

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

PT Maresto Inovasi Indonesia adalah salah satu perusahaan teknologi dari Indonesia yang berada di Jalan Cisituh Indah III No.2, Desa/Kelurahan Dago, Kec. Coblong, Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat, Kode Pos: 40135, didirikan dan dikelola oleh alumni Fakultas Ilmu Terapan Universitas Telkom. Teknologi yang dirilis oleh PT Maresto Inovasi Indonesia adalah Aplikasi Maresto. Aplikasi Maresto berfokus pada layanan pemesanan digital, pemilik cabang, dan POS (*Point Of Sale*) / kasir via *mobile online*. PT Maresto Inovasi Indonesia membuat aplikasi Maresto ini karena melihat permasalahan yang sering terjadi pada transaksi dalam perusahaan F&B, misalnya antrian langsung dalam proses pemesanan, restoran masih menggunakan menu konvensional dari kertas yang kurang efisien terhadap perubahan atau penambahan menu, proses pengantaran pesanan terkadang terhambat oleh proses pencarian meja/tempat duduk pelanggan, banyak metode pembayaran yang dimiliki pelanggan sehingga butuh waktu untuk menyediakan semua tipe pembayarannya, sedangkan Maresto hadir untuk melengkapi kekurangan tersebut dalam mengikuti perkembangan zaman.

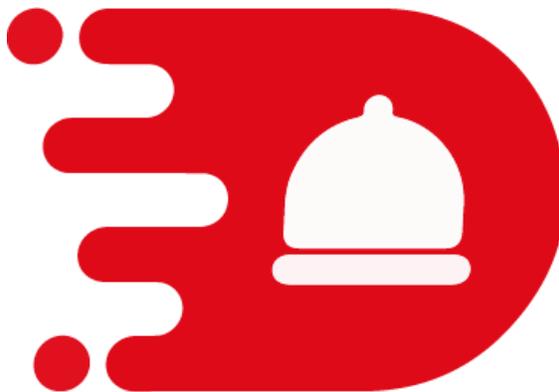
Pada tahun 2020, pendiri Maresto berhasil membawa gagasan ini masuk ke dalam 10 besar terbaik pada kompetisi "BRI x Google Cloud Hackathon" dengan mengungguli 11.599 peserta lainnya. Sejak didirikan pada tahun 2021, Maresto fokus mengembangkan *prototipe* yang dihasilkan dalam kompetisi Hackathon menjadi produk yang siap dipasarkan. Setelah melalui proses pengembangan yang panjang, Maresto diperkenalkan secara terbatas pada awal tahun 2022 kepada beberapa restoran melalui hubungan personal dengan pendiri Maresto. Dalam waktu singkat, kurang dari 10 restoran menjadi mitra Maresto yang menggunakan *platform* ini. (*Sumber* : Data Perusahaan 2023)

Selama tahun 2022, Maresto mencatat sekitar 250 ribu transaksi dengan total perputaran uang pembayaran digital sekitar 76 juta rupiah. Semua transaksi tersebut berasal dari kurang dari 10 restoran mitra Maresto. Hal ini membuktikan kesiapan aplikasi Maresto untuk dipasarkan lebih luas.

Maresto memiliki rencana untuk memperluas pasar dan memperkuat model bisnisnya pada tahun 2023. Dengan dukungan keuangan yang mandiri dan infrastruktur teknologi yang didukung oleh Google Cloud Platform, Maresto optimis dapat memperluas pangsa pasarnya pada tahun 2023 dan berharap mendapatkan pendanaan modal baru segera. (*Sumber* : Data Perusahaan 2023)

### 1.1.2 Logo Perusahaan

Berikut ini merupakan logo dari PT Maresto Inovasi Indonesia



**GAMBAR 1. 1**

Logo PT Maresto Inovasi Indonesia

*Sumber:* Dokumentasi Perusahaan, 2023

a) Makna Logo

Warna dalam dunia teknologi yang terus bergerak cepat, warna merah mencerminkan kecepatan perkembangan, ketertarikan, dan antusiasme dalam mengadopsi dan menggunakan teknologi terbaru. Arti keseluruhan, kemajuan dalam dinamika teknologi pada industri F&B

b) Makna Warna

1. Arah kanan menandakan kemajuan dinamika dan perubahan dalam teknologi
2. Sisis kiri yang bergelombang menandakan dinamika perubahan dalam teknologi
3. Tudung saji melambangkan industri F&B

### 1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

PT Maresto Inovasi Indonesia memiliki visi misi guna menunjang tujuan bersama. Visi misi yang dimilikinya adalah sebagai berikut :

#### A. Visi

Menjadi Platform Ekosistem Industri F&B Terdepan di Indonesia

#### B. Misi

1. Berperan dalam transformasi digital industry F&B di seluruh Indonesia
2. Menciptakan layanan ekosistem digital yang terjangkau untuk UMKM
3. Menciptakan pasar terintegrasi dalam ekosistem digital
4. Bertumbuh bersama mitra dalam memajukan industry F&B di Indonesia
5. Membawa restoran dalam genggamannya konsumen.

### 1.1.4 Layanan Aplikasi Maresto

Aplikasi Maresto memiliki beberapa fitur antara lain :

1. *Self Order (Pay at Table)*



**GAMBAR 1. 2**

Fitur Self Order Maresto

*Sumber* : Dokumentasi Perusahaan, 2023

2. Fitur self-order yang didukung dengan notifikasi sehingga memudahkan operasional restoran / kafe untuk mempermudah pelanggan.
3. Pembayaran Lengkap (Mendukung pembayaran tunai dan non-tunai)



### **GAMBAR 1.3**

Fitur Pembayaran Aplikasi Maresto

*Sumber* : Dokumentasi Perusahaan, 2023

Metode pembayaran yang lengkap mulai dari pembayaran tunai, QRIS, DANA, OVO, dll. Aplikasi juga memiliki fitur *Print Note/Struk* untuk memudahkan kasir dan operasional

4. *Point of Sales* / POS (Fitur untuk kasir)



**GAMBAR 1. 4**

Contoh Fitur Point Of Sales Aplikasi Maresto

*Sumber* : Dokumentasi Perusahaan, 2023

Rekapan penjualan yang lengkap, mulai dari data pelanggan yang tercatat untuk dijadikan analisis penjualan oleh owner

5. Menu Digital (Menu yang dapat diubah oleh owner)



**GAMBAR 1. 5**

Fitur Menu Digital Maresto

*Sumber* : Dokumentasi Perusahaan, 2023

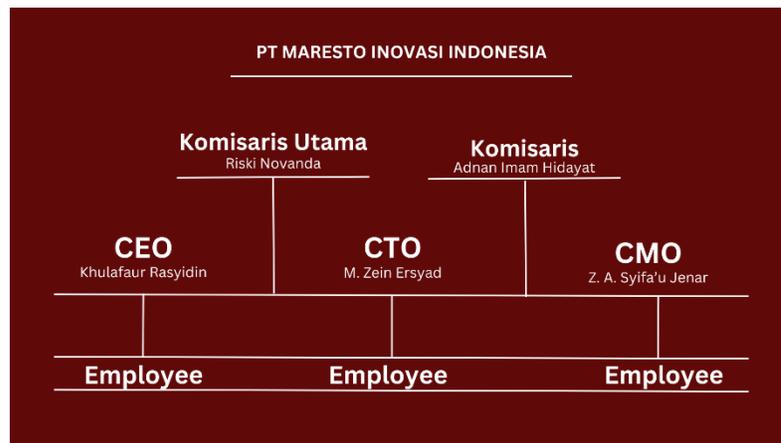
Menu digital yang bisa diubah dengan efisien mulai dari nama, harga, kategori, dan foto produk. Menu digital bisa dilihat pada aplikasi dan website.

Maresto hadir dengan 3 aplikasi :

1. Aplikasi Operasional Resto
  - a) *Point Of Sales* (Beberapa metode pembayaran & print note/struk belanja)
  - b) Manajemen menu pada restoran
  - c) Manajemen transaksi
  - d) Notifikasi pemesanan dari pelanggan
  - e) Riwayat transaksi
  - f) Manajemen meja/tempat duduk pelanggan di restoran
  - g) Analisis penjualan
2. Aplikasi Owner
  - a) Manajemen profile restoran (*Trademarks*)
  - b) Manajemen cabang
  - c) Data pelanggan tetap
  - d) Dashboard (Grafik penjualan dan analisis umum)
  - e) Manajemen Menu
  - f) Penarikan dana penjualan
3. Aplikasi Customer
  - a) *Self Order (Pay at Table)*
  - b) Explore restoran (Mencari resto dan kategori restoran)
  - c) Melihat menu pada restoran
  - d) Pemesanan dan pembayaran (Tunai, OVO, DANA, GOPAY, ShopeePay, LinkAja, dll)
  - e) Saldo digital pada aplikasi maresto
  - f) Notifikasi transaksi pemesanan

### 1.1.5 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah sebuah susunan berbagai komponen atau unit-unit kerja dalam sebuah organisasi atau perusahaan. Dalam pembagian kerja dan fungsi atau kegiatan yang berbeda bisa dikoordinasikan dengan baik untuk mencapai dan menjalankan visi misi. Di bawah ini struktur organisasi yang ada pada PT Maresto Inovasi Indonesia.



**GAMBAR 1. 6**

Struktur Organisasi PT Maresto Inovasi Indonesia

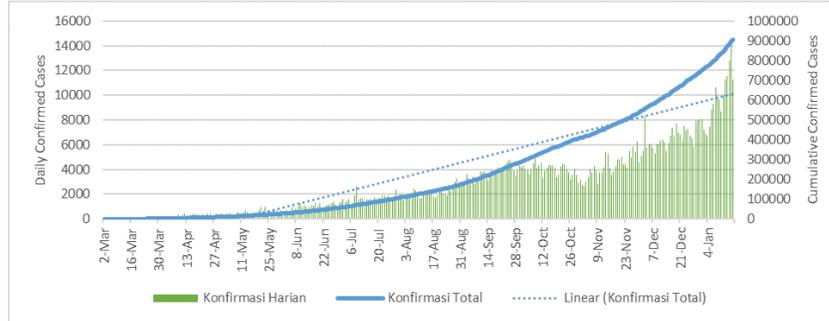
Sumber : Dokumentasi Perusahaan, 2023

Pada PT Maresto Inovasi Indonesia pemegang saham utama yang menjalankan pengawasan kegiatan perusahaan serta menetapkan kebijakan – kebijakan yang ada di perusahaan dipegang oleh komisaris. Di bawah itu ada beberapa kepala bagian, CEO bertugas untuk mengatur jalannya suatu bisnis pada perusahaan, CTO bertugas untuk mengatur segala keperluan teknis dalam pengembangan aplikasi, dan CMO bertugas untuk memperluas target marketing pada Maresto. Setiap kepala bagian memiliki beberapa karyawan struktural lainnya.

## 1.2 Latar Belakang

Pada awal tahun 2020, dunia menghadapi pandemi yang disebabkan oleh virus corona, juga dikenal sebagai Covid-19. Virus ini pertama kali muncul di daerah Wuhan di China, dan telah menjadi pandemi berskala global. Penyakit ini menyerang area pernafasan manusia, sehingga beresiko pada kematian (Sampurno, 2020). Indonesia memiliki catatan kasus yang terus meningkat pada setiap harinya. Langkah – langkah pencegahan dan kebijakan baru yang disusun oleh pemerintah juga sudah dikerahkan demi menekan angka penyebaran wabah Covid-19 di Indonesia. Kemajuan teknologi informasi, komunikasi, dan sosial media sangatlah membantu pergerakan aktivitas sosial pada masa pandemi ini. Urgensi perubahan aktivitas sosial yang terjadi karena pandemic Covid-19 membuat pemerintah dan masyarakat memutar otak untuk tetap bisa menjalankan aktivitas khususnya dalam kegiatan perekonomian tanpa harus melanggar protocol kesehatan (Putra, 2020). Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi di kalangan masyarakat telah berkembang dan menciptakan inovasi-inovasi baru, sehingga kegiatan perekonomian tidak serta merta berhenti begitu saja karena adanya pandemi Covid-19.

Dalam mengurangi tingkat mobilitas dan memutus rantai penularan Covid-19, pemerintah menghimbau masyarakat Indonesia untuk melakukan *Work From Home* (WFH) pada awal maret 2020 saat pandemi Covid-19 mulai masuk dan membawa dampak negatif di Indonesia. Beberapa orang yang harus keluar rumah diwajibkan untuk menerapkan protokol khusus, seperti : *physical distancing*, menjaga kebersihan, dan memakai masker bila berada diluar rumah. Pada tanggal 23 Desember 2021, Kementrian Kesehatan Republik Indonesia menyatakan, sampai pada tanggal 18 Januari 2021 jumlah kasus di Indonesia terus meningkat, tercatat 907.929 kasus dan 25.987 meninggal. Berikut sebaran kasus dari tanggal 2 Maret 2020 sampai dengan 18 Januari 2021 (*Sumber : p2p.kemkes.go.id*)



**GAMBAR 1. 7**

**Grafik Perkembangan Kasus Harian Covid-19 di Indonesia**

*Sumber* : p2p.kemkes.go.id : Penguatan Sistem Kesehatan dalam Pengendalian Covid-19

Berdasarkan data statistik penyebaran Covid-19 di Indonesia, penyebaran Covid-19 pada awal tahun 2020 meningkat secara signifikan di Indonesia, sehingga pemerintah menetapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) di beberapa wilayah Indonesia yang mewajibkan masyarakat untuk membatasi tingkat mobilitas. Pada akhir bulan April 2020 Indonesia mulai memasuki era *new normal* dan masyarakat mulai beradaptasi dengan situasi *new normal* yang telah dialami hingga masa Covid-19 mulai mereda.

Pandemi Covid- 19 berdampak besar pada sektor industri restoran di seluruh dunia, salah satu industri terdampak yaitu restoran di Indonesia, pada saat pandemic total 1033 restoran tutup dan palit Dalam menghadapi situasi *new normal*, kapasitas restoran dibatasi dan menjadi tidak maksimal, serta terdapat pembatasan interaksi fisik yang membuat restoran harus menutup gerai sebagai tempat *dine in* pada PSBB, setelah beberapa bulan penerapan era *new normal* dijalankan oleh masyarakat, lonjakan kasus Covid-19 kembali terjadi, oleh karena itu membuat pemerintah untuk menerapkan PPKM tahap 4 pada bulan Juli hingga Agustus 2021. Setelah angka penularan Covid-19 menurun, pemerintah kembali menerapkan situasi *new normal*, sehingga masyarakat sudah diperbolehkan untuk

mengunjungi tempat umum ataupun restoran dengan protokol ketat. Namun, menurut wawancara yang dilakukan oleh Bayhaqi dengan Netty Prasetyani Komisi IX DPR RI mengenai kondisi tempat umum pada era *new normal*, mobilitas masyarakat mulai dinyatakan tinggi, transportasi umum pada era semakin padat, serta *mall* dan pusat perbelanjaan sudah semakin ramai. Dengan naiknya tingkat mobilitas masyarakat. Maka, penyebaran Covid-19 wajib diwaspadai (*Sumber* : Merdeka.com, 2021).

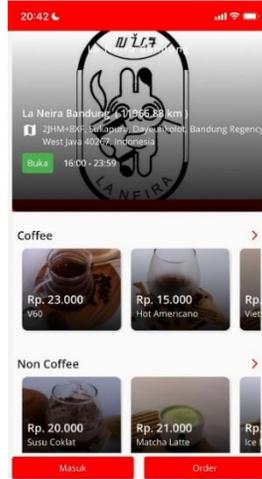
Menurut Jang & Lee (2021) *contactless service* dibutuhkan oleh perusahaan / industri untuk menghadapi dampak negatif pandemi Covid-19 khususnya pada restoran, untuk meningkatkan minat beli ulang konsumen. *Contactless service* dapat direalisasikan dengan adanya pengguna *Self Service Technology* (STT) dalam bentuk *self ordering* pada aplikasi Maresto ini. Penggunaan *self ordering* di aplikasi Maresto menjadi media yang tepat untuk menggantikan jasa manusia dalam menerima pesanan konsumen. Adanya pandemi ini mengharuskan masyarakat untuk mengurangi interaksi fisik/kontak fisik. Penggunaan *self ordering* ini pada era *new normal* dapat memberikan layanan mandiri berbasis teknologi dan turut mendukung peraturan pemerintah untuk mengurangi interaksi secara langsung. Sehingga dari penelitian ini lebih lanjut diteliti mengenai keterkaitan penggunaan *self ordering* untuk mengetahui kualitas *self ordering* dan mengetahui pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen terhadap pembelian melalui aplikasi Maresto.

Kemajuan teknologi dan transformasi digital saat era *new normal* telah membawa perusahaan pada perilaku pelanggan atau konsumen. Sebagian besar konsumen lebih tertarik untuk melakukan transaksi online karena lebih praktis dan efisien, maka perubahan yang paling mendasar yaitu minat konsumen untuk berbelanja secara langsung dengan mendatangi toko telah berkurang. Maresto menghadirkan sebuah aplikasi yang hanya dengan menggunakan *smartphone* dengan koneksi internet, maka konsumen dapat membeli berbagai kebutuhan mereka. Informasi terkait dengan produk atau jasa yang ditawarkan dapat dijangkau

oleh konsumen dengan mudah. Pelayanan juga dapat dilakukan secara lebih optimal, baik dalam proses transaksi pembelian, pengiriman, hingga complain atas kendala yang mungkin terjadi maupun cara mengatasinya. Dengan begitu, adanya transformasi digital akan mampu meningkatkan kepuasan bagi konsumen.

PT Maresto Inovasi Indonesia menjadi salah satu perusahaan yang telah mengikuti perkembangan kemajuan teknologi dan bersaing dengan perusahaan yang menawarkan teknologi untuk para UMKM agar bisnisnya bisa didigitalisasikan. PT Maresto Inovasi Indonesia yang bergerak dalam bidang teknologi dan menawarkan aplikasi *self ordering* yaitu Maresto tentu harus bisa selalu memberikan kualitas layanan terbaiknya sebagai kunci utama keberhasilan perusahaan dalam persaingan bisnis. Selain itu juga PT Maresto Inovasi Indonesia memberikan layanan terhadap bisnis-bisnis lain yang membutuhkan bantuan agar bisnis tersebut bisa didigitalisasi. Aplikasi Maresto ini telah mengembangkan system untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memudahkan para owner dalam mengelola bisnis, serta memudahkan konsumen dalam membeli produk di café/resto melalui *self ordering*. Sebelumnya, saat Covid-19 belum menyerang Indonesia, café&resto kebanyakan di Indonesia terutama daerah Bandung harus memesan produk melalui interaksi secara langsung, aplikasi ini memberikan solusi untuk para pemangku bisnis di bidang F&B agar bisa tetap menjalankan bisnisnya tanpa melanggar kebijakan pemerintah untuk melakukan *social distancing*. Untuk itu adanya *E-Service Quality* untuk menunjang kualitas pelayanan pada aplikasi atau *system* pembelian produk melalui *scan barcode* yang sudah disediakan saat melakukan transaksi pembelian.

Aplikasi Maresto adalah aplikasi yang menyediakan *self order payment* untuk konsumen usaha, *point of sales* untuk mengukur pendapatan secara statistik, dan bisa membantu *owner* bisnis untuk mendigitalisasikan setiap cabang yang mereka miliki. Beragam keuntungan bisa dinikmati oleh para pengguna aplikasi Maresto.



**GAMBAR 1. 8**

Tampilan Aplikasi Maresto Pada Café La Neira

*Sumber* : Scan Barcode Pada Café La Neira

Aplikasi Maresto dikembangkan untuk semakin mempermudah pelanggan dalam melakukan transaksi. Melalui aplikasi Maresto, pelanggan yang ingin memesan produk pada sebuah café/resto hanya melakukan transaksi melalui aplikasi Maresto, tidak perlu lagi repot untuk datang ke kasir maupun menunggu pelayanan datang untuk memesan. Selain itu hasil pemesanan bisa langsung dilihat oleh kasir dan pesanan bisa segera disiapkan.

Selain mendownload aplikasi Maresto, transaksi pembelian juga dapat mudah dilakukan dengan *scan barcode* yang sudah disediakan pada setiap café&resto pengguna aplikasi Maresto, sehingga konsumen tidak perlu repot lagi untuk mendownload terlebih dahulu aplikasinya. Namun, pemesanan secara digital ini memiliki kekurangan apabila para konsumen belum bisa memahami tampilan yang disediakan, karena biasanya pelayanan secara langsung lebih mudah dilakukan oleh para konsumen yang tidak terlalu mengikuti perkembangan pada masa transformasi digital.

Menurut Umap et al., (2018) Mayoritas café&resto sebelum adanya era *new normal* masih menggunakan cara yang konvensional dan manual dalam proses

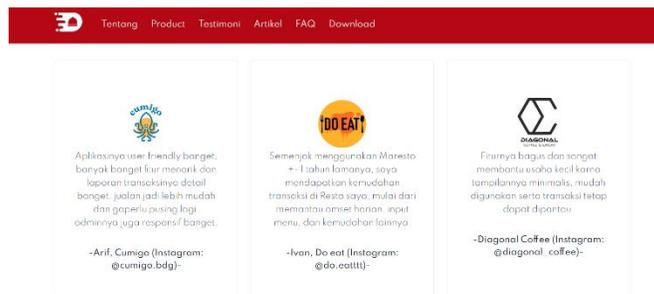
pemesanan makanan. Pelanggan yang datang biasanya menulis pesannya dalam secarik kertas kemudian pelayan akan mengambil nota pemesanan tersebut dan mengantarkannya ke bagian dapur. Proses tersebut menghabiskan banyak waktu dan membuka peluang terjadinya miskomunikasi karena human error. Tidak hanya itu, system pemesanan makanan manual juga membutuhkan banyak tenaga pelayan sehingga café&resto harus menambah pengeluaran untuk menggaji para pelayan. Untuk itu perlu adanya sebuah sistem yang dapat menggantikan sistem pemesanan manual yang selama ini dianggap kurang efektif dan efisien.

Menurut Adibah et al., (2021) Seiring dengan penggunaan mesin self ordering pada industri jasa makanan dapat meningkatkan pendapatan pada restoran yang telah menerapkannya, meningkatkan loyalitas konsumen, serta mendapatkan kesan yang positif dari karyawan restoran tersebut. Sistem pemesanan makanan berkonsep *self ordering* dapat menjadi alternatif solusi untuk menggantikan sistem pemesanan makanan manual. Sistem *self ordering* sendiri membuat pembeli dapat memesan makanan secara elektronik melalui fasilitas *barcode* yang sudah disediakan oleh café&resto tersebut. Beberapa café&resto menghadirkan layanan self ordering dalam rangka mempermudah pelanggan untuk memesan makanan yang ingin dibeli dan juga untuk mempercepat proses transaksi pembayaran dibandingkan dengan cara yang konvensional dengan langsung memesan makanan ke kasir.

Menurut Che Ishak et al., (2021) Bagi sebagian konsumen, belum terbiasa dengan hadirnya mesin self ordering. Konsumen yang masih belum terbiasa dengan mesin self ordering, lebih memilih dengan cara memesan makanan langsung ke kasir. Hanya masalah waktu untuk para konsumen café&resto akhirnya terbiasa dengan memesan makanan menggunakan self ordering, sehingga akan menimbulkan pengalaman yang menyenangkan serta membuat konsumen puas. Laporan National Association State of The Industry pada 2019, menyebutkan bahwa 41% operator layanan memiliki rencana untuk menggunakan lebih banyak pengguna sistem self ordering untuk dapat meningkatkan pengalaman pelanggan.

Menurut Tillster dalam Adibah et al., (2021) mencatat dimana lebih dari 65% konsumen cenderung pergi ke restoran yang menggunakan self ordering dalam pelayanannya karena mudah dan efisien.

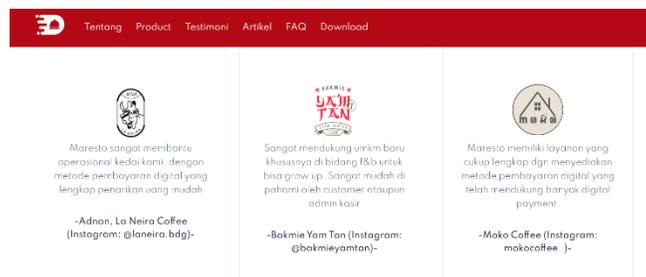
Ketika melakukan pembelian, pelanggan akan melakukan evaluasi, seberapa tinggi harapannya bisa terpenuhi dari layanan yang diterimanya. Ketika konsumen merasa puas, artinya harapan-harapan pelanggan terpenuhi, sebaliknya apabila ekspektasi atau harapan konsumen tidak terpenuhi, artinya pelanggan akan merasa kecewaan, sehingga disimpulkan kepuasan pelanggan adalah hasil penilaian (*judgement*) dari kinerja produk dihubungkan dengan harapan pelanggan (Effendi & Besra, 2019). Adapun hal-hal yang menjadi pertimbangan masalah dalam menggunakan aplikasi maresto pada bagian *E-Service Quality*. Adapun feedback dari café&resto yang menggunakan aplikasi Maresto untuk membantu mengoperasionalkan bisnisnya sebagai berikut :



**GAMBAR 1. 9**

Testimoni Pengguna Aplikasi Maresto 1

Sumber : Website Maresto, 2023

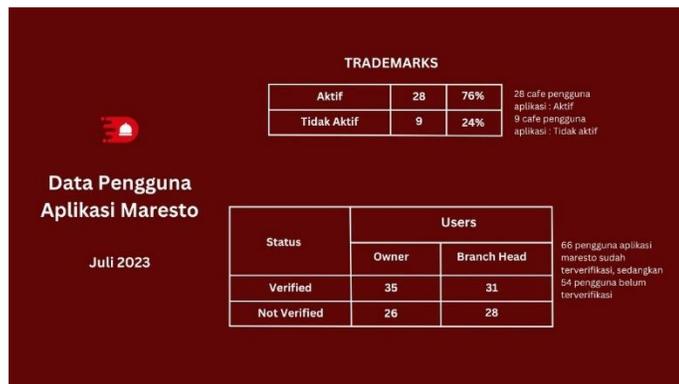


**GAMBAR 1. 10**

Testimoni Pengguna Aplikasi Maresto 2

Sumber : Website Maresto, 2023

Pada gambar 1.9 dan gambar 1.10 diatas dapat dilihat bahwa aplikasi Maresto sudah *user friendly* artinya sangat mudah digunakan dan dipahami, laporan transaksi dapat didapatkan langsung melalui aplikasi dan sudah sangat detail sehingga tidak menyusahakan bagian administrasi untuk mendapatkan laporan transaksi tersebut, metode pembayaran digital yang lengkap dan mudah untuk melakukan penarikan. Dari beberapa feedback yang didapatkan restoran dan café yang menggunakan aplikasi Maresto menunjukkan bahwa aplikasi tersebut sudah sangat membantu operasional bisnis, namun penggunaan aplikasi Maresto ini masih sepi peminat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya pengguna aplikasi Maresto saat ini masih rendah, berikut data perusahaan pengguna aplikasi Maresto yang dapat ditinjau.



**GAMBAR 1. 11**

Data Pengguna Aplikasi Maresto

*Sumber* : Data Perusahaan

Data pengguna aplikasi Maresto ini memperlihatkan bahwasanya masih sedikit yang menggunakan aplikasi Maresto hingga Juli 2023. Hal ini membuat pertanyaan terhadap kualitas layanan elektronik / *E-Service Quality* terhadap aplikasi Maresto. Pada gambar 1.11 diatas dapat dijelaskan adanya masalah terhadap minat untuk menggunakan aplikasi Maresto. Data aktif pengguna aplikasi Maresto pada resto&café masih menyentuh angka 28, dan masih ada 9 café&resto pengguna aplikasi Maresto yang belum aktif. Sedangkan status pengguna aplikasi pada *owner*

dan *branch head* yang terverifikasi masih ada di angka 66, dan masih ada *owner* dan *branch head* yang belum terverifikasi sebanyak 54 pengguna. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman dalam Ade Purnama (2019) pada penelitiannya menghasilkan bahwa adanya hubungan antara kualitas aplikasi dengan keputusan pelanggan yang dimana adanya harapan dari konsumen terhadap kualitas dari aplikasi Maresto. Selain itu juga bisa dilihat dari penelitian Felicia Sanusi (2022) pada penelitiannya bahwa kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi *self ordering* dapat mempengaruhi minat beli ulang konsumen yang juga menyatakan bahwa *E-Service Quality* memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Maka berdasarkan permasalahan diatas, peneliti melakukan pra kuesioner untuk memperkuat data diatas. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti mengambil judul “PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI MARESTO BANDUNG TAHUN 2023”

### **1.3 Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Bagaimana tanggapan responden terhadap *E-Service Quality* dari aplikasi Maresto?
- b) Bagaimana tingkat kepuasan responden pengguna aplikasi Maresto?
- c) Apakah *E-Service Quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Maresto?
- d) Seberapa besar pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Maresto?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk mengetahui tanggapan responden terhadap *E-Service Quality* dari aplikasi Maresto
- b) Untuk mengetahui tingkat kepuasan responden pengguna aplikasi Maresto

- c) Untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Maresto
- d) Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *E-Service Quality* terhadap kepuasan pelanggan pengguna aplikasi Maresto

### **1.5 Batasan Masalah**

Agar lebih tertata, terfokus, dan tidak meluas, penulis akan membatasi penelitian ini sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret – September 2023
2. Penelitian ini dilakukan pada PT Maresto Inovasi Indonesia
3. Sasaran penyebaran kuesioner penelitian ini adalah pria maupun wanita berusia remaja hingga dewasa yang menggunakan aplikasi atau website pemesanan Maresto di beberapa tempat daerah Bandung.

### **1.6 Kegunaan Penelitian**

#### 1. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan dalam mengenai suatu penelitian mulai dari teori hingga praktik, selain itu penulis dapat belajar mengenai suatu permasalahan yang ada di perusahaan tersebut.

#### 2. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini supaya bisa bermanfaat bagi PT Maresto Inovasi Indonesia dan juga bisa dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas dari kepuasan pelanggan atau customer dalam perusahaan.

#### 3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini supaya bisa diharapkan dan juga bermanfaat bagi penelitian-penelitian lainnya.

### **1.7 Sistematika Penulisan Laporan Proyek Akhir**

Adapun sistematika penulisan laporan proyek akhir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

## 1. BAB I PENDAHULUAN

Bab I Pendahuluan merupakan gambaran umum dari objek penelitian, berupa latar belakang, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan penelitian, dan sistematika penelitian.

## 2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II Tinjauan Pustaka berisi teori-teori yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Teori yang dibahas pada penelitian ini yaitu: penelitian terdahulu, kerangka penelitian, serta hipotesis penelitian.

## 3. BAB III METODE PENELITIAN

Bab III Metode Penelitian ini membahas mengenai pendekatan, metode dan Teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisa data yang dapat menjawab atau menjelaskan masalah dalam penelitian.

## 4. BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab IV Hasil Penelitian ini berisi hasil penelitian yang diuraikan secara sistematis menggunakan metode yang telah ditetapkan, serta membahas kesesuaian antara teori dengan hasil penelitian untuk menjawab masalah yang ada dalam penelitian

## 5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V Kesimpulan dan Saran ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan disertai rekomendasi dalam bentuk saran-saran yang relevan dari penulis terhadap perusahaan yang dijadikan sebagai objek penelitian