

ABSTRAK

PENGALAMAN INTERAKSI DIGITAL DAN DESAIN VISUAL SEBAGAI FAKTOR PENENTU KEPUASAN KONSUMEN PADA JASA DESAIN VISUAL BEEVECTOR

Benny Setiawan

Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora

Universitas Ngudi Waluyo

bennystia@gmail.com

Dosen Pembimbing:

Irsal Fauzi, S.E., M.M

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Pengalaman Interaksi Digital dan Desain Visual terhadap Kepuasan Konsumen pada jasa desain visual BeeVector, dengan Kepercayaan sebagai variabel mediasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan *explanatory research* untuk menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel yang diteliti. Pengumpulan data dilakukan melalui survei terhadap 60 responden yang pernah menggunakan jasa desain visual BeeVector minimal dua kali yang berlokasi di Kabupaten Banjarnegara, dengan teknik *sensus sampling*. Teknik analisis data menggunakan *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengalaman interaksi digital berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan konsumen, tetapi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya, desain visual terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap baik kepercayaan maupun kepuasan konsumen. Kepercayaan konsumen tidak berpengaruh langsung terhadap kepuasan, namun mampu memediasi pengaruh desain visual terhadap kepuasan secara signifikan, meskipun dengan arah hubungan negatif. Sementara itu, kepercayaan tidak dapat memediasi pengaruh pengalaman interaksi digital terhadap kepuasan. Penelitian ini menyoroti pentingnya desain visual sebagai faktor kunci dalam meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen. BeeVector disarankan untuk memperkuat elemen desain visual serta mengevaluasi pengalaman interaksi digital agar lebih relevan dengan target pasar.

Kata Kunci: Pengalaman Interaksi Digital, Desain Visual, Kepercayaan, Kepuasan Konsumen, BeeVector.

ABSTRACT

DIGITAL INTERACTION EXPERIENCE AND VISUAL DESIGN AS DETERMINING FACTORS FOR CONSUMER SATISFACTION IN BEEVECTOR GRAPHIC DESIGN SERVICES

Benny Setiawan

*Faculty of Economics, Law, and Humanities ,
Ngudi Waluyo University
bennystia@gmail.com*

Advisor:

Irsal Fauzi, S.E., M.M

This study aims to analyze the influence of Digital Interaction Experience and Visual Design on Consumer Satisfaction in BeeVector graphic design services, with Trust as a mediating variable. This study uses a quantitative method with an explanatory research approach to explain the causal relationship between the variables studied. Data collection was carried out through a survey of 60 respondents who had used BeeVector graphic design services at least twice located in Banjarnegara Regency, with census sampling techniques. The data analysis technique uses Partial Least Square (PLS). The results show that the experience of digital interaction has a significant effect on consumer trust, but does not have a significant effect on consumer satisfaction. In contrast, visual design has been shown to have a significant influence on both consumer trust and satisfaction. Consumer trust does not have a direct effect on satisfaction, but it is able to mediate the influence of visual design on satisfaction significantly, even in the direction of negative relationships. Meanwhile, trust cannot mediate the influence of digital interaction experiences on satisfaction. This research highlights the importance of visual design as a key factor in increasing consumer trust and satisfaction. BeeVector is recommended to strengthen visual design elements as well as evaluate the digital interaction experience to make it more relevant to the target market.

Keywords: Digital Interaction Experience, Visual Design, Trust, Consumer Satisfaction, BeeVector.