365 and a p-value of 0.000, but in a negative direction, and also has no significant effect on Continuance Intention through Customer Satisfaction coefficient 0.053 and p-value 0.08. These findings indicate that good user experience encourages users to continue using the Klik Indomaret application, while a high utilitarian value without adequate experience may actually reduce continuance intention, and customer satisfaction has not been proven to act as a mediating variable in either relationship.

Keywords: *Continuance Intention, Customer Satisfaction, Klik Indomaret, User Experience, Utilitarian Value.*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh *User Experience* dan *Utilitarian Value* terhadap *Continuance Intention* melalui *Customer Satisfaction* (Studi Kasus Pengguna Aplikasi *E-Grocery* Klik Indomaret di DKI Jakarta)”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan Skripsi ini adapun partisipasi yang terlibat, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga.
3. Ibu Yanita Ella Nilla Chandra, S.A,B, M.Si, selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan.
4. Bapak Haris Satria Putra, M.M.S.I, selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah memberikan masukan, saran, dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Ibu Dr. Nidia Sofa, S.Pd.I., M.Pd selaku Dosen Pembimbing Teknis yang telah memberikan masukan, saran, dan arahan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Staf Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, yang telah memberikan ilmu, dukungan, dan pengalaman belajar yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
7. Teruntuk keluarga penulis Mama Sri, Bapak Budi dan Mas Pras yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada penulis serta keluarga besar yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk doa yang tidak pernah putus disetiap langkah hidup penulis.



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Teruntuk teman-teman yang sangat disyukuri kehadirannya di kehidupan penulis Adinda, Salsabila, Septia, Dafri, Danes serta teman-teman ABT 8D yang selalu membantu penulis selama perkuliahan ini. Penulis mengucapkan terima kasih untuk semua tawa, canda, kesal, dan semua kenangan bersama.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, baik yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu dalam kelancaran penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sebagai bahan evaluasi sehingga dapat menjadi perbaikan dalam penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, maupun pihak lain yang berkepentingan.

Depok, 01 Juli 2026

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Endah Pratiwi
2205421119



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Kerangka Teori.....	12
2.1.1 <i>Expectation-Confirmation Model</i>	12
2.1.2 <i>Technology Acceptance Model</i>	13
2.1.3 <i>User Experience</i>	14
2.1.4 <i>Utilitarian Value</i>	15
2.1.5 <i>Continuance Intention</i>	16
2.1.6 <i>Customer Satisfaction</i>	17
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	19
2.3 Perumusan Hipotesis	22
2.3.1 <i>User Experience terhadap Continuance Intention</i>	22
2.3.2 <i>User Experience terhadap Continuance Intention melalui Customer Satisfaction</i>	23



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

2.3.3 Utilitarian Value terhadap Continuance Intention	24
2.3.4 Utilitarian Value terhadap Continuance Intention melalui Customer Satisfaction	24
2.4 Deskripsi Konseptual	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	27
3.1.1 Waktu Penelitian	27
3.1.2 Tempat Penelitian	27
3.2 Kerangka Penelitian	28
3.3 Metode Penelitian	30
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	31
3.4.1 Teknik Sampling	31
3.4.2 Jumlah Sampel	32
3.5 Jenis dan Sumber Data	32
3.5.1 Berdasarkan Sumber	33
3.5.2 Berdasarkan Waktu Pengambilan Data	33
3.6 Teknik Pengumpulan Data	34
3.7 Instrumen Penelitian	35
3.8 Teknik Analisis Data	39
3.8.1 Outer Model	39
3.8.2 Inner Model	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Pilot Test	42
4.1.1 Uji Validitas Pilot Test	43
4.1.2 Uji Reabilitas Pilot Test	49
4.1.3 Uji Validitas Pilot Test Setelah Eliminasi	49
4.1.4 Uji Reabilitas Setelah Eliminasi	54
4.2 Hasil Rekapitulasi Data	54
4.2.1 Hasil Penyebaran Kuesioner	55
4.2.2 Karakteristik Responden	55
4.3 Hasil Analisis Data	59
4.3.1 Data Responden Berdasarkan Variabel Penelitian	59



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.3.2 Hasil Analisis <i>Outer Model</i>	68
4.3.3 Hasil Analisis <i>Inner Model</i>	73
4.4 Pembahasan.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	86
LAMPIRAN.....	89
CURRICULUM VITAE	96





Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian yang Relevan.....	19
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	27
Tabel 3. 2 Skala Likert	33
Tabel 3. 3 Instrumen Penelitian.....	35
Tabel 4. 1 Hasil Uji Outer Loading Pilot Test.....	43
Tabel 4. 2 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) Pilot Test.....	45
Tabel 4. 3 Hasil Uji Cross Loading Pilot Test.....	46
Tabel 4. 4 Hasil Uji HTMT Pilot Test.....	48
Tabel 4. 5 Hasil Uji Composite Reability Pilot Test	49
Tabel 4. 6 Hasil Uji Outer Loading Setelah Eliminasi.....	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE) Setelah Eliminasi.....	51
Tabel 4. 8 Hasil Uji Cross Loading Setelah Eliminasi.....	52
Tabel 4. 9 Hasil Uji HTMT Setelah Eliminasi	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Composite Reability Setelah Eliminasi	54
Tabel 4. 11 Kategori Skoring	59
Tabel 4. 12 Skor data responden berdasarkan variabel User Experience	60
Tabel 4. 13 Skor data responden berdasarkan variabel Utilitarian Value.....	63
Tabel 4. 14 Skor data responden berdasarkan variabel Continuance Intention	65
Tabel 4. 15 Skor data responden berdasarkan variabel Customer Satisfaction.....	67
Tabel 4. 16 Hasil Outer Loading	69
Tabel 4. 17 Hasil Average Variance Extracted (AVE).....	70
Tabel 4. 18 Hasil Cross Loadings	70
Tabel 4. 19 Hasil Heterotrait-monotrait ratio (HTMT).....	71
Tabel 4. 20 Hasil Construct Reliability	72
Tabel 4. 21 Hasil R-Square	73
Tabel 4. 22 Hasil F-Square.....	74
Tabel 4. 23 Hasil Uji Hipotesis (Bootstrapping).....	75



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Gerai Klik Indomaret 2025	3
Gambar 1. 2 Brand Awareness E-Grocery 2024	3
Gambar 1. 3 Penilaian Klik Indomaret di Play Store	5
Gambar 1. 4 Ulasan Pengguna Klik Indomaret	7
Gambar 2. 1 Deskripsi Konseptual Penelitian	26
Gambar 3. 1 Kerangka Penelitian	29
Gambar 4. 1 Kerangka Pilot Test	42
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Gambar 4. 3 Responden Berdasarkan Rentang Usia	56
Gambar 4. 4 Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	56
Gambar 4. 5 Responden Berdasarkan Domisili	57
Gambar 4. 6 Responden Berdasarkan Rentang Pendapatan	58
Gambar 4. 7 Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Klik Indomaret	58
Gambar 4. 8 Kerangka Outer Model.....	69

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data.....	92
Lampiran 3 Lembar Konsultasi Bimbingan Materi	96
Lampiran 4 Lembar Pernyataan Pembimbing Materi	97
Lampiran 5 Lembar Konsultasi Bimbingan Teknis	98
Lampiran 6 Lembar Pernyataan Pembimbing Teknis	99





Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di Indonesia menunjukkan pertumbuhan dalam beberapa tahun terakhir, di tandai oleh peningkatan jumlah pengguna internet secara stabil. Pada tahun 2025, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia mencatat bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 80,66% atau setara dengan 229,43 juta jiwa dari total populasi penduduk Indonesia yaitu 284,44 juta jiwa. Pengguna internet mengalami peningkatan yang sebesar 1,16% dibandingkan tahun 2024 yaitu 79,50% atau setara dengan 221,56 juta jiwa dari total populasi Indonesia yaitu 278,69 juta jiwa (Shabrina, 2025).

Hal ini turut mengubah pola konsumsi masyarakat dari transaksi konvensional menuju transaksi berbasis aplikasi. Sektor ritel menjadi salah satu bidang yang mengalami transformasi signifikan melalui hadirnya layanan *e-commerce* dan *e-grocery*. *E-grocery* sebagai bentuk evolusi dari toko ritel konvensional yang memungkinkan konsumen untuk membeli kebutuhan sehari-hari seperti bahan makanan, minuman, produk rumah tangga, dan kebutuhan pokok lainnya melalui aplikasi mobile atau website tanpa harus datang ke toko fisik. Kemudahan akses internet, pengguna smartphone yang tinggi, perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan yang dinamis, serta tuntutan efisiensi waktu mendorong meningkatnya penggunaan aplikasi belanja daring di kalangan masyarakat urban.

Jakarta sebagai jantung ibu kota serta pusat perekonomian Indonesia memiliki karakteristik demografis yang menjadikannya pasar paling strategis bagi layanan *e-grocery*. Merujuk pada publikasi Badan Pusat Statistik (BPS), total populasi DKI Jakarta diestimasikan mencapai 10.669.702 jiwa pada tahun 2026. Secara demografis, struktur penduduk di ibu kota terkonsentrasi pada kelompok usia produktif (15–59 tahun), yang merepresentasikan sekitar 66% hingga 68% dari keseluruhan warga di tiap kota administrasi. Besarnya rasio penduduk usia



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

produktif tersebut memiliki keterikatan positif terhadap lonjakan kebutuhan akan platform digital yang menawarkan efisiensi, salah satunya terwujud dalam adopsi aplikasi *e-grocery*

Berdasarkan survei Populix (2025), alasan utama konsumen Indonesia beralih menggunakan layanan *e-grocery* adalah efisiensi waktu dan kemudahan layanan antar ke rumah, pekerja kantoran dan orang yang memiliki anak cenderung lebih sering berbelanja di *hypermarket* dan menggunakan layanan *e-grocery* dibandingkan kelompok lainnya. Hal ini sejalan dengan karakteristik wilayah DKI Jakarta sebagai pusat perkantoran dan bisnis terbesar di Indonesia, di mana mayoritas penduduk usia produktif memiliki keterbatasan waktu untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari secara langsung ke toko fisik, sehingga mendorong pergeseran perilaku belanja ke arah layanan digital yang lebih efisien.

Karakteristik demografis tersebut didukung oleh tingkat adopsi belanja digital yang tinggi di Jakarta. Berdasarkan data BPS, proporsi konsumen belanja online tertinggi di Indonesia berasal dari DKI Jakarta, yaitu sebesar 32,32% dari total penduduk yang mengakses internet di wilayah tersebut. Angka ini menempatkan Jakarta jauh di atas rata-rata nasional dan menjadikannya provinsi dengan penetrasi belanja online tertinggi di seluruh Indonesia. Sejalan dengan itu, DKI Jakarta berkontribusi sebesar 19,8% terhadap total transaksi e-commerce nasional, menjadikannya salah satu motor utama pertumbuhan ekonomi digital Indonesia. Data ini mengonfirmasi bahwa masyarakat Jakarta telah menjadikan belanja daring sebagai bagian integral dari gaya hidup sehari-hari, didorong oleh kesibukan kerja, tingkat pendapatan yang relatif lebih tinggi, serta akses infrastruktur digital yang lebih baik dibandingkan kota-kota lain di Indonesia.

Indomaret sebagai salah satu perusahaan ritel terbesar dengan lebih dari 20.000 toko yang tersebar di seluruh Indonesia turut serta memanfaatkan kekuatan jaringan toko fisiknya untuk mendukung layanan digitalnya melalui aplikasi Klik Indomaret.

Hak Cipta :

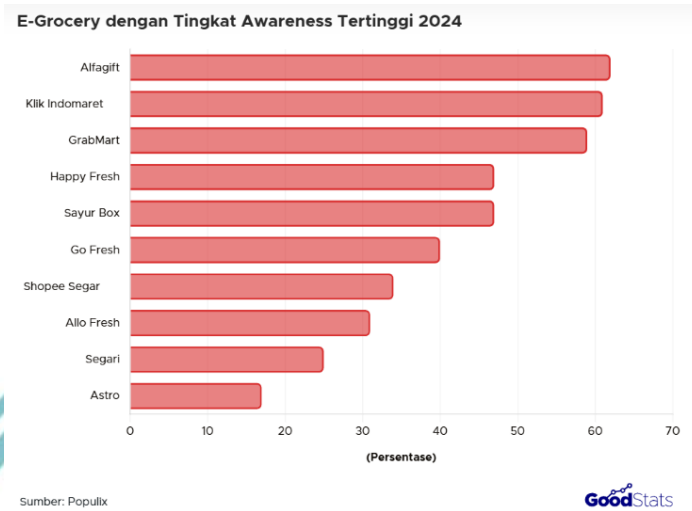
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berikut ini gambar 1.1 yang menampilkan data gerai indomaret pada tahun 2025:



Gambar 1. 1 Jumlah Gerai Klik Indomaret 2025

Sumber: Katadata, 2026

Gambar 1,1 merupakan data jumlah gerai Klik Indomaret pada tahun 2025, Klik Indomaret diluncurkan dengan tujuan strategis untuk menjawab kebutuhan belanja konsumen secara daring dengan memanfaatkan infrastruktur toko fisik sebagai *fulfillment center* yang dapat mempercepat proses pengiriman dan memperluas jangkauan layanan hingga ke area-area yang belum terjangkau oleh *e-grocery* lainnya. Hasil survey *brand awareness* e-grocery tahun 2024 disajikan pada gambar 1.2 dibawah ini:



Gambar 1. 2 Brand Awareness E-Grocery 2024

Sumber: Goodstats, 2025



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 1.2 merupakan data statistik *e-grocery* dengan tingkat *brand awareness* tertinggi di Indonesia berdasarkan survei yang dilakukan oleh Populix pada tahun 2024, Klik Indomaret menempati peringkat kedua dalam tingkat *brand awareness* tertinggi dalam kategori *e-grocery* di Indonesia setelah Alfagift, melampaui kompetitor kuat seperti GrabMart, HappyFresh, dan platform *e-grocery* lainnya. Tingginya tingkat *brand awareness* ini menunjukkan bahwa Klik Indomaret memiliki kekuatan merek yang besar dan dikenal luas oleh masyarakat Indonesia. *Brand awareness* yang tinggi mengindikasikan bahwa konsumen familiar dengan keberadaan aplikasi Klik Indomaret, mengetahui layanan yang ditawarkan, dan memiliki kesadaran yang baik ketika membutuhkan layanan *e-grocery*, sehingga berpotensi besar untuk melakukan penggunaan pertama aplikasi.

Namun demikian, *brand awareness* yang tinggi tidak secara otomatis menjamin tingginya kepuasan pengguna atau niat untuk terus menggunakan aplikasi dalam jangka panjang, karena kedua aspek tersebut lebih ditentukan oleh kualitas pengalaman aktual yang diterima pengguna setelah mereka menggunakan layanan. Dalam konteks aplikasi digital yang memiliki *switching cost* rendah dan kompetitor yang mudah diakses, kesuksesan tidak hanya diukur dari seberapa banyak orang mengenal atau mengunduh aplikasi, tetapi lebih kepada seberapa banyak pengguna yang puas dengan layanan, dan memiliki niat kuat untuk terus menggunakan aplikasi tersebut secara berkelanjutan hingga merekomendasikannya kepada orang lain.

Sebuah aplikasi digital, khususnya *e-grocery* dapat dikatakan berhasil tidak hanya ditentukan oleh jumlah unduhan atau tingginya *brand awareness*, tetapi lebih kepada bagaimana kemampuan aplikasi tersebut dalam mempertahankan pengguna agar terus menggunakan layanan dalam jangka panjang atau yang dikenal sebagai *continuance intention*. Berdasarkan data AppMagic oleh Statista (2024), unduhan bulanan aplikasi Klik Indomaret di Indonesia mencapai puncaknya sebesar 711.000 unduhan pada September 2023, meskipun kemudian turun menjadi sekitar 303.000 unduhan pada Desember 2023. Fluktuasi ini mengindikasikan bahwa mempertahankan pengguna aktif jauh lebih kritis dibandingkan sekadar mengejar angka unduhan baru.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Salah satu upaya paling konkret yang dilakukan Klik Indomaret untuk mendorong continuance intention adalah melalui program loyalitas berbasis poin. Indomaret mengoperasikan program i-Kupon & Indomaret Poinku yang memberikan poin kepada pelanggan setiap kali melakukan transaksi, di mana poin tersebut dapat ditukarkan dengan berbagai hadiah, kupon diskon, dan promo eksklusif (Bee.id, 2025). Selain program poin, Klik Indomaret secara aktif memanfaatkan notifikasi push sebagai instrumen untuk menstimulasi penggunaan berulang. Aplikasi ini secara konsisten mengirimkan notifikasi kepada pengguna setiap kali terdapat promo dan penawaran menarik, dengan siklus promo yang terstruktur mencakup promo harian, promo gaji, promo awal bulan, dan promo akhir bulan (Blog Klik Indomaret, 2022).

Strategi notifikasi ini relevan dengan *Expectation-Confirmation Model* (ECM) yang dikembangkan Bhattacharjee, di mana konfirmasi ekspektasi yang terus diperbarui melalui stimulus nilai dalam hal ini berupa promo mendorong kepuasan berkelanjutan yang pada akhirnya memperkuat niat untuk terus menggunakan aplikasi. *Continuance intention* mencerminkan niat pengguna untuk terus menggunakan suatu sistem informasi atau aplikasi setelah pengalaman penggunaan awal mereka, yang merupakan indikator kritis bagi keberlanjutan dan profitabilitas bisnis digital dalam jangka panjang (Bhattacharjee, 2001). Berikut ini menampilkan gambar 1.3 penilaian aplikasi Klik Indomaret:



Gambar 1. 3 Penilaian Klik Indomaret di Play Store
Sumber: Google Playstore, 2026

Pada gambar 1.3 dapat dilihat penilaian Klik Indomaret di platform digital yang menunjukkan meskipun Klik Indomaret memiliki tingkat *brand awareness* yang tinggi namun penilaian pada Google Play Store tercatat sebesar 3,0 dari skala 5,0 berdasarkan 173.229 ulasan pengguna pada akhir Januari 2026. Rating ini



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tergolong rendah jika dibandingkan dengan kompetitor utama dalam kategori *e-grocery* seperti Alfacart yang memiliki rating 4,2, GrabMart dengan rating 4,1, HappyFresh dengan rating 4,0, dan Sayur Box dengan rating 4,0 di platform yang sama dalam periode pengukuran yang serupa.

Gambaran permasalahan yang lebih komprehensif dan berbasis data diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh tim peneliti Departemen Ilmu Informasi dan Perpustakaan Universitas Airlangga. Penelitian tersebut menganalisis sebanyak 47.426 ulasan pengguna Klik Indomaret di Google Play Store selama periode 2022–2024 hasilnya menunjukkan bahwa pengguna Klik Indomaret sering meniali waktu muat fitur lambat ketika berpindah halaman atau menekan menu tertentu (Fahmi, 2025). Pada penelitian lain mengenai Klik Indomaret juga memaparkan bahwa Klik Indomaret memiliki waktu respons dan stabilitas sistem yang lebih rendah dibandingkan kompetitornya, Temuan ini secara langsung mengindikasikan bahwa *user experience* yang dirasakan pengguna Klik Indomaret, khususnya dalam aspek kemudahan penggunaan dan keandalan sistem, masih berada di bawah standar yang diharapkan (Arini dkk, 2025).

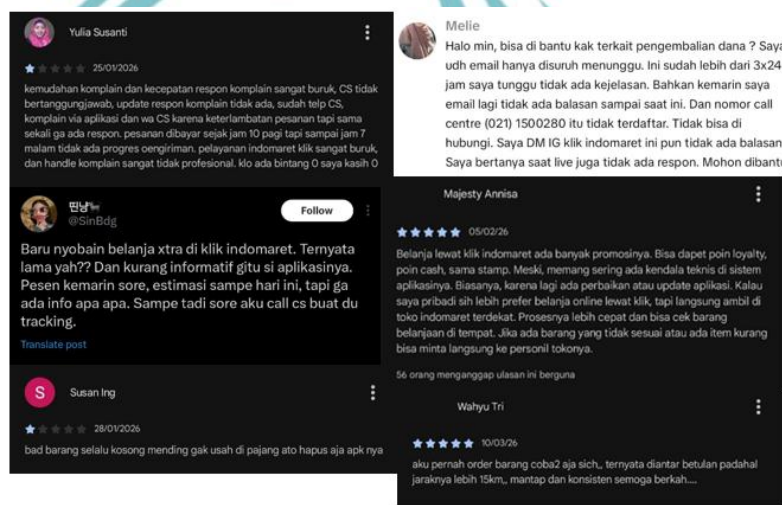
Meskipun banyak orang mengenal dan mencoba aplikasi Klik Indomaret untuk pertama kalinya, namun sebagian besar pengguna merasa kurang puas atau bahkan kecewa dengan layanan yang diberikan, yang berpotensi besar berdampak negatif terhadap niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi dan dapat memicu *word of mouth* negatif yang merugikan reputasi perusahaan. Fenomena ini sejalan dengan karakteristik layanan digital yang keputusan penggunaannya sangat dipengaruhi oleh *electronic word of mouth* (e-WOM), yaitu ulasan dan penilaian yang dibagikan pengguna secara daring kepada calon pengguna lain. Numminen (2023) dalam studinya terhadap ribuan aplikasi di App Store membuktikan bahwa kombinasi antara skor rating dan isi ulasan tekstual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap performa unduhan maupun keputusan pengguna untuk terus memakai suatu aplikasi, khususnya pada aplikasi yang berorientasi utilitarian seperti aplikasi belanja dan produktivitas.

Artinya, ulasan negatif yang beredar di platform digital tidak hanya mencerminkan ketidakpuasan pengguna lama, tetapi juga berpotensi membentuk

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

persepsi awal calon pengguna baru sebelum mereka benar-benar mengunduh dan mencoba aplikasi tersebut. Kondisi ini menjadikan pola dan isi ulasan pengguna sebagai indikator penting untuk memahami akar permasalahan yang dihadapi Klik Indomaret, sebelum ditelusuri lebih lanjut melalui dimensi user experience dan utilitarian value pada bagian berikutnya. Gambar 1.4 berikut menyajikan beberapa ulasan pengguna yang ada di berbagai platform media sosial. Gambar 1.4 berikut menyajikan beberapa ulasan pengguna yang ada di berbagai *platform* media sosial.



Gambar 1. 4 Ulasan Pengguna Klik Indomaret
Sumber: Google Play Store, X, dan Tiktok, 2026

Ilustrasi pada Gambar 1.4 memaparkan ragam ulasan pengguna yang dihimpun dari berbagai platform media sosial. Secara umum, dominasi ulasan positif berbintang lima merepresentasikan tingkat kepuasan yang tinggi terhadap fungsionalitas dan kemudahan operasional aplikasi. Di sisi lain, temuan pada ulasan berbintang satu mengindikasikan adanya kendala teknis dan operasional, meliputi lambatnya respons layanan pelanggan, asimetri informasi ketersediaan stok antara aplikasi dan gerai fisik, hingga kompleksitas prosedur pengembalian dana. Fenomena ini menegaskan bahwa, terlepas dari inovasi yang terus dilakukan, evaluasi dan perbaikan sistem secara komprehensif tetap esensial guna menciptakan pengalaman pengguna yang optimal dan selaras dengan ekspektasi konsumen modern.

Kesenjangan antara *brand awareness* yang tinggi dengan rating pengguna yang rendah tersebut bukan terjadi tanpa sebab. Berdasarkan analisis terhadap pola



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

keluhan pengguna yang teridentifikasi dari berbagai sumber, permasalahan yang dihadapi Klik Indomaret dapat dikategorikan ke dalam dua dimensi utama. Pertama adalah dimensi pengalaman pengguna (*user experience*), pengguna mengeluhkan aplikasi yang lambat, fitur pelacakan pesanan yang tidak informatif, serta kurang responsif, semuanya berkaitan langsung dengan kualitas interaksi pengguna dengan aplikasi. Kedua adalah nilai fungsional (*utilitarian value*), pengguna merasa tidak mendapatkan manfaat fungsional yang sepadan, ditandai dengan ketidaksesuaian stok produk, keterlambatan pengiriman dari estimasi, dan mekanisme pengembalian dana yang menyulitkan, secara langsung mengurangi nilai praktis berbelanja melalui aplikasi. Kedua dimensi ini berpotensi menjadi penyebab rendahnya kepuasan pengguna (*customer satisfaction*). Oleh karena itu, penelitian ini dirancang untuk mengkaji sejauh mana *user experience* dan *utilitarian value* berpengaruh terhadap *continuance intention* pengguna aplikasi Klik Indomaret di DKI Jakarta melalui mediasi *customer satisfaction*.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dalam penelitian ini sesuai dengan penjabaran dari latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

- a. Perkembangan layanan *e-grocery* berbasis aplikasi di Indonesia telah meningkatkan tingkat persaingan antar perusahaan ritel digital dalam memenuhi kebutuhan belanja harian konsumen, khususnya di wilayah perkotaan seperti DKI Jakarta.
- b. Tingginya tingkat *brand awareness* layanan *e-grocery* Klik Indomaret belum sepenuhnya sejalan dengan penilaian pengguna terhadap kualitas aplikasi, yang tercermin dari rating dan ulasan pengguna di Google Play Store, sehingga mengindikasikan adanya kesenjangan antara ekspektasi dan pengalaman pengguna.
- c. Pengguna layanan *e-grocery* memiliki preferensi yang beragam dalam menggunakan aplikasi, seperti kemudahan penggunaan, keandalan sistem, kejelasan informasi produk, ketepatan waktu pengiriman, serta kenyamanan tampilan antarmuka. Keberagaman preferensi tersebut menjadi tantangan bagi



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perusahaan dalam menyediakan kualitas layanan elektronik yang konsisten dan sesuai dengan harapan pengguna.

- d. Pengalaman pelanggan (*user experience*) dan nilai utilitarian (*utilitarian value*) yang belum optimal berpotensi memengaruhi penggunaan berkelanjutan (*continuance intention*), yang pada akhirnya dapat berdampak pada penurunan minat penggunaan ulang layanan *e-grocery* Klik Indomaret serta melemahnya daya saing perusahaan di tengah persaingan industri *e-grocery*.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan dan pembatasan masalah di atas, penulis merumuskan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- Seberapa besar pengaruh langsung *user experience* terhadap *continuance intention* pada layanan *e-grocery* Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta?
- Seberapa besar pengaruh *user experience* terhadap *continuance intention* melalui *customer satisfaction* pada layanan *e-grocery* Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta?
- Seberapa besar pengaruh langsung *utilitarian value* terhadap *continuance intention* pada layanan *e-grocery* Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta?
- Seberapa besar pengaruh *utilitarian value* terhadap *continuance intention* melalui *customer satisfaction* pada layanan *e-grocery* Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta?
- Bagaimana solusi dari pengaruh *user experience* dan *utilitarian value* layanan *e-grocery* Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta dalam mempertahankan *continuance intention*?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini yaitu:

- Mengidentifikasi pengaruh langsung *user experience* terhadap *continuance intention* pada layanan *e-grocery* Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta.



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- b. Mengidentifikasi pengaruh *user experience* terhadap *continuance intention* melalui *customer satisfaction* pada layanan *e-grocery* Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta.
- c. Mengidentifikasi pengaruh langsung *utilitarian value* terhadap *continuance intention* pada layanan *e-grocery* Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta.
- d. Mengidentifikasi pengaruh *utilitarian value* terhadap *continuance intention* melalui *customer satisfaction*
- e. Merumuskan solusi dari pengaruh *user experience* dan *utilitarian value* layanan *e-grocery* Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta melalui *customer satisfaction* dalam mempertahankan *continuance intention*.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

1) Pihak Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menyediakan data empiris untuk mendukung pemahaman konsep dan teori dalam bidang manajemen pemasaran digital, khususnya yang berkaitan *user experience*, *utilitarian value*, *customer satisfaction*, dan *continuance intention* pada layanan *e-grocery*. Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai ilustrasi studi kasus dalam proses pembelajaran serta sebagai referensi akademik yang relevan dengan perkembangan layanan ritel berbasis aplikasi di Indonesia.

2) Pihak Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi ilmiah yang *user experience*, *utilitarian value*, *customer satisfaction*, dan *continuance intention* pada layanan *e-grocery*. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai sumber inspirasi dan acuan dalam penyusunan tugas akhir maupun penelitian lanjutan dengan bidang kajian yang serupa.

**Hak Cipta :**

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

b. Manfaat Praktis**1) Pihak Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pihak manajemen Klik Indomaret mengenai kondisi kualitas layanan elektronik yang dirasakan oleh pengguna aplikasi *e-grocery*, khususnya di wilayah DKI Jakarta. Melalui analisis pengaruh *user experience*, *utilitarian value*, *customer satisfaction*, dan *continuance intention* pada layanan *e-grocery*, rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan strategis bagi perusahaan dalam mempertahankan *continuance intention* pengguna aplikasi yang lebih tepat sasaran, berorientasi pada pengalaman pengguna, serta mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan dan daya saing perusahaan di tengah persaingan industri *e-grocery* yang semakin kompetitif.

2) Pihak Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sebagai pengguna layanan *e-grocery*, khususnya dalam meningkatkan kualitas pengalaman berbelanja secara online melalui aplikasi Klik Indomaret. Dengan adanya perbaikan layanan berbasis hasil penelitian, masyarakat diharapkan dapat memperoleh kemudahan, kenyamanan, serta kepuasan yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhan belanja harian secara digital.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh *User Experience* dan *Utilitarian Value* terhadap *Continuance Intention* melalui *Customer Satisfaction* pada pengguna aplikasi e-grocery Klik Indomaret di wilayah DKI Jakarta, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. *User experience* berpengaruh langsung terhadap *continuance intention*. Pengalaman pengguna yang baik saat berinteraksi dengan aplikasi Klik Indomaret baik dari sisi kemudahan penggunaan, kenyamanan, maupun kelancaran proses transaksi terbukti secara langsung mendorong niat pengguna untuk terus menggunakan layanan tersebut. Di antara variabel lain dalam penelitian ini, *user experience* memberikan kontribusi yang paling besar dan dominan terhadap *continuance intention*.
- b. *User experience* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* melalui *customer satisfaction*. Pengaruh *user experience* terhadap keberlanjutan penggunaan aplikasi terjadi secara langsung, tanpa perlu dimediasi oleh kepuasan pengguna. Artinya, pengguna cenderung memutuskan untuk terus menggunakan aplikasi berdasarkan pengalaman yang dirasakan secara langsung, bukan karena adanya rasa puas yang terbentuk lebih dulu.
- c. *Utilitarian value* berpengaruh langsung terhadap *continuance intention*, namun dengan arah yang berlawanan dari yang diharapkan. Semakin tinggi efisiensi dan kepraktisan yang dirasakan pengguna, justru cenderung menurunkan niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi Klik Indomaret. Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna yang berorientasi pada manfaat fungsional semata cenderung lebih mudah berpindah ke platform lain apabila menemukan alternatif yang dinilai lebih menguntungkan.
- d. *Utilitarian value* tidak berpengaruh signifikan terhadap *continuance intention* melalui *customer satisfaction*. Sama halnya dengan *user experience*, pengaruh

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

utilitarian value terhadap keberlanjutan penggunaan aplikasi juga tidak terbukti dimediasi oleh kepuasan pengguna, sehingga *customer satisfaction* belum dapat dikatakan berperan sebagai jembatan penghubung dalam model penelitian ini.

- e. Solusi untuk mempertahankan *continuance intention* lebih tepat diarahkan pada penguatan pengalaman pengguna secara langsung, tidak hanya pada peningkatan *customer satisfaction*.

5.2 Saran

a. Bagi Klik Indomaret

- 1) Klik Indomaret disarankan untuk terus meningkatkan kualitas *user experience*, mengingat variabel ini terbukti menjadi determinan utama dalam mendorong penggunaan berkelanjutan (*continuance intention*). Peningkatan dapat dilakukan melalui penyederhanaan alur navigasi, percepatan waktu muat (*loading time*), perbaikan tampilan antarmuka (*interface*), serta peningkatan stabilitas sistem agar pengguna merasa nyaman dan mudah dalam bertransaksi.
- 2) Klik Indomaret perlu mengevaluasi kembali strategi yang berkaitan dengan *utilitarian value*. Perusahaan disarankan untuk tidak hanya menonjolkan manfaat fungsional seperti efisiensi waktu dan kepraktisan, tetapi juga menyeimbangkannya dengan aspek emosional dan pengalaman, misalnya melalui program loyalitas, personalisasi layanan, maupun elemen interaktif yang dapat meningkatkan keterikatan pengguna terhadap aplikasi.
- 3) Variabel *customer satisfaction* belum terbukti berperan signifikan sebagai mediator, perusahaan disarankan untuk menelaah lebih lanjut faktor-faktor pembentuk kepuasan pengguna yang lebih relevan dengan karakteristik layanan *e-grocery*, seperti kecepatan pengiriman, ketersediaan dan kelengkapan produk, akurasi pesanan, serta responsivitas layanan pelanggan dalam menangani keluhan pengguna.
- 4) Klik Indomaret disarankan untuk secara rutin melakukan survei kepuasan dan pengalaman pengguna guna memantau persepsi pengguna terhadap layanan

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

secara berkelanjutan, sehingga strategi perbaikan dapat dilakukan secara adaptif berdasarkan kebutuhan pengguna yang aktual.

b. Bagi Politeknik Negeri Jakarta

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi Politeknik Negeri Jakarta, khususnya dalam pengembangan bahan ajar dan bahan kajian pada mata kuliah yang berkaitan dengan perilaku konsumen digital, sistem informasi, dan pemasaran digital.
- 2) Penelitian ini juga diharapkan dapat mendorong terjalinnya kerja sama antara Politeknik Negeri Jakarta dengan pelaku industri ritel digital, dalam bentuk program magang, riset kolaboratif, maupun studi kasus, guna memberikan mahasiswa pengalaman langsung dalam menganalisis permasalahan bisnis digital secara nyata.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi *continuance intention*, seperti *trust*, *perceived risk*, atau *switching cost*, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberlanjutan penggunaan aplikasi *e-grocery*.
- 2) Karena variabel *customer satisfaction* tidak terbukti signifikan sebagai variabel mediasi dalam penelitian ini, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji ulang indikator pengukuran *customer satisfaction* atau menguji variabel mediasi lain yang mungkin lebih relevan, seperti *brand trust* atau *perceived value*.
- 3) Memperluas cakupan wilayah penelitian tidak hanya di DKI Jakarta, tetapi juga di wilayah lain, serta memperbesar jumlah sampel penelitian guna meningkatkan generalisasi hasil peneliti.



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Ahdiat, A. (2024). *Proporsi Konsumen Belanja Online dari Jakarta sampai Papua*. Katadata.
- Aji, R., Yudha, S., Abas, N. I., & Surakarta, U. M. (2026). *Faktor Penentu Kepuasan dan Niat Berkelanjutan Pengguna GrabFood , GoFood , dan ShopeeFood di Surakarta Abstrak Pendahuluan*. 9(1), 714–730. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v9i1.2099>
- Alhamro, M. A., & Fadlullah, F. (2026). *Pengaruh System Quality dan Perceived Usefulness terhadap Continuance Intention Aplikasi LINE dengan S atisfaction sebagai Mediator*. 2(2), 2593–2613.
- Andini, A. Y., Suhud, U., & Kasofi, A. (2025). Analisis Faktor Kepuasan dan Niat Penggunaan Berkelanjutan Mobile Banking : Tinjauan User Experience , E-Service Quality , Perceived Security. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 66–85.
- Aria Dewi Septiani, Samuel Indra Marcelino, A. Y. (2022). Pengaruh E-Satisfaction Terhadap Continuance Intention Pada Pengguna Aplikasi Akulaku. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*, 9(1), 227–236.
- Arini, F. Y., Saputra, G. S. A., Putri, F. W. R., kemendag.go.id, Pratama, E. V. J., & Asfino, F. N. (2025). *Analisis Aspek Ergonomi pada Proses Pembayaran Aplikasi Klik Indomaret menggunakan Metode NASA Task Load Index (NASA-TLX)*.
- Bae, J., & Jeon, H. (2022). *Exploring the Relationships among Brand Experience , Perceived Product Quality , Hedonic Value , Utilitarian Value , and Brand Loyalty in Unmanned Coffee Shops during the COVID-19 Pandemic*.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding Information Systems Continuance: An Expectation Confirmation Model. *MIS Quarterly*, Vol. 25 No, 351–370. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/3250921>
- Daniel K. Maduku, P. T. (2022). *Understanding consumers' mobile shopping continuance intention: New perspectives from South Africa*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.103185>
- Darell Hendry, Putu Wuri Handayani, N. C. H. (2024). *Online Grocery Marketplace Users' Continuance Intention in Indonesia: The Influence of Customer Satisfaction and Perceived Usefulness*.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, Vol. 13 No, 319–340. <https://doi.org/https://doi.org/10.2307/249008>
- Deacon, P. B. (2020). *UX ad UI Strategy*.
- Evelina, T. Y., & Kusumawati, A. (2020). *The Influence of Utilitarian Value, Hedonic Value, Social Value, and Perceived Risk on Customer Satisfaction: Survey of e-Commerce Customers in Indonesia*. 21(2), 613–622.
- Fahlevi, R., Ulima, D., Tobing, L., & Adika, M. R. (2024). *Continuance Intention pada Aplikasi E-Wallet dengan Menggunakan Extended Expectation Confirmation Model (EECM)*. 54–65.



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Fahmi, F. (2025). Peneliti UNAIR Menakar Pengalaman Belanja Digital: Alfagift vs Klik Indomaret Berdasarkan NLP. *Universitas Airlangga*.
- Fernanda, J., & Puruwita, D. (2025). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Customer Satisfaction serta Dampaknya terhadap Continuance Intention pada Pengguna Aplikasi Klik Indomaret*. 2(4), 517–529.
- Fitriana, D. E., & Yanto, A. F. (2020). Analisis User Experience (UX) Fitur Marketplace Facebook. *Jurnal Ekonomi Dan Teknik Informatika*, 8(2), 47–66.
- Greeshma, P, Jisha, Vijay, P. M. K. (2025). the Expectation Confirmation Theory: a Service Perspective. *GAP Bodhi Taru a Global Journal Od Humanitiies*, (I), 10–18. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5288999>
- Hair, J. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Hariguna, T., Ruangkanjanases, A., Madon, B. Bin, & Alfawaz, K. M. (2023). Assessing Determinants of Continuance Intention Toward Cryptocurrency Usage: Extending Expectation Confirmation Model With Technology Readiness. *SAGE Open*, 13(1). <https://doi.org/10.1177/21582440231160439>
- Haryono, S. (2016). *Metode SEM untuk Penelitian Manajemen Amos Lisrel PLS*. PT Intermedia Personalia Utama.
- Hayati, D., Adhe, D., Naue, B., Mangunsong, S., Yuniarti, T., & Bayunata, A. (2021). *Analisis Kualitas Aplikasi Kesehatan Menggunakan Model Overall User Experience (Ux) Dan Konsep Continuance Intention Quality Analysis Of Health Applications Using Overall User Experience (Ux) Model And Continuance Intention Concept Politeknik APP Jaka*. 16(2), 81–86. <https://doi.org/10.36086/jpp.v16i1.489>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- ISO. (2010). *ISO 9241-210:2010 Ergonomics of human system interaction. Part 210: Human centred design for interactive systems*.
- Kolondam, Y., Reynaldi, E., Darmawan, K. A., & Setiowati, R. (2023). *The Influence Of Utilitarian , Hedonic , And E-Service Quality On Consumer Satisfaction Toward E-Grocery*. 2668–2679.
- Mayasari, R., & Heryana, N. (2023). *Konsep dan Teori Desain User Experience Perangkat Lunak*. https://www.researchgate.net/profile/Nono-Heryana/publication/377968095_Konsep_dan_Teori_Desain_User_Experien ce/links/65c06fb31e1ec12eff73a952/Konsep-dan-Teori-Desain-User-Experience.pdf?origin=publication_detail&_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1Ym
- Ned Kock, P. H. (2018). Minimum sample size estimation in PLS-SEM: The inverse square root and gamma-exponential methods. *Information Systems Journal*, 28. https://cits.tamui.edu/kock/pubs/journals/2018/Kock_Hadaya_2018_ISJ_Sa mpleSizePLS.pdf
- Nguyen, G. Do, & Thi Dao, T. H. (2024). The Moderating Role of Flow Experience



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- on Mobile Commerce Continuance Intention: The Integrative View of User Adaptation, Expectation-Confirmation, and Task-Technology Models. *SAGE Open*, 14(2), 1–16. <https://doi.org/10.1177/21582440241253889>
- Populix. (2025). *Survei Populix: Preferensi Pembeli Saat Grocery Shopping*.
- Prabowo, D. P., Yanuarsari, D. H., & Anggi, R. (2020). *Persepsi User Experience Terhadap Aplikasi Pesan Antar Makanan Online (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Madhang.id)*. 6(1), 48–55.
- Purwanto, A., & Sudargini, Y. (2021). Partial Least Squares Structural Squation Modeling (PLS-SEM) Analysis for Social and Management Research : A Literature Review *Journal of Industrial Engineering & Management Research. Journal Od Industrial Engineering & Management Research*, 2(4), 114–123.
- Rahajeng Ayesha Abdella, R. I. (2024). Customer satisfaction in e-commerce : The role of service quality , product quality , and e-servicescape influences via perceived value. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 368–382.
- Rasoolimanesh, S. M. (2022). *Discriminant validity assessment in PLS-SEM : A comprehensive composite-based approach*. 3(February), 1–8.
- Sahri, S., Endah, N., & Wuryandari, R. (2023). Pengaruh User Interface dan User Experience pada Customer Satisfaction dan implikasinya pada Intention To Continue To Use Tokopedia Pendahuluan Dalam era digital , sistem jual beli melalui situs online menghilangkan batasan jarak dan. *Score : Jurnal Lentera Manajemen Pemasaran*, 01(02), 80–88.
- Shabrina, S. (2025). *APJII Rilis Data Terbaru 2025: Pengguna Internet di Indonesia Capai 229 Juta Jiwa*. Teknologi.Id.
- Simanihuruk, P. (2023). *Metode Penelitian Berbagai Bidang Keilmuan*.
- Statistik, B. P. (2025). *Provinsi Jakarta dalam Angka 2025*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Susanti, D. N., & Riptiono, S. (2019). *Pengaruh Customer Experience , Utilitarian Benefit dan Hedonic Benefit Terhadap Intention to Recommended Melalui Customer Satisfaction*. 13(2), 194–203.
- Tommy Setiawan Ruslim, Othniel Netaneel, H. P. S. (2023). Hedonic Value Dan Utilitarian Value Sebagai Prediktor Terhadap Customer Loyalty Dengan Customer Satisfaction Sebagai Mediator. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 7(1), 155–165.
- Yusuf, M. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Metode Gabungan*. <https://online.fliphtml5.com/qtbt/jmol/#p=1>
- Zulfikar, R. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori, Metode dan Praktik*.