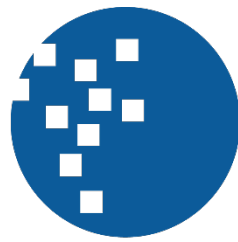


**PENGARUH *USER INTERFACE* DAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA APLIKASI BLIBLI**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

TESIS

**GHANI NOORPUTRAWAN**

**00000052593**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN TEKNOLOGI**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

**PENGARUH *USER INTERFACE* DAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA APLIKASI BLIBLI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

TESIS

Laporan Proyek Penelitian Akademis

Diajukan sebagai Tugas Akhir dalam Rangka

Memperoleh Gelar Magister Manajemen (M.M.)

Pada Program Sudi Magister Manajemen Teknologi

**GHANI NOORPUTRAWAN**

**0000052593**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN TEKNOLOGI**

**FAKULTAS BISNIS**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2023**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ghani Noorputrawan  
NIM : 00000052593  
Program Studi : Magister Manajemen Teknologi

Tesis dengan judul:

### **PENGARUH USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER EXPERIENCE PADA APLIKASI BLIBLI**

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 27 November 2022  
Yang Menyatakan

  
  
(Ghani Noorputrawan)

UMM  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERSETUJUAN

Tesis dengan judul

### **PENGARUH *USER INTERFACE* DAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA APLIKASI BLIBLI**

Oleh

Nama : Ghani Noorputrawan

NIM : 00000052593

Program Studi : Magister Manajemen Teknologi

Fakultas : Bisnis

Telah disetujui untuk diajukan pada

Sidang Ujian Tesis Universitas Multimedia Nusantara

Tangerang, 25 Januari 2023

Pembimbing 1



**Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M**

NIDN: 0301056103

Pembimbing 2



**Dr. Mohammad Annas,  
S.Tr.Par., M.M., CSCP**

NIDN: 0312087404

Ketua Magister Manajemen Teknologi



**Dr. Prio Utomo, S.T., MPC**

iii

## HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul

# **PENGARUH *USER INTERFACE* DAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA APLIKASI BLIBLI**

Oleh

Nama : Ghani Noorputrawan

NIM : 00000052593

Program Studi : Magister Manajemen Teknologi

Fakultas : Bisnis

Telah diujikan pada hari Rabu, 11 Januari 2023  
Pukul 15.00 s.d 17.00 dan dinyatakan  
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Dr. Prio Utomo, S.T., MPC**

NIDN: 321057504

Pembimbing 1



**Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M**

NIDN: 0301056103

Ketua Magister Manajemen Teknologi



**Dr. Prio Utomo, S.T., MPC**

Penguji



**Dr. David Tjahjana,  
S.Kom., M.M.S.I.** NIDN:

0314047207

Pembimbing 2



**Dr. Mohammad Annas,  
S.Tr.Par., M.M., CSCP**

NIDN: 0312087404



## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ghani Noorputrawan  
NIM : 00000052593  
Program Studi : Magister Manajemen Teknologi  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

### **PENGARUH USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE TERHADAP CUSTOMER EXPERIENCE PADA APLIKASI BLIBLI**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 27 November 2022  
Yang Menyatakan



(Ghani Noorputrawan)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis dengan judul: Pengaruh *User Interface* dan *User Experience* Terhadap *Customer Experience* Pada Aplikasi Blibli untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Gelar Sarjana/Magister Jurusan Manajemen Teknologi pada Fakultas Bisnis Universitas Multimedia Nusantara.

Selesainya penelitian ini tidak luput dari bantuan dan dukungan banyak pihak, untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Florentina Kurniasari T., S.Sos., M.B.A., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Prio Utomo, S.T., M.P.C., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara dan Ketua Sidang.
4. Dr. Ir. Yosef Budi Susanto, M.M., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas penyelesaian tugas akhir ini.
5. Dr. Mohammad Annas, S.Tr. Par., M.M., CSCP, sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas penyelesaian tugas akhir ini.
6. Dr. David Tjahjana, S.Kom., M.M.S.I, selaku Penguji Sidang Thesis yang telah memberikan arahan dan masukan atas tugas akhir ini.



7. Keluarga Tercinta: Ayah, Ibu, dan Ghea yang selalu ada untuk dukungan doa, motivasi, dan cinta yang tidak terbatas sehingga Penulis dapat menyelesaikan tesis.
8. Khusus istriku tercinta Ikko Damayanti yang telah banyak sekali dikorbankan kenyamanannya dan kebersamaannya serta terima kasih banyak untuk dukungan penuh yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Head of Digital Banking Bank Woori Saudara (Pak Luthfi dan Pak Ivan) yang selalu menghibur dengan tawa dan canda serta dukungan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis.
10. Para Responden dan kerabat yang sudah membantu dalam pengumpulan data dalam tesis ini.
11. Teman-Teman MMT Batch 3 untuk kebersamaan dan saling mendukung selama pembelajaran.

Penulis menyadari bahwa tesis ini belum sempurna namun penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca. Terima kasih

Tangerang, 27 November 2022

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

Ghani Noorputrawan



# **PENGARUH *USER INTERFACE* DAN *USER EXPERIENCE* TERHADAP *CUSTOMER EXPERIENCE* PADA APLIKASI BLIBLI**

(Ghani Noorputrawan)

## **ABSTRAK**

Perkembangan internet yang begitu pesat mempengaruhi perilaku konsumen dan pelaku bisnis yang harus bersikap adaptif. Tujuan dari penelitian ini untuk dapat mengetahui pengaruh *User Interface* dan *User Experience* terhadap *Customer Experience* pada aplikasi *e-commerce* Blibli. Industri *e-commerce* menjadi salah satu industri yang bergerak begitu cepat serta mempengaruhi nilai sector ekonomi di Indonesia. *Customer Experience* memiliki peran penting dalam meningkatkan intensitas pengguna aplikasi dari sebuah perusahaan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan teknik purposive sampling dengan menganalisis 105 responden yang dikumpulkan melalui kuesioner online. Penelitian ini menggunakan Teknik *Structural Equation Model* (SEM) dengan SMART-PLS. Faktor-faktor yang dapat mewakili *customer experience* dalam mempengaruhi faktor *Intention to Visit* (ITV) antara lain yaitu *User Interface* (UI), *User Experience* (UX) dan *Timeliness* (T) efek mediasi *Enjoyment* (E) juga dianalisis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor UI, UX dan *Timeliness* yang telah di uji mempengaruhi *Customer Experience* kecuali pada faktor *Enjoyment* yang tidak berpengaruh terhadap *Customer Experience*. *Customer Experience* menjadi peranan penting dalam mempengaruhi *Intention to Visit* yang didukung oleh faktor UI, UX dan *Timeliness*. Secara garis besar UI dan UX menjadi peranan penting dalam meningkatkan *Customer Experience* aplikasi *e-commerce* Blibli.

Implikasi teoritis dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi Blibli maupun *e-commerce* lokal terkait *Customer Experience* yang dipengaruhi oleh *User Interface* dan *User Experience*. Sehingga disarankan perusahaan agar selalu memperhatikan dan meningkatkan *User Interface* dan *User Experience* pada aplikasi seluler. Rekomendasi untuk penelitian dimasa yang akan datang, dapat mengubah variabel dependen yang sesuai kebutuhan sehingga UI dan UX dapat menjadi faktor penting dalam mencapai bisnis yang lebih baik serta penemuan baru bagi akademisi.

**Kata kunci:** Customer Experience, User Interface, User Experience, E-Commerce, Mobile Application

# THE INFLUENCE OF USER INTERFACE AND USER EXPERIENCE ON CUSTOMER EXPERIENCE IN BLIBLI APPLICATION

(Ghani Noorputrawan)

## *ABSTRACT*

The rapid development of the internet influences the behavior of consumers and business people, so they have to be adaptive. The purpose of this study is to be able to determine the effect of User Interface and User Experience on Customer Experience in the Blibli e-commerce application. The e-commerce industry is one of the industries that move so fast and influences the value of the economic sector in Indonesia. Customer Experience has an important role in increasing the intensity of application users from a company.

This research is a quantitative study using a purposive sampling technique by analyzing 105 respondents who were collected through online questionnaires. This study used the Structural Equation Model (SEM) technique with SMART-PLS. Factors that can represent customer experience in influencing Intention to Visit (ITV) factors include User Interface (UI), User Experience (UX), and Timeliness (T) the effects of Enjoyment (E) medication are also analyzed.

The results of the study show that the tested UI, UX and Timeliness factors affect Customer Experience except for the Enjoyment factor which has no effect on Customer Experience. Customer Experience plays an important role in influencing Intention to Visit which is supported by UI, UX and Timeliness factors. In general, UI and UX play an important role in improving the Customer Experience of the Blibli e-commerce application.

Theoretical implications of this research can contribute to Blibli and local e-commerce related to Customer Experience which is influenced by the User Interface and User Experience. So it is recommended that companies always pay attention to and improve the User Interface and User Experience on mobile applications. Recommendations for future research, can change the dependent variable as needed so that UI and UX can be a determining factor in achieving better business and new discoveries for academics.

**Keywords:** Customer Experience, User Interface, User Experience, E-Commerce, Mobile Application

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2    Tujuan Penelitian .....	16
1.3    Manfaat Penelitian .....	19
BAB II TINJAUAN LITERATUR.....	21
2.1    Tinjauan Teori.....	21
2.2    Penelitian Terdahulu .....	30
2.3    Kerangka Konseptual .....	42
2.4    Hipotesis .....	43
2.4.1 Hubungan antara <i>User Interface</i> dengan <i>Enjoyment</i> .....	43
2.4.2 Hubungan antara <i>User Interface</i> dengan <i>Timeliness</i> .....	45
2.4.3 Hubungan antara <i>User Interface</i> dengan <i>Customer Experience</i> .....	46
2.4.4 Hubungan antara <i>User Experience</i> dengan <i>Enjoyment</i> .....	48
2.4.5 Hubungan antara <i>User Experience</i> dengan <i>Timeliness</i> .....	49
2.4.6 Hubungan antara <i>User Experience</i> dengan <i>Customer Experience</i> ..	50
2.4.7 Hubungan antara <i>Customer Experience</i> dengan <i>Intention to Visit</i> ..	51
BAB III METODE PENELITIAN .....	53
3.1    Paradigma Penelitian.....	53
3.2    Objek Penelitian .....	53
3.3    Populasi dan Sampel.....	54
3.3.1    Populasi .....	54

3.3.2	Sampel .....	54
3.4	Operasional Variabel .....	56
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6	Teknik Analisis Data.....	61
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	61
3.6.2	Uji Instrumen (Outer Model).....	62
3.6.2.1	Uji Validitas .....	62
3.6.2.2	Uji Reliabilitas .....	63
3.6.3	Analisis Model Struktural (Inner Model) .....	64
3.7	Pembahasan .....	66
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
4.1	Analisis Deskriptif.....	68
4.1.1	Komposisi Responden.....	68
4.1.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
4.1.1.2	Profil Responden Berdasarkan Umur .....	70
4.1.1.3	Profil Responden Berdasarkan Profesi.....	71
4.1.1.4	Profil Responden Berdasarkan Domisili .....	72
4.1.2	Karakteristik Responden .....	73
4.2	Uji Instrumen .....	77
4.2.1	Uji Validitas.....	78
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	83
4.3	Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	87
4.4	Pembahasan .....	99
4.4.1	<i>User Interface</i> berpengaruh positif terhadap <i>Enjoyment</i> .....	100
4.4.2	<i>User Interface</i> berpengaruh positif terhadap <i>Timeliness</i> .....	101
4.4.3	<i>User Interface</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Experience</i> .....	102
4.4.4	<i>User Experience</i> berpengaruh positif terhadap <i>Enjoyment</i> .....	103
4.4.5	<i>User Experience</i> berpengaruh positif terhadap <i>Timeliness</i> .....	104
4.4.6	<i>User Experience</i> berpengaruh positif terhadap <i>Customer Experience</i> .....	105



4.4.7 <i>Customer Experience</i> secara keseluruhan akan berpengaruh pada <i>Intention to Visit</i> pelanggan menggunakan aplikasi Blibli.....	106
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>108</b>
5.1 Simpulan.....	108
5.2 Saran.....	111
5.2.1 Saran Akademis.....	112
5.2.2 Saran Manajerial.....	112
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>119</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>129</b>
<b>BAGIAN A PROFIL RESPONDEN.....</b>	<b>133</b>
<b>BAGIAN B INDIKATOR QUESTION.....</b>	<b>134</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Ulasan User Aplikasi Blibli.....	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel .....	56
Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>User Interface</i> .....	73
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>User Experience</i> .....	74
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Customer Experience</i> .....	74
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Enjoyment</i> .....	75
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Timeliness</i> .....	76
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Intention to Visit</i> .....	77
Tabel 4.7 <i>Convergent Validity Measurement</i> .....	79
Tabel 4.8 <i>Cross Loading Value Measurement</i> .....	81
Tabel 4.9 <i>Composite Reliability Measurement</i> .....	84
Tabel 4.10 <i>Cronbach's Alpha Measurement</i> .....	85
Tabel 4.11 Cronbach's Alpha Measurement (Reverse Question Takeout) ...	86
Tabel 4.12 <i>R<sup>2</sup> Measurement</i> .....	88
Tabel 4.13 <i>VIF Measurement</i> .....	90
Tabel 4.14 <i>Direct Path Coefficients</i> .....	91
Tabel 4.14 <i>Indirect Path Coefficients</i> .....	94
Tabel 4.15 Hasil hipotesis .....	97
Tabel 4.16 <i>f<sup>2</sup> Measurement</i> .....	98

U I W I N  
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Internet Users Over Time - Indonesia .....	2
Gambar 1.2 Perkembangan Transaksi E-Commerce di Indonesia 2018-2022	4
Gambar 1.3 Nilai Ekonomi Sektor E-Commerce di Indonesia (2019-2025*)..	6
Gambar 1.4 Persaingan E-Commerce di Indonesia Q3 2021 .....	7
Gambar 1.5 Data Pengunjung Blibli Q3 (2019-2021) .....	8
Gambar 1.6 PT Global Digital Niaga Tbk. Dan Entitas Anaknya Laporan Laba Rugi PT Global Digital Niaga Tbk .....	9
Gambar 2.1 M-commerce Mobile Application Customer Experience Model (MACE) .....	24
Gambar 2.2 Hubungan antara UI, UX dan CX .....	28
Gambar 2.3 Kerangka Konseptual (Modifikasi dari <i>Model – MACE</i> ).....	43
Gambar 4.1 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin .....	69
Gambar 4.2 Jumlah responden berdasarkan umur .....	70
Gambar 4.3 Jumlah responden berdasarkan profesi .....	71
Gambar 4.4 Jumlah responden berdasarkan domisili .....	72
Gambar 4.5 Model Pengukuran Outer Model .....	78
Gambar 4.6 Model Pengukuran <i>Inner Model</i> .....	88
Gambar 4.7 Kerangka Konseptual (Modifikasi dari <i>M-commerce Mobile Application Customer Experience Model - MACE</i> ), McLean, Al-Nabhani & Wilson, 2018) .....	98
Gambar 5.1: Re-design User Interface berpengaruh terhadap Timeliness.	115
Gambar 5.2: Re-design User Experience berpengaruh terhadap Timeliness .....	116
Gambar 5.3 Visual Identity .....	118

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN 1 HASIL TURNITIN .....</b>	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN 2 KARTU BIMBINGAN .....</b>	<b>130</b>
<b>LAMPIRAN 3 DATA .....</b>	<b>132</b>
<b>BAGIAN A PROFIL RESPONDEN .....</b>	<b>133</b>
<b>BAGIAN B INDIKATOR QUESTION .....</b>	<b>134</b>
<b>HASIL PENGUMPULAN DATA RESPONDEN.....</b>	<b>141</b>

