

Peran Aplikasi Mobile dalam Meningkatkan Efisiensi dan Kualitas Layanan Jasa Kebersihan Modern

Jonathan*, Agus Danarto

Progam Studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Tarumanagara

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis bagaimana aplikasi mobile dapat meningkatkan User Experience (UX), E-Service Quality, Customer Satisfaction, dan Customer Retention pada layanan kebersihan Pojok Bersih. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif deskriptif melalui wawancara, observasi proses layanan, serta analisis kebutuhan pengguna. Target pengguna dispesifikasikan sebagai pekerja muda berusia 25–35 tahun di kawasan Kota Pontianak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi layanan dengan fitur seperti; antarmuka sederhana, navigasi intuitif, fitur pemesanan cepat, tracking petugas, serta transparansi harga dapat meningkatkan customer satisfaction dan memperbaiki e-service quality. Peningkatan kualitas layanan ini berdampak langsung pada tingginya tingkat kepuasan pelanggan, yang kemudian memperkuat retensi pengguna terhadap layanan Pojok Bersih. Seluruh temuan penelitian mendukung hipotesis bahwa UX berpengaruh positif terhadap E-Service Quality yang meningkatkan Customer Satisfaction dan memperkuat Customer Retention. Penelitian ini merekomendasikan pengembangan aplikasi mobile Pojok Bersih dengan fitur yang lebih responsif, jelas, dan aman untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang membutuhkan jasa layanan kebersihan yang cepat dan praktis.

Kata kunci: *User Experience, E-Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Retention, Aplikasi Mobile*

DOI:

<https://doi.org/10.47134/dkv.v2i4.5172>

*Correspondence: Jonathan

Email:

jonathan.625220075@stu.untar.ac.id

Received: 03-11-2025

Accepted: 14-11-2025

Published: 28-11-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: *This study aims to analyze how mobile applications can improve User Experience (UX), E-Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Retention in the Pojok Bersih sanitation service. The methods used in this study are descriptive qualitative through interviews, service process observation, and user needs analysis. The target users were specified as young workers aged 25–35 years in the Pontianak City area. The results of the study show that digitizing services with features such as a simple interface, intuitive navigation, quick booking features, staff tracking, and price transparency can increase customer satisfaction and improve e-service quality. This improvement in service quality has a direct impact on high customer satisfaction levels, which in turn strengthens user retention for the Pojok Bersih service. All research findings support the hypothesis that UX has a positive effect on E-Service Quality, which increases Customer Satisfaction and strengthens Customer Retention. This study recommends the development of a Pojok Bersih mobile application with more responsive, clear, and secure features to meet the needs of people who require fast and practical cleaning services.*

Keywords: *User Experience, E-Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Retention, Mobile Application*

Pendahuluan

Adanya perkembangan layanan berbasis aplikasi telah mengubah cara masyarakat memenuhi kebutuhan jasa kebersihan rumah tangga. Aplikasi seluler merupakan saluran pengiriman layanan yang kuat, luas, dan tepat waktu (Iyer et al, 2018). Oleh sebab itu, perubahan preferensi masyarakat tersebut hadir karena layanan berbasis aplikasi menawarkan kepraktisan dan fleksibilitas. Temuan ini sejalan dengan model UTAUT yang menyatakan bahwa *perceived ease of use* dan *perceived usefulness* merupakan determinan utama dalam adopsi teknologi digital (Venkatesh et al., 2003). Pojok Bersih, merupakan bisnis penyedia layanan kebersihan. Bisnis layanan kebersihan ditargetkan kepada individu dengan gaya hidup sibuk seperti pekerja, mahasiswa, ibu rumah tangga, serta masyarakat menengah ke atas (Lukman et al, 2024). Meskipun sudah menjadi kebutuhan baru bagi masyarakat, pengalaman pengguna pada aplikasi layanan rumah tangga masih menunjukkan variasi kualitas yang sering kali tidak memuaskan. Ketidakpuasan kualitas yang sering ditemukan diketahui berasal dari aspek User Experience (UX). User Experience (UX) memiliki peran yang sangat penting dalam memastikan penyampaian produk atau layanan yang efektif dan efisien kepada pengguna akhir (Dillon, 2001). User Experience (UX) perlu untuk diperhatikan karena jika tidak berfungsi dengan benar, maka pengguna akan enggan untuk menggunakan produk tersebut (Garret, 2010). Oleh sebab itu, fitur pada aplikasi seluler seperti navigasi, pencarian, pengisian formulir, serta interaksi sentuhan akan sangat berpengaruh terhadap keinginan penggunaan aplikasi. Penelitian di Indonesia menunjukkan bahwa *website usability* dan *mobile optimization* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan tingkat konversi. Nawir dan Hendrawan (2024) menemukan bahwa peningkatan *usability* dan optimasi antarmuka seluler secara positif mempengaruhi kepuasan pelanggan dan berdampak pada konversi penjualan. Temuan serupa dilaporkan oleh Nasution & Adiwijaya (2024) dalam studi pada aplikasi mobile kedai kopi, yang menunjukkan bahwa UX berpengaruh signifikan terhadap *e-service quality* dan kepuasan pelanggan, yang kemudian memediasi loyalitas. Kerangka E-S-QUAL juga menegaskan bahwa efisiensi, keandalan, dan privasi adalah dimensi kunci yang membentuk persepsi kualitas layanan digital (Parasuraman et al., 2005). Selain itu, desain UX yang efektif dengan melibatkan navigasi intuitif, visual menarik, responsivitas, dan umpan balik pengguna telah terbukti meningkatkan retensi dan konversi pengguna (Majumder, 2025). Hasil serupa ditunjukkan oleh Ryu dan Park (2020) yang menemukan bahwa *usability* aplikasi seluler memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan dan loyalitas pengguna.

Pada era digital saat ini, elemen yang mempengaruhi kepercayaan pengguna seperti transparansi harga, profil penyedia layanan yang diverifikasi, rating, serta jaminan layanan menjadi faktor penting bagi pengguna dalam melanjutkan transaksi. Hal ini didukung dengan penelitian terdahulu mengenai Pengaruh E-Service Quality, E-Trust, dan Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Tokopedia yang menunjukkan bahwa e-trust dan fitur review (rating/reputasi) jadi faktor dalam keputusan beli online (Pratama et al, 2024). Penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa elemen visual, konsistensi desain, dan struktur antarmuka berperan langsung dalam membentuk

e-trust pengguna (Cyr, 2008). Penelitian lain tentang Pengaruh Jaminan Layanan, Brand Image, Harga, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian dalam E-Commerce juga menyatakan jaminan layanan seperti garansi, kebijakan retur, dan keamanan transaksi merupakan hal yang dapat meningkatkan trust dan konversi (Yudha S, 2023). Pojok Bersih saat ini belum memiliki aplikasi mobile khusus. Hal ini berpotensi menghambat optimalisasi User Experience (UX) yang akan berpengaruh terhadap kepercayaan, kepuasan, dan loyalitas pengguna. Berdasarkan literatur, terdapat beberapa aspek seperti usability, e-service quality, dan trust design yang merupakan determinan utama adopsi aplikasi digital dan niat pemesanan ulang (Jayaputra, 2022). Penelitian lain juga menegaskan bahwa trust dan familiarity terhadap layanan digital merupakan faktor krusial dalam niat penggunaan berkelanjutan (Lee & Kwon, 2011). Oleh karena itu, perancangan UI/UX aplikasi mobile Pojok Bersih diarahkan untuk mengintegrasikan prinsip desain berbasis bukti, personalisasi, arsitektur informasi yang jelas, alur pemesanan sederhana, komponen kepercayaan, dan umpan balik pasca layanan untuk meningkatkan kemudahan, kepercayaan, serta kepuasan pengguna.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memperoleh informasi tentang peran aplikasi mobile dalam meningkatkan efisiensi operasional dan kualitas pengalaman pengguna pada layanan jasa kebersihan modern. Pendekatan ini dipilih karena keterbatasan cakupan dan waktu penelitian sehingga tidak melibatkan data kuantitatif dalam bentuk survei ataupun pengukuran statistik. Oleh sebab itu penelitian ini lebih berfokus pada eksplorasi pengalaman, persepsi, dan proses kerja yang terjadi di lapangan.

Data utama dikumpulkan melalui wawancara dengan stakeholder terkait. Wawancara ini bertujuan menggali secara detail pandangan mereka mengenai sistem operasi yang saat ini diimplementasikan beserta kendala operasional, tingkat kepuasan, serta harapan terhadap pengembangan aplikasi mobile. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi langsung terhadap proses pemesanan layanan yang saat ini masih dilakukan secara manual. Hal ini dilakukan untuk memahami alur kerja aktual dan mengidentifikasi titik-titik permasalahan yang dapat diperbaiki melalui digitalisasi.

Analisis data kualitatif dilakukan menggunakan metode thematic analysis untuk mengidentifikasi pola, tema, dan insight kunci terkait beberapa aspek seperti; kepercayaan, kemudahan penggunaan, transparansi harga, hingga hambatan interaksi antara pengguna dan penyedia layanan. Temuan ini kemudian digunakan untuk memetakan kebutuhan fitur aplikasi serta peluang peningkatan kualitas layanan berbasis digital.

Untuk memperoleh data wawancara yang sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti telah merumuskan beberapa variabel yang akan digunakan untuk mengetahui peran aplikasi mobile dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan jasa kebersihan modern dalam pengalaman pengguna menjadi lebih mulus, sehingga mendorong niat untuk menggunakan kembali layanan jasa kebersihan melalui aplikasi mobile. Berdasarkan tujuan

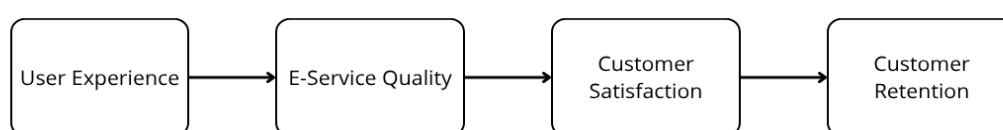
penelitian, berikut adalah beberapa variabel yang digunakan dalam penelitian dan juga keterkaitan antar variabel sebagai acuan untuk merumuskan hipotesis peneliti.

Variable 1: User Experience

Variable 2: E-Service Quality

Variable 3: Customer Satisfaction

Variable 4: Customer Retention



Gambar 1. Keterkaitan antar variabel

Berdasarkan Gambar 1 terlihat bahwa ada keterkaitan antar variabel yang menggambarkan bahwa *User Experience* berperan dalam meningkatkan *E-Service Quality*, yang kemudian berdampak positif pada *Customer Satisfaction*. Tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi selanjutnya mendorong peningkatan *Customer Retention*. Dengan kata lain, pengalaman pengguna yang baik akan memperbaiki kualitas layanan elektronik, kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan pelanggan, dan kepuasan tersebut menjadi faktor penting yang mempengaruhi pelanggan untuk tetap menggunakan layanan secara berkelanjutan. Berdasarkan uraian di atas, berikut adalah hipotesis yang digunakan peneliti dalam penelitian ini:

H1: User Experience berpengaruh positif terhadap E-Service Quality.

H2: E-Service Quality berpengaruh positif terhadap Customer Satisfaction.

H3: Customer Satisfaction berpengaruh positif terhadap Customer Retention.

Melalui 3 hipotesis di atas, peneliti merumuskan instrumen penelitian berupa struktur pertanyaan wawancara sebagai berikut:

Tabel 1. Instrumen Penelitian

No	Tujuan	Variabel yang terlibat	Pertanyaan
1	Mengidentifikasi alasan pendirian layanan	User Experience	Apa yang melatarbelakangi berdirinya Pojok Bersih?
2	Mengetahui kebutuhan utama masyarakat	User Experience	Apa kebutuhan utama masyarakat Pontianak yang ingin dijawab oleh layanan Pojok Bersih?

3	Menganalisis proses pemesanan saat ini	User Experience	Bagaimana sistem pemesanan layanan Pojok Bersih berjalan saat ini?
4	Mengidentifikasi kendala pada sistem manual	User Experience	Apa kendala utama dari sistem pemesanan manual tersebut?
5	Menilai respons perusahaan terhadap isu transparansi	E-Service Quality	Bagaimana tanggapan perusahaan terhadap isu transparansi harga?
6	Mengetahui strategi meningkatkan brand awareness	E-Service Quality	Bagaimana strategi membangun kesadaran merek di masyarakat?
7	Mengidentifikasi hambatan pemasaran	E-Service Quality	Apa tantangan terbesar memperkenalkan Pojok Bersih di Pontianak?
8	Menentukan fitur krusial pada aplikasi	E-Service Quality	Fitur apa yang penting dalam aplikasi mobile Pojok Bersih?
9	Menganalisis peran aplikasi dalam operasional	E-Service Quality	Bagaimana aplikasi mobile dapat mengatasi kendala operasional?
10	Menilai pentingnya transparansi dan ulasan	E-Service Quality	Seberapa penting transparansi harga dan ulasan bagi pelanggan?
11	Mengetahui pandangan pelanggan tentang pembayaran digital	User Experience	Bagaimana pandangan terhadap integrasi pembayaran digital?
12	Mengetahui ekspektasi pengguna terhadap aplikasi	User Experience	Apa harapan utama terhadap pengembangan aplikasi?
13	Mengukur potensi peningkatan kepuasan pelanggan	Customer Satisfaction	Bagaimana aplikasi meningkatkan kepuasan pelanggan?
14	Mengidentifikasi target pasar	User Experience	Siapa target pasar utama Pojok Bersih?

15	Menganalisis pengaruh gaya hidup terhadap fitur	User Experience	Bagaimana gaya hidup target mempengaruhi fitur aplikasi?
16	Mengetahui posisi Pojok Bersih di pasar	E-Service Quality	Bagaimana posisi Pojok Bersih dibandingkan kompetitor?
17	Menggali urgensi digitalisasi	E-Service Quality	Mengapa transformasi digital penting bagi Pojok Bersih?
18	Mengetahui visi strategis setelah digitalisasi	E-Service Quality	Apa visi masa depan Pojok Bersih setelah digitalisasi?
19	Mengidentifikasi aspek UX yang membingungkan	User Experience	Menurut Anda, bagian mana dari proses pemesanan saat ini yang paling membingungkan atau tidak efisien bagi pengguna?
20	Mengidentifikasi fitur yang meningkatkan kenyamanan	User Experience	Fitur apa yang menurut Anda paling membantu meningkatkan kenyamanan
21	Menentukan standar kualitas informasi aplikasi	E-Service Quality	Bagaimana standar kualitas informasi yang Anda inginkan tampil di aplikasi (harga, durasi, rating, detail layanan)?
22	Mengetahui faktor pembentuk kepuasan	Customer Satisfaction	Menurut Anda, faktor apa saja yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap layanan Pojok Bersih saat ini?
23	Menilai tingkat kepuasan terhadap layanan manual	Customer Satisfaction	Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan manual saat ini, dan apa yang membuat mereka kurang puas?
24	Mengidentifikasi alasan pelanggan kembali	Customer Retention	Menurut Anda, apa alasan utama pelanggan kembali menggunakan jasa Pojok Bersih?
25	Menggali faktor penyebab churn	Customer Retention	Faktor apa yang dapat menyebabkan pelanggan berhenti menggunakan layanan dan berpindah ke kompetitor?

26	Menentukan strategi mempertahankan pelanggan	Customer Retention	Menurut Anda, apa strategi terbaik agar pelanggan tetap setia setelah aplikasi diluncurkan?
----	--	--------------------	---

Hasil dan Pembahasan

Melalui wawancara mendalam yang dilakukan dengan salah satu stakeholder Pojok Bersih pada tanggal 28 Agustus 2025, diperoleh berbagai insight penting mengenai kondisi layanan saat ini dan harapan pengguna terhadap proses digitalisasi. Informasi yang terkumpul kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa tema utama untuk memudahkan analisis hubungan antar variabel, yaitu User Experience, E-Service Quality, Customer Satisfaction, dan Customer Retention. Pengelompokan ini dilakukan untuk memahami bagaimana pengalaman pengguna mempengaruhi kualitas layanan digital, bagaimana kualitas layanan tersebut berdampak pada kepuasan pengguna, serta bagaimana tingkat kepuasan akhirnya berkontribusi pada retensi pelanggan. Temuan hasil wawancara yang telah disintesis ke dalam tabel berikut menunjukkan poin-poin kunci yang relevan untuk menjawab ketiga hipotesis penelitian, sekaligus memperlihatkan pola hubungan yang konsisten antara variabel-variabel tersebut. Dengan demikian, tabel tersebut berfungsi sebagai dasar analisis dalam mengevaluasi apakah setiap hipotesis didukung oleh data kualitatif yang diperoleh.

Tabel 2. Temuan Penelitian

Variabel	Tema Utama	Temuan
<i>User Experience</i>	Latar belakang berdirinya Pojok Bersih	Pojok Bersih muncul karena kebutuhan masyarakat akan layanan kebersihan yang cepat, mudah, dan dapat dipercaya. Meskipun tujuan awalnya menyediakan layanan yang praktis, Pojok Bersih masih memiliki masalah pada layanan yang masih belum terdigitalisasi (masih manual/tradisional) sehingga komunikasi menjadi lambat dan sulit untuk berkoordinasi.
	Kebutuhan utama pengguna	Customer saat ini sedang membutuhkan layanan yang mementingkan efisiensi waktu, kemudahan pemesanan layanan dan menyediakan transparansi harga dan proses layanan.
	Pengalaman pengguna dengan sistem pemesanan saat ini	Pelanggan merasa sistem pemesanan saat ini (manual) dianggap rumit dan tidak terstruktur sehingga Pojok Bersih memiliki harapan besar terhadap digitalisasi (aplikasi).

		Selain itu, pengguna ingin fitur yang mempercepat proses (one-click order, tracking, reminder).
	Preferensi Pengguna	Pengguna menginginkan aplikasi yang terintegrasi dengan metode pembayaran digital, tampilan aplikasi yang sederhana namun lengkap, serta memiliki fitur ulasan dan rating.
<i>E-Service Quality</i>	Kualitas layanan yang diharapkan pengguna	Pengguna mengharapkan layanan yang responsif, reliable, dan efisien. Selain itu, pengguna ingin semua informasi tersedia secara jelas (harga, durasi, status petugas).
	Masalah Utama Layanan	Beberapa masalah utama layanan adalah: ketidakpastian pada kejelasan jadwal dan harga, kurangnya informasi real-time, dan minimnya standar kualitas layanan dalam model manual.
	Harapan tentang layanan digital	Harapan pengguna setelah digitalisasi adalah adanya kemudahan akses layanan 24/7, peningkatan akurasi informasi, dan pengalaman sistem yang minim error.
<i>Customer Satisfaction</i>	Faktor yang mempengaruhi kepuasan layanan	Faktor yang mempengaruhi kepuasan layanan adalah: konsistensi layanan, kesesuaian layanan dengan ekspektasi, kenyamanan dalam menggunakan sistem digital dan harga yang dianggap fair dan transparan.
	Penyebab Ketidakpuasan	Beberapa faktor yang menyebabkan ketidakpuasan layanan adalah ketidaktepatan waktu layanan, kurangnya transparansi, dan ketidakjelasan harga dan durasi layanan.
<i>Customer Retention</i>	Faktor yang mempengaruhi retensi pengguna	Faktor yang mempengaruhi retensi pengguna ialah keandalan layanan, pengalaman positif yang konsisten, dan rekomendasi pengguna lainnya(word of

		mouth).
	Alasan pengguna berhenti menggunakan layanan	Alasan pengguna berhenti menggunakan layanan adalah ketidakpuasan terhadap layanan, perbandingan dengan kompetitor, dan masalah harga atau nilai layanan tidak sesuai.

Berdasarkan hasil wawancara kualitatif, terlihat bahwa pengalaman pengguna (*User Experience*) saat ini masih kurang optimal karena proses pemesanan yang manual, tidak terstruktur, dan minim transparansi. Namun, pengguna sangat menginginkan pengalaman yang lebih efisien, mudah, dan terintegrasi dengan fitur digital seperti pembayaran online, *one-click order*, *tracking*, serta tampilan aplikasi yang lebih intuitif. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan *User Experience* memang diharapkan dapat memperbaiki *E-Service Quality*. Oleh sebab itu, H1 didukung karena dari hasil wawancara terdapat keterkaitan positif yang antara *User Experience* dan *E-Service Quality*.

Selain itu, harapan pengguna terhadap digitalisasi adalah layanan yang lebih responsif, informasi real-time, kejelasan harga dan durasi, serta kualitas layanan yang lebih konsisten. Temuan terkait masalah layanan manual yang tidak akurat, tidak transparan, dan tidak efisien memperlihatkan bahwa ketika kualitas layanan digital meningkat, kepuasan pengguna juga akan meningkat. Dengan temuan berikut, H2 didukung karena adanya keterkaitan positif antara *E-Service Quality* dan *Customer Satisfaction*.

Faktor yang mempengaruhi retensi pelanggan sebagian besar berkaitan langsung dengan tingkat kepuasan. Sebagai contoh faktor yang mempengaruhi retensi adalah keandalan layanan, pengalaman positif yang konsisten, dan rekomendasi dari pengguna lain. Sedangkan sebaliknya, alasan berhenti menggunakan layanan didominasi ketidakpuasan terhadap kualitas layanan dan perbandingan negatif dengan kompetitor. Hal ini menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* berperan penting dalam mempertahankan pelanggan, sehingga H3 juga didukung. Secara keseluruhan, data kualitatif mendukung seluruh hubungan dalam model hipotesis, di mana pengalaman pengguna yang baik mendorong kualitas layanan digital, kualitas layanan meningkatkan kepuasan, dan kepuasan pengguna memperkuat retensi.

Untuk melakukan digitalisasi layanan, Pojok Bersih perlu mengembangkan sebuah aplikasi digital yang berfungsi sebagai pusat pengelolaan layanan secara *end-to-end* dengan fokus pada efisiensi, transparansi, dan konsistensi kualitas layanan. Aplikasi mobile Pojok Bersih harus menyediakan fitur pemesanan cepat (*one-click order*), penjadwalan layanan yang jelas, estimasi harga dan durasi yang transparan, serta pembayaran digital yang terintegrasi agar menghilangkan ketergantungan pada proses manual yang selama ini menjadi kendala utama dari sistem operasi Pojok Bersih. Selain itu, aplikasi perlu dilengkapi *real-time tracking* untuk memantau status layanan, notifikasi otomatis, serta

dashboard layanan yang memuat informasi harga, ketersediaan petugas, dan waktu pengerjaan dengan jelas. Untuk mendukung preferensi pengguna, aplikasi juga harus memiliki tampilan antarmuka yang sederhana namun lengkap, serta menyediakan fitur ulasan dan rating guna membantu menjaga konsistensi kualitas layanan. Secara keseluruhan, aplikasi ini akan digunakan untuk meningkatkan efisiensi operasional, memberikan pengalaman layanan yang lebih cepat dan transparan, serta meningkatkan kepuasan sekaligus retensi pengguna.

Simpulan

Hasil analisis menunjukkan sebuah kesimpulan bahwa aplikasi mobile memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan jasa kebersihan modern. Peningkatan kualitas dan efisiensi dapat dicapai dengan menghadirkan proses pemesanan yang cepat dan praktis. Kondisi layanan yang cepat dan praktis tersebut dapat diperoleh dari penerapan desain User Experience (UX) yang intuitif, responsif, dan transparan. Penerapan fitur-fitur seperti navigasi sederhana, transparansi harga, rating petugas, serta alur pemesanan yang efisien terbukti berdampak besar terhadap peningkatan kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pengguna. Oleh karena itu, Peneliti merekomendasikan agar Pojok Bersih mengembangkan aplikasi mobile yang berfokus pada kemudahan penggunaan dan konsistensi kualitas layanan. Selain itu, elemen kepercayaan pengguna (customer trust) juga perlu diterapkan dalam aplikasi untuk meningkatkan retensi pengguna. Aspek customer trust dalam aplikasi dapat diperoleh dengan menyediakan fitur verifikasi petugas, jaminan layanan, dan sistem umpan balik yang efektif. Terakhir, pemanfaatan analitik perilaku pengguna juga dapat digunakan untuk meningkatkan personalisasi layanan yang akan menjadi strategi penting untuk mempertahankan daya saing di pasar bisnis layanan jasa kebersihan digital.

Referensi

- ANALISA BISNIS MODEL CANVAS PADA USAHA JASA LAYANAN KEBERSIHAN FAST CLEAN. (2024). *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 3(1), 25–30. <https://doi.org/10.30822/aksioma.v3i1.3241>
- Carmeline, B. C., & Kamal, I. (2024). Analisis usability dan redesign aplikasi seluler dengan metode user-centered design (Studi kasus Starbucks Indonesia). *Journal of Digital Business Innovation*, 1(1), 87–100. <https://jibd.uds.ac.id/digbi/article/view/11>
- Cyr, D. (2008). Modeling website design across cultures: Relationships to trust, satisfaction, and e-loyalty. *Journal of Management Information Systems*, 24(4), 47–72.
- Dillon, A. (2001). Beyond usability: Process, outcome and affect in human-computer interactions. *Canadian Journal of Information Science*, 26(4), 56–69.
- Garrett, J. J. (2010). *The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond*. Pearson Education.

- Handani, N. D., Sulistiyani, N., & Nurchayati, N. (2024). User experience of mobile banking application in Indonesia: New technology in banking. *Global Business & Finance Review*, 29(2), 127–141. <https://doi.org/10.XXXX/gbfr.v29i2.2024>
- Ho, X. H., Nguyen, D. P., Cheng, J. M. S., & Le, A. N. H. (2022). Customer engagement in the context of retail mobile apps: A contingency model integrating spatial presence experience and its drivers. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 66, 102950. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2022.102950>
- Isalman, I. (2024). Evaluasi e-service quality BRI Mobile dan dampaknya terhadap e-customer trust dan e-customer satisfaction. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(3), 283–293. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v12i3.4550>
- Iyer, P., Davari, A., & Mukherjee, A. (2018). Investigating the effectiveness of retailers' mobile applications in determining customer satisfaction and repatronage intentions: A congruency perspective. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 44, 235–243. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2018.07.017>
- Kencana, A. B., & Widagdo, P. B. (2025). User interface and user experience design of a mobile application for housing cleaning services in campus areas with design thinking. *Abdi Dosen: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 9(2). <https://pkm.uika-bogor.ac.id/index.php/ABDIDOS/article/view/2823>
- Kurnia, S., & Nawaningtyas, N. (2024). Analisis interaksi pengguna dalam desain user interface dan user experience yang lebih baik menggunakan metode heuristik. *Jurnal Teknik Mesin, Industri, Elektro dan Informatika*, 3(4), 4433. <https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jtmei/article/view/4433>
- Lee, Y., & Kwon, O. (2011). Intimacy, familiarity and continuance intention: An extended expectation–confirmation model in mobile services. *Expert Systems with Applications*, 38(6), 7906–7918.
- Majumder, A. S. (2025). The influence of UX design on user retention and conversion rates in mobile apps. *arXiv Preprint*. <https://arxiv.org/abs/2501.13407>
- Mirai Journal. (2023). Pengaruh e-service quality terhadap keputusan konsumen pada platform digital. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4683>
- Nasution, M. A., & Adiwijaya, S. (2024). The influence of user experience and e-service quality on customer loyalty through customer satisfaction (Study on mobile coffee shop applications in Indonesia). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 12(3), 3243–3258. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/6323>
- Nawir, F., & Hendrawan, S. A. (2024). The impact of website usability and mobile optimization on customer satisfaction and sales conversion rates in e-commerce

- businesses in Indonesia. *The Eastasouth Journal of Information System and Computer Science*, 2(1), 15–30. <https://esj.eastasouth-institute.com/index.php/esiscs/article/view/324>
- Neliti. (2021). *Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap keputusan pembelian* (PDF). <https://media.neliti.com/media/publications/358421-pengaruh-e-service-quality-dan-e-trust-t-cdedbbb5.pdf>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2005). E-S-QUAL: A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213–233.
- Pradana, B. I., et al. (2024). Validating dimensions of mobile service quality in C2C e-commerce applications in Indonesia. *Jurnal Aplikasi Manajemen (JAM)*. <https://jurnaljam.ub.ac.id/index.php/jam/article/download/7894/1965>
- Pratama, N., Darmawati, D., & Parlina, T. (2024). Pengaruh e-service quality, e-trust, dan online consumer review terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Tokopedia. *Borneo Islamic Finance and Economics Journal*, 4(1), 53–61. <https://doi.org/10.21093/bifej.v4i1.8833>
- Putri, A., & Rahman, D. (2023). Mobile application design strategy to enhance customer trust in on-demand cleaning services. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (ijIM)*, 17(5), 92–108. <https://online-journals.org/index.php/i-jim/article/view/39610>
- Ryu, S., & Park, J. (2020). The effects of mobile app usability on user satisfaction and loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 55, 102093. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102093>
- Septiani, N. S., & Wahyuni, S. (2024). Implementasi data mining dalam mengelompokkan tingkat kepuasan pemakaian jasa cleaning service menggunakan algoritma K-Means. *Bulletin of Information Technology*, 5(4). <https://journal.fkpt.org/index.php/BIT/article/view/1729>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478.