

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi digital telah merubah perilaku masyarakat modern secara signifikan, ditandai dengan pergeseran pola konsumsi dari metode tradisional ke metode digital dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari atau biasa disebut *e-grocery*. Layanan *e-grocery* merupakan model bisnis yang memungkinkan pengguna memesan berbagai kebutuhan harian melalui platform digital, seperti makanan, minuman, bahan pokok, dan bahan makanan segar. Tren ini didukung oleh munculnya platform *quick commerce (q-commerce)* yang berkembang sebagai evolusi dari *e-commerce* konvensional. *Q-commerce* merupakan model bisnis *e-commerce* yang menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari dengan janji pengiriman singkat dalam hitungan menit, yang menggabungkan kenyamanan seperti belanja di *e-commerce* dengan kecepatan seperti belanja tradisional (Dewi, 2022). Berbeda dengan *e-commerce* konvensional yang mengirimkan barang dalam beberapa jam hingga hari, menetapkan harga seragam di seluruh wilayah, dan menyimpan barang di gudang pusat (*fulfillment center*). *Q-commerce* mengirimkan barang dalam hitungan menit, menetapkan harga *hyperlocal* (berdasarkan lokasi), dan menyimpan barang di *dark store* atau toko gelap (Samsukha, 2022). *Dark store* merupakan gudang kecil yang tersebar di wilayah perkotaan dengan padat penduduk, dioptimalkan melalui teknologi dan kecerdasan data untuk mengelola persediaan dan mengirimkan barang berdasarkan lokasi terdekat (radius 1-2 km) guna meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas layanan (Kharisma, 2022).

Berdasarkan data dari survei Jakpat, rata-rata pengeluaran masyarakat di segmen *e-commerce* pada semester pertama tahun 2025 menurun sebanyak 13%, disebabkan oleh melemahnya daya beli masyarakat serta perubahan pola belanja yang lebih selektif dan sedang berhemat (Akbar, 2025). Aska, kepala survei Jakpat, menyatakan bahwa masyarakat lebih memprioritaskan anggaran untuk kebutuhan

harian seperti bahan pangan dan keperluan rumah tangga daripada barang sekunder seperti baju atau alat elektronik. Di sisi lain, pengeluaran masyarakat di segmen *q-commerce* meningkat sebanyak 36% secara tahunan dan penggunaanya juga meningkat. Ukuran pasar *q-commerce* di Indonesia mencapai USD 3,11 miliar pada tahun 2025 dan diperkirakan akan mengalami pertumbuhan hingga USD 4,45 miliar pada tahun 2031, menunjukkan CAGR (*Compound Annual Growth Rate*) sebanyak 6,14% selama periode perkiraan (Mordor Intelligence, 2026). Dalam hal ini, segmen *q-commerce* memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia, yaitu mendorong pertumbuhan PDB (Produk Domestik Bruto), menciptakan lebih dari 500.000 lapangan pekerjaan, dan mendukung ekonomi digital yang berkembang pesat (Safitri, 2024). Perkembangan pesat *q-commerce* didorong oleh meningkatnya permintaan konsumen modern akan kecepatan, kemudahan, dan kenyamanan dalam berbelanja, tingginya tingkat penetrasi *smartphone*, dan munculnya solusi efisiensi logistik untuk pengiriman lebih cepat (Statista, 2025). Layanan ini dianggap sesuai dengan kehidupan masyarakat modern di kota-kota besar dengan kegiatan yang padat dan adaptasi digital yang masif (Safitri, 2024). Secara demografis, adopsi layanan *q-commerce* didominasi oleh generasi Z sebanyak 49%, sebagai *digital native* yang lahir dan tumbuh berdampingan dengan teknologi digital, mereka lebih adaptif terhadap teknologi baru, diikuti oleh generasi Milenial sebanyak 46% (NielsenIQ, GfK, & World Data Lab, 2024). Kelompok tersebut cenderung menginginkan kepuasan instan dengan layanan yang serba cepat, nyaman, dan efisien dalam berbelanja.

Salah satu pemain *q-commerce* yang menonjol di Indonesia adalah Astro dari PT. Astro Technologies Indonesia. Astro merupakan *startup q-commerce* pertama di Indonesia yang diluncurkan pada 15 November 2021, sebagai penyedia produk kebutuhan harian dengan janji pengiriman dalam 15 menit dan beroperasi selama 24 jam setiap hari (Zahra, 2021). Vincent Tjendra, *Co-Founder & CEO* Astro, menyatakan bahwa Astro hadir sebagai solusi dari meningkatnya permintaan konsumen akan pengiriman produk berjumlah kecil dan menurunnya permintaan untuk pengiriman grosir yang biasa terjadi pada *e-commerce* (Zahra, 2021). Hal ini didorong oleh peningkatan urbanisasi, jumlah keluarga kecil, dan individu yang

tinggal sendiri. Saat ini layanan Astro hanya tersedia di wilayah Jadetabek (Jakarta, Depok, Tangerang, Tangerang Selatan, dan Bekasi) dengan menyediakan lebih dari 3000 produk, mulai dari makanan, minuman, bahan pokok, bahan makanan segar, produk ibu dan bayi, kesehatan, kecantikan, perawatan rumah, perlengkapan hewan, hingga produk siap saji dari Astro Kitchen seperti kopi, minuman *non-kopi*, *pastry*, dan makanan berat (Astro, 2026).

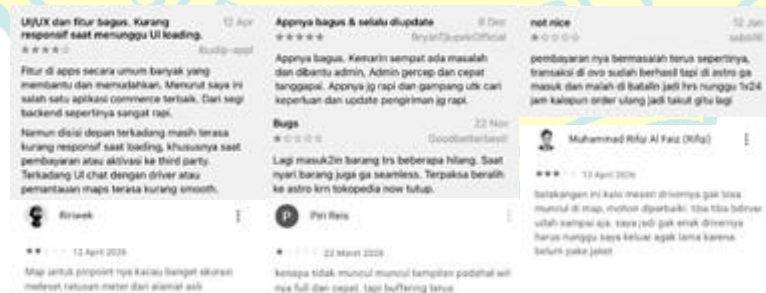
Aplikasi Astro telah memperoleh unduhan sebanyak lebih dari 1 juta pengguna di aplikasi Google Play Store, dengan *rating* sebesar 4,9 dan lebih dari 77 ribu ulasan dari pengguna. Sementara itu, aplikasi Astro menduduki peringkat dua kategori makanan dan minuman di App Store, dengan *rating* sebesar 4,9 dan lebih dari 58 ribu ulasan dari pengguna. Namun, dibalik pertumbuhan tersebut, Astro menghadapi sejumlah tantangan seperti tingginya biaya operasional untuk logistik dan *dark store*, persaingan semakin ketat dengan perusahaan besar seperti Alfagift, Klik Indomaret, AlloFresh, HappyFresh, Segari, dan Sayurbox, serta pemain besar berbasis *superapp* seperti GrabMart, GoMart, dan Tokopedia Now! (BoxHero, 2025). Selain itu, masih ditemukan beberapa kendala yang berpotensi menurunkan *continuous intention* pengguna yang mudah beralih (*switching behavior*). Pemilihan Astro sebagai objek penelitian didasarkan pada posisinya sebagai pionir layanan *q-commerce* yang berkembang di tengah pertumbuhan pesat *q-commerce* di Indonesia. Namun, masih ditemukan kesenjangan antara manfaat yang ditawarkan dan kondisi aktual pengguna. Kondisi tersebut menjadikan Astro sebagai objek penelitian yang relevan untuk mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi *continuous intention* penggunaan aplikasi *q-commerce*.



Gambar 1.1 Ulasan Pengguna Aplikasi Astro terkait *Continuous Intention*

Sumber: App Store dan Google Play Store (2026)

Keberhasilan suatu sistem dapat ditinjau dari niat berkelanjutan (*continuous intention*) yang merujuk pada sejauh mana intensi pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi di masa yang akan datang. Berdasarkan ulasan pengguna Astro pada Gambar 1.1 mengenai *continuous intention* di App Store dan Google Play Store (2026), terdapat sejumlah ulasan positif seperti pengguna merasa puas karena aplikasi Astro praktis, cepat, sesuai dengan kebutuhan, mudah digunakan, tidak lemot, berguna, dan merasa terbantu sampai menyukai aplikasinya. Hal ini menunjukkan pengalaman pengguna yang memuaskan dan dapat mendorong *continuous intention*. Di sisi lain, terdapat sejumlah ulasan negatif seperti kode OTP (*One-Time Password*) tidak terkirim sehingga pengguna beralih ke aplikasi lain, pembayaran selalu gagal sehingga mengurungkan niat untuk memesan, performa aplikasi lamban berujung pembatalan pesanan, dan titik lokasi di *maps* sering berubah sehingga berpindah ke aplikasi lain. Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara harapan pengguna dengan kondisi aktual. Kondisi ini dapat menurunkan *continuous intention* penggunaan aplikasi. Mengingat tingginya biaya akuisisi pengguna baru, kegagalan dalam mempertahankan pengguna aktif dapat mengancam keberlanjutan bisnis. Oleh karena itu, pemahaman yang mendalam mengenai faktor-faktor pembentuk *continuous intention* pengguna menjadi sebuah urgensi yang harus dikaji secara empiris. Penelitian Tseng *et al.* (2022) menemukan bahwa *continuous intention* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya *system quality*, *perceived ease of use*, dan *perceived value*.



Gambar 1.2 Ulasan Pengguna Aplikasi Astro terkait *System Quality*

Sumber: App Store dan Google Play Store (2026)

Dari aspek *system quality* merujuk pada seberapa baik kinerja teknis sistem secara keseluruhan. Berdasarkan ulasan pengguna pada Gambar 1.2 mengenai

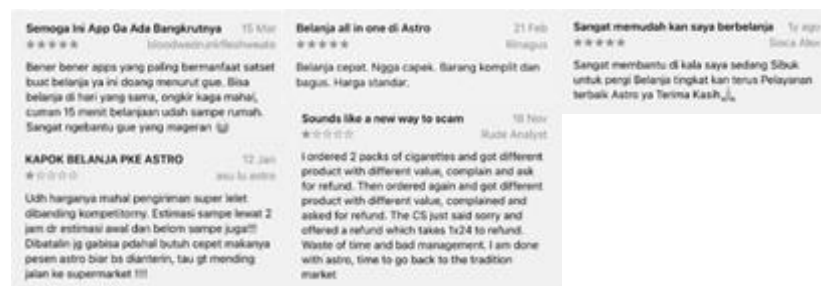
system quality Astro di App Store dan Google Play Store (2026), terdapat ulasan positif seperti fitur dalam aplikasi berjalan dengan baik, tampilan jelas, pencarian produk lancar, aplikasi mudah digunakan, dan diperbarui secara berkala. Namun, beberapa pengguna mengeluhkan masalah sistem seperti proses *loading* lama, kurang responsif saat aktivasi ke *third party*, tampilan tidak muncul di layar, barang di keranjang menghilang, proses pembayaran gagal padahal saldo sudah terpotong, *pinpoint* alamat di *maps* tidak akurat, dan *bug* pada fitur lacak *driver*. Temuan ini menunjukkan adanya celah pada aspek *system quality* karena belum sepenuhnya memenuhi standar kinerja teknis yang diharapkan, dan berpotensi menurunkan *continuous intention* aplikasi, sehingga aspek ini perlu dikaji lebih lanjut.



Gambar 1.3 Ulasan Pengguna Aplikasi Astro terkait *Perceived Ease of Use*

Sumber: App Store dan Google Play Store (2026)

Selanjutnya, aspek *perceived ease of use* menggambarkan sejauh mana pengguna meyakini bahwa sistem mudah dioperasikan tanpa perlu usaha yang besar. Berdasarkan ulasan pengguna pada Gambar 1.3 mengenai *perceived ease of use* Astro di App Store dan Google Play Store (2026), terdapat sejumlah ulasan positif seperti aplikasi mudah diakses, praktis, mudah digunakan, mudah dipahami, mudah dinavigasi, dan tidak rumit. Namun, masih ada keluhan dari pengguna terkait kemudahan penggunaan seperti kesulitan menyimpan alamat dengan *pinpoint* di *maps* dan rumitnya proses pembayaran menggunakan kartu debit. Temuan ini menunjukkan adanya celah pada aspek *perceived ease of use* karena masih ada kekecewaan pengguna terhadap kemudahan penggunaan sistem, yang berpotensi menurunkan *continuous intention* penggunaan aplikasi, sehingga aspek ini perlu dikaji lebih lanjut.



Gambar 1.4 Ulasan Pengguna Aplikasi Astro terkait *Perceived Value*

Sumber: App Store (2026)

Sementara itu, aspek *perceived value* merujuk pada sejauh mana pengguna merasa nilai atau manfaat yang didapatkan sepadan dengan waktu, biaya, dan tenaga yang dikeluarkan. Berdasarkan ulasan pengguna pada Gambar 1.4 mengenai *perceived value* Astro di App Store (2026), terdapat sejumlah ulasan positif seperti aplikasi sangat bermanfaat karena belanja menjadi lebih cepat, harga standar, barang lengkap, biaya kirim murah, dan sangat membantu ketika sedang sibuk sehingga lebih hemat waktu dan tenaga. Namun, beberapa pengguna menilai bahwa harga yang mahal tidak sepadan dengan layanan yang lambat, estimasi waktu tidak sesuai di aplikasi, produk yang diterima tidak sesuai dan memiliki nilai yang berbeda. Bahkan, pengguna yang kecewa menyatakan berhenti menggunakan aplikasi Astro dan beralih ke alternatif lain. Temuan ini menunjukkan adanya celah pada aspek *perceived value* karena masih ada kekecewaan pengguna terhadap manfaat yang belum sepenuhnya merata, dan berpotensi menurunkan *continuous intention* penggunaan aplikasi, sehingga aspek ini perlu dikaji lebih lanjut.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa *system quality*, *perceived ease of use*, dan *perceived value* merupakan faktor krusial dalam memengaruhi *continuous intention* penggunaan aplikasi digital. Untuk menindaklanjuti masalah tersebut, dilakukan pra-survei dengan pertanyaan terbuka terhadap lima responden pengguna aplikasi Astro di wilayah Jadetabek. Pra-survei dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi dan memperkuat temuan awal pada permasalahan yang dihadapi pengguna, terutama dalam kaitannya dengan *system quality*, *perceived ease of use*, *perceived value*, dan *continuous intention* penggunaan aplikasi Astro.

No.	Menurut Anda, bagaimana kualitas sistem dan aplikasi ASTRO? Jelaskan alasan Anda dan tanggapan Anda, stabilitas, kecepatan respon, keamanan, dan integrasi fitur
1.	Kualitas sistem baik karena aplikasinya responsif, jarang error, dan mudah untuk mencari produk.
2.	Saya pernah mengalami kendala teknis seperti tampilan tidak muncul dan tiba-tiba keluar sendiri.
3.	Fitur pencarian kadang kurang akurat, barang yang keluar tidak sesuai dengan yang dicari.
4.	Sistem pembayarannya pernah error padahal saya sudah bayar tapi statusnya gagal, mungkin app astro dan third party tidak terintegrasi dengan baik.
5.	Sistemnya stabil dan andal, proses transaksi berjalan dengan lancar.

Gambar 1.5 Jawaban Pra-Survei terkait *System Quality*

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar 1.5 mengenai hasil pra-survei pada *system quality* aplikasi Astro, dua dari lima responden menyatakan bahwa aplikasi memiliki kualitas sistem yang baik, seperti responsif, jarang mengalami gangguan, mudah mencari produk (No. 1), stabil, andal, dan proses transaksi berjalan lancar (No. 5). Namun, tiga responden lainnya mengungkapkan pengalaman negatif seperti tampilan tidak muncul, aplikasi mengalami *force close* (No. 2), fitur pencarian tidak akurat (No. 3), dan transaksi gagal karena sistem pembayaran *error* (No. 4). Kondisi ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa masih ada masalah pada *system quality* seperti rendahnya keandalan, stabilitas, performa, dan sinkronisasi data. Hal ini mencerminkan bahwa *system quality* belum sepenuhnya memenuhi standar kinerja teknis yang diharapkan pengguna, sehingga dapat memengaruhi *continuous intention* penggunaan aplikasi.

No.	Menurut Anda, seberapa mudah penggunaan aplikasi ASTRO? Jelaskan alasan Anda dan tanggapan Anda, kemudahan, navigasi, dan tampilan antarmuka.
1.	Aplikasi Astro sangat mudah digunakan karena tampilannya sederhana dan navigasi jelas.
2.	Penggunaannya cukup mudah, saya bisa langsung paham saat belajar menggunakan aplikasinya.
3.	Aplikasinya user friendly, semua fiturnya tidak membingungkan.
4.	Belum melakukan pembayaran karena gagal terus jadi cukup merepotkan karena tidak bisa beli.
5.	Proses belanja di aplikasi astro praktis dan alurnya jelas, jadi tidak menyulitkan saya.

Gambar 1.6 Jawaban Pra-Survei terkait *Perceived Ease of Use*

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar 1.6 mengenai hasil pra-survei pada *perceived ease of use* aplikasi Astro, empat dari lima responden menyatakan bahwa aplikasi Astro mudah digunakan, seperti tampilan sederhana, navigasi jelas (No. 1), mudah dipelajari, mudah dipahami (No. 2), ramah pengguna, fiturnya tidak membingungkan (No. 3), praktis, dan alurnya jelas (No. 5). Namun, satu responden lain mengungkapkan pengalaman negatif yaitu kesulitan melakukan pembayaran karena selalu gagal. Kondisi ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa masih ada

hambatan dalam *perceived ease of use* yang belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna, sehingga dapat memengaruhi *continuous intention* penggunaan aplikasi.

No.	Menurut Anda, apakah aplikasi ASTRO memberikan nilai yang berarti? nilai yang terkait manfaat yang diterima sepadan dengan biaya, waktu, atau tenaga.
1.	Menurut saya, nilai yang diberikan Astro sebanding dengan biaya yang dikeluarkan, terutama dari segi kemudahan dan konsep atau aplikasi.
2.	Nilai yang saya rasakan cukup sepadan karena aplikasinya mudah digunakan, sehingga tidak butuh banyak usaha untuk membelanya.
3.	Aplikasi astro cukup berguna karena bisa memenuhi kebutuhan mendadak dengan cepat tanpa harus keluar rumah, jadi hemat waktu.
4.	Kurang bernilai sih ketika ada kendala pembayaran, saya jadi rugi uang, waktu, dan tenaga juga.
5.	Ya, saya merasakan manfaat yang sepadan dengan waktu dan tenaga yang dikeluarkan, karena prosesnya praktis dan efisien.

Gambar 1.7 Jawaban Pra-Survei terkait *Perceived Value*

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar 1.7 mengenai hasil pra-survei pada *perceived value* aplikasi Astro, empat dari lima responden menyatakan bahwa aplikasi Astro memberikan nilai yang berarti, seperti memudahkan, mempercepat proses (No. 1), mudah digunakan sehingga tidak membutuhkan banyak usaha (No. 2), hemat waktu karena bisa memenuhi kebutuhan mendadak dengan cepat (No. 3), praktis, dan efisien (No. 5). Kondisi ini menunjukkan bahwa nilai atau manfaat yang didapatkan sepadan dengan biaya, waktu, dan tenaga yang mereka keluarkan. Namun, satu responden lain mengungkapkan pengalaman negatif yaitu mengalami kendala pada proses pembayaran, sehingga merasa rugi biaya, waktu, dan tenaga. Kondisi ini memperkuat temuan sebelumnya bahwa meskipun aplikasi Astro memberikan nilai yang signifikan, masih terdapat pengguna yang merasa nilai tidak sepadan dengan biaya, waktu, dan tenaga yang mereka keluarkan, sehingga dapat memengaruhi *continuous intention* penggunaan aplikasi.

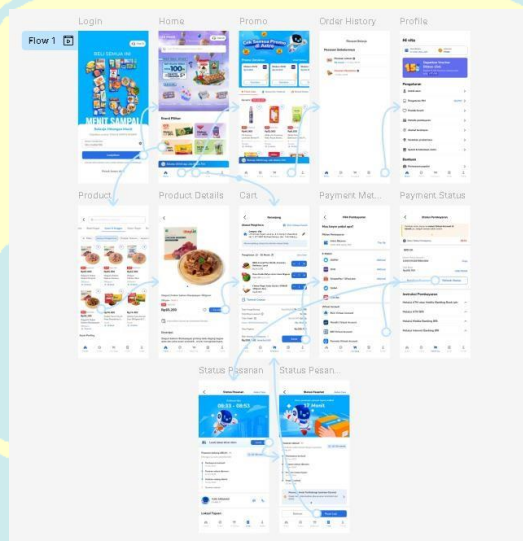
No.	Berdasarkan pengalaman sebelumnya, apakah Anda berniat untuk melanjutkan penggunaan aplikasi ASTRO di masa mendatang? Jelaskan alasannya.
1.	Saya akan melanjutkan penggunaan karena aplikasinya bisa diandalkan.
2.	Saya berencana tetap menggunakan Astro karena pengalaman saya cukup memuaskan dan memudahkan hidup.
3.	Kemungkinan besar saya akan terus menggunakan aplikasi astro karena fiturnya lengkap dan sesuai dengan kebutuhan saya.
4.	Tidak akan karena sistemnya sudah buruk, lebih baik saya pindah ke kompetitor.
5.	Ya, saya akan terus menggunakan aplikasi astro karena belanjanya online jadi lebih mudah, hemat waktu dan tenaga.

Gambar 1.8 Jawaban Pra-Survei terkait *Continuous Intention*

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar 1.8 mengenai hasil pra-survei pada *continuous intention* aplikasi Astro, empat dari lima responden menyatakan bahwa mereka akan melanjutkan penggunaan aplikasi Astro karena dapat diandalkan (No. 1), memudahkan hidup (No. 2), fiturnya lengkap sesuai dengan kebutuhan (No. 3),

belanja jadi lebih mudah, hemat waktu dan tenaga (No. 5). Namun, satu responden lain menyatakan tidak akan melanjutkan penggunaan aplikasi Astro jika sistem pembayaran masih buruk dan akan beralih ke alternatif aplikasi lain. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna yang baik berperan penting dalam membentuk *continuous intention* penggunaan aplikasi, terutama yang berkaitan dengan aspek *system quality*, *perceived ease of use*, dan *perceived value*. Sebaliknya, pengalaman pengguna yang tidak sesuai dengan kondisi ideal akan menurunkan tingkat *continuous intention* penggunaan aplikasi.

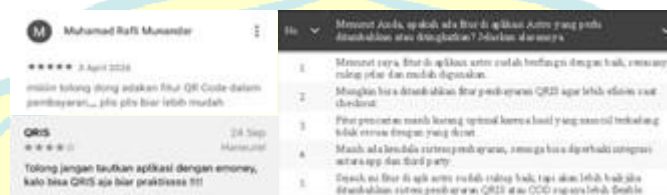


Gambar 1.9 Prototype Fitur-Fitur pada Aplikasi Astro

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Pada Gambar 1.9 menampilkan *prototype* fitur-fitur pada aplikasi Astro dengan tampilan antarmuka dan alur pengalaman pengguna (*user flow*) yang utuh, mulai dari *login* hingga proses pemesanan selesai. Alur tersebut diawali dengan halaman *login* yang dirancang sederhana dengan akses cepat hanya melalui nomor *handphone* pengguna. Setelah pengguna berhasil *login*, akan diarahkan ke halaman *home* dengan tampilan kategori produk, kolom pencarian, dan rekomendasi produk. Pengguna dapat memilih halaman *promo* untuk melihat produk yang sedang diskon, halaman *order* untuk melihat riwayat pesanan pengguna, dan halaman *profile* untuk melihat atau mengedit data pribadi dan preferensi pengguna. Selanjutnya, pengguna dapat langsung melakukan pemesanan melalui halaman *product* dan melihat detail produk, lalu memasukkan produk ke dalam *cart*. Alur berlanjut ke halaman

payment method, pengguna dapat memilih metode pembayaran sesuai preferensi, seperti *e-wallet*, *virtual account*, maupun transfer bank. Setelah pembayaran berhasil dilakukan, aplikasi menampilkan halaman status pembayaran dan status pesanan secara *real-time*. Selanjutnya, terdapat fitur pelacakan kurir (*live tracking*) dan estimasi waktu pengantaran yang memberikan rasa kontrol dan transparansi kepada pengguna. Tahap akhir ditandai dengan halaman status pesanan selesai, yang mengonfirmasi bahwa pesanan telah diterima dengan aman dan tepat waktu.



Gambar 1.10 Saran Pengguna terkait Fitur pada Aplikasi Astro

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2026)

Berdasarkan Gambar 1.10, terdapat saran dari pengguna terkait keterbatasan sistem pembayaran. Dalam ulasan pengguna, terdapat permintaan untuk ditambahkan fitur QRIS agar proses transaksi lebih mudah dan praktis. Selain itu, pada hasil pra-survei, pengguna juga menyarankan penambahan fitur QRIS agar lebih efisien (No. 2) dan fleksibel (No. 5). Kondisi ini menunjukkan bahwa sistem belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna terkait kemudahan dan kenyamanan dalam bertransaksi. Hal ini dapat menurunkan *continuous intention* karena tidak adanya metode pembayaran yang diinginkan pengguna. Berdasarkan permasalahan tersebut, peneliti memandang perlunya pengembangan fitur pembayaran dengan menambahkan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*) pada aplikasi Astro. Hal ini berkaitan dengan aspek *system quality*, yaitu memperluas fungsionalitas sistem, dan *perceived ease of use*, yaitu fleksibilitas dan kemudahan transaksi. Selain itu, memperluas infrastruktur pembayaran digital dapat meningkatkan aksesibilitas masyarakat modern dan pertumbuhan platform *q-commerce* (Statista, 2025). Dengan adanya fitur QRIS, pengguna dapat melakukan pembayaran secara lebih fleksibel melalui berbagai aplikasi *e-wallet* maupun *m-banking*, sehingga diharapkan dapat meningkatkan persepsi pengguna terhadap *system quality* dan *perceived ease of use* pada aplikasi Astro, sekaligus mendorong niat berkelanjutan di masa mendatang.

Secara keseluruhan, temuan awal tersebut menunjukkan bahwa meskipun aplikasi Astro telah memberikan kualitas sistem yang baik, kemudahan penggunaan, dan manfaat signifikan bagi penggunanya, masih ditemukan beberapa kendala pada aspek *system quality*, *perceived ease of use*, dan *perceived value* yang belum sepenuhnya memenuhi harapan pengguna. Kesenjangan antara harapan dengan kondisi aktual menunjukkan adanya *gap* empiris. Berbagai studi terdahulu menemukan adanya pengaruh yang terbukti positif secara signifikan pada hubungan antara *system quality* terhadap *perceived ease of use* (Tseng *et al.*, 2022; Li *et al.*, 2024), *system quality* terhadap *perceived value* (Kakkar *et al.*, 2025; Masri *et al.*, 2021), *perceived ease of use* terhadap *perceived value* (Ru-Zhue *et al.*, 2025; Naji *et al.*, 2026), *perceived ease of use* terhadap *continuous intention* (Sun, 2024; Song *et al.*, 2023), dan *perceived value* terhadap *continuous intention* (Tseng *et al.*, 2022; Sae-tae dan Wang, 2024). Namun, sejumlah penelitian lainnya menunjukkan temuan yang bertentangan, yaitu tidak adanya pengaruh antara *system quality* terhadap *perceived ease of use* (Sun, 2024), *system quality* terhadap *perceived value* (Aditi *et al.*, 2022), *perceived ease of use* terhadap *perceived value* (Tseng *et al.*, 2022), *perceived ease of use* terhadap *continuous intention* (Yap *et al.*, 2025), dan *perceived value* terhadap *continuous intention* (Tedja *et al.*, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan adanya inkonsistensi hasil penelitian yang dipengaruhi oleh perbedaan konteks penelitian, karakteristik sampel, waktu, dan tempat penelitian. Kontradiksi empiris ini memperkuat urgensi untuk dilakukan penelitian lanjutan.

Berdasarkan tinjauan literatur yang telah dilakukan, mayoritas penelitian terdahulu berfokus pada *e-commerce* konvensional, aplikasi *ride-hailing*, atau sistem layanan publik, sehingga masih terdapat kekurangan studi pada industri *q-commerce*, terutama jika mengintegrasikan *system quality*, *perceived ease of use*, dan *perceived value*. Selain itu, penelitian yang secara spesifik membahas *continuous intention* dalam konteks *q-commerce* hingga saat ini masih tergolong terbatas, di mana penelitian lain lebih fokus pada *purchase intention*, *satisfaction*, atau *intention to use*. Kesenjangan tersebut menciptakan celah penelitian (*research gap*) yang perlu diisi. Oleh karena itu, studi ini menjadi penting untuk dilakukan mengenai faktor-faktor yang memengaruhi *continuous intention* penggunaan

aplikasi *quick commerce*, khususnya pada aplikasi Astro, dengan mengintegrasikan variabel *system quality*, *perceived ease of use*, dan *perceived value*.

1.2 Rumusan Masalah

Masalah penelitian dirumuskan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, yaitu sebagai berikut:

1. Apakah *system quality* berpengaruh positif terhadap *perceived ease of use* pengguna aplikasi Astro?
2. Apakah *system quality* berpengaruh positif terhadap *perceived value* pengguna aplikasi Astro?
3. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *perceived value* pengguna aplikasi Astro?
4. Apakah *perceived ease of use* berpengaruh positif terhadap *continuous intention* penggunaan aplikasi Astro?
5. Apakah *perceived value* berpengaruh positif terhadap *continuous intention* penggunaan aplikasi Astro?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas adalah:

1. Mengetahui pengaruh positif *system quality* terhadap *perceived ease of use* pengguna aplikasi Astro.
2. Mengetahui pengaruh positif *system quality* terhadap *perceived value* pengguna aplikasi Astro.
3. Mengetahui pengaruh positif *perceived ease of use* terhadap *perceived value* pengguna aplikasi Astro.
4. Mengetahui pengaruh positif *perceived ease of use* terhadap *continuous intention* penggunaan aplikasi Astro.
5. Mengetahui pengaruh positif *perceived value* terhadap *continuous intention* penggunaan aplikasi Astro.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Dapat berkontribusi positif terhadap pengembangan ilmu dalam bidang bisnis digital mengenai penerimaan teknologi. Selain itu, temuan yang dihasilkan dapat memperkaya literatur ilmiah dan bukti empiris mengenai penerapan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan dengan integrasi variabel *system quality* terhadap *continuous intention* dalam konteks layanan belanja daring, khususnya *q-commerce*.

1.4.2 Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Diharapkan dapat menjadi tambahan referensi bagi peneliti lain yang tertarik untuk membahas topik serupa mengenai pengaruh *system quality*, *perceived ease of use*, dan *perceived value* terhadap *continuous intention* dalam konteks platform digital, khususnya pada layanan belanja daring.

b. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Diharapkan dapat berkontribusi positif secara akademis dalam pengembangan kajian di bidang teknologi dan bisnis digital. Selain itu, temuan yang dihasilkan dapat menambahkan referensi pustaka bagi peneliti lain yang membahas topik serupa, khususnya terkait hubungan antara *system quality*, *perceived ease of use*, *perceived value*, dan *continuous intention*.

c. Bagi Perusahaan

Temuan yang dihasilkan diharapkan dapat menambah wawasan strategis bagi manajemen dan pengembang aplikasi dalam memahami peran *system quality*, *perceived ease of use*, dan *perceived value* untuk meningkatkan keberlanjutan penggunaan aplikasi digital di masa mendatang.