



## **KETIDAKAKURATAN DAN KETERLAMBATAN INFORMASI TRACKING PENGIRIMAN PADA PLATFORM SHOPEE, SERTA DAMPAKNYA TERHADAP PENGALAMAN DAN PERILAKU PENGGUNA GENERASI Z**

**Mohammad Yusuf Romadhan<sup>1</sup> Randy Dwi Nugroho<sup>2</sup> Adityo Saputra Nugroho<sup>3</sup>  
Rizal Hoironi<sup>4</sup> Tan Evan Tandiyono<sup>5</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Alamat: Jl. Semolowaru No.45, Menur Pumpungan, Kec. Sukolilo, Kota Surabaya, Jawa Timur,  
Indonesia

Korespondensi penulis: [mohammadyusufromadhan@gmail.com](mailto:mohammadyusufromadhan@gmail.com)

**Abstract.** *The rapid growth of e-commerce has increased users' reliance on delivery information systems as the primary source of certainty during online shopping. One of the key components of this system is the shipment tracking feature, which is expected to provide accurate and timely information regarding package status and location. However, in practice, tracking information on e-commerce platforms such as Shopee is not always updated consistently, leading to uncertainty among users. This issue is particularly relevant for Generation Z, who have high expectations for transparency and real-time digital information. This study aims to explore users' experiences and perceptions of inaccurate and delayed tracking information on Shopee, as well as its impact on user behavior from a Management Information Systems perspective. A qualitative approach was employed through in-depth interviews with Generation Z Shopee users. Data were analyzed using open coding, axial coding, and selective coding techniques. The findings indicate that inaccurate tracking information triggers negative emotional responses, reduces users' sense of security, and encourages behavioral adjustments. This study is expected to contribute conceptual insights into the role of information quality in tracking systems and provide practical considerations for improving Management Information Systems in e-commerce platforms.*

**Keywords:** *Management Information Systems, tracking system, information quality, user experience, e-commerce..*

**Abstrak.** Perkembangan e-commerce mendorong meningkatnya ketergantungan pelanggan terhadap sistem informasi pengiriman sebagai sumber utama kepastian selama proses belanja daring. Salah satu komponen penting dalam sistem tersebut adalah fitur tracking pengiriman yang berfungsi menyajikan informasi status dan posisi paket secara real-time. Namun, dalam praktiknya, informasi tracking pada platform e-commerce seperti Shopee tidak selalu akurat dan diperbarui secara tepat waktu, sehingga berpotensi menimbulkan ketidakpastian bagi pengguna. Kondisi ini menjadi relevan bagi Generasi Z yang memiliki ekspektasi tinggi terhadap transparansi dan kecepatan informasi digital. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman dan persepsi pengguna terhadap ketidakakuratan serta keterlambatan informasi tracking Shopee, serta dampaknya terhadap perilaku pengguna ditinjau dari perspektif Sistem Informasi Manajemen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap pengguna Shopee dari Generasi Z. Data dianalisis melalui tahapan open coding, axial coding, dan selective coding. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketidakakuratan informasi tracking memicu respons emosional negatif, menurunkan rasa aman, serta mendorong penyesuaian perilaku pengguna. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman konseptual mengenai peran kualitas informasi dalam sistem tracking serta menjadi bahan evaluasi bagi peningkatan kualitas Sistem Informasi Manajemen pada platform e-commerce.

**Kata Kunci:** *Sistem Informasi Manajemen, sistem tracking, kualitas informasi, pengalaman pengguna, e-commerce*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan e-commerce di Indonesia telah mengubah cara masyarakat berbelanja secara signifikan. Aktivitas jual beli yang sebelumnya dilakukan secara langsung kini beralih ke platform digital yang menawarkan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi. Di antara berbagai platform e-commerce yang berkembang pesat, Shopee menjadi salah satu marketplace yang paling banyak digunakan, khususnya oleh Generasi Z.

Dalam belanja online, konsumen tidak dapat melihat kondisi barang secara langsung. Oleh karena itu, informasi digital menjadi satu-satunya sumber kepastian bagi pengguna. Salah satu informasi yang paling krusial adalah tracking pengiriman, yaitu fitur yang memungkinkan pengguna memantau status dan posisi paket setelah transaksi dilakukan.

Bagi Generasi Z yang terbiasa dengan layanan digital real-time, tracking pengiriman bukan sekadar fitur tambahan, melainkan elemen penting yang membentuk rasa aman dan kepercayaan. Ketika informasi tracking berjalan dengan baik, pengguna merasa yakin bahwa barang berada dalam proses pengiriman. Namun, ketika informasi tersebut tidak akurat atau terlambat diperbarui, pengalaman belanja pun ikut terganggu.

Penelitian Sistem Informasi Manajemen ini berangkat dari fenomena tersebut, dengan fokus pada ketidakakuratan dan keterlambatan informasi tracking pengiriman pada platform Shopee, serta dampaknya terhadap pengalaman dan perilaku pengguna Generasi Z.

### ***Tracking Pengiriman dalam Perspektif Sistem Informasi Manajemen***

Dalam kajian Sistem Informasi Manajemen (SIM), sebuah sistem informasi dirancang untuk menyediakan informasi yang akurat, relevan, dan tepat waktu guna mendukung pengambilan keputusan. Tracking pengiriman termasuk dalam sistem informasi logistik yang berperan sebagai penghubung antara proses operasional perusahaan dan pengguna akhir.

Tracking pengiriman pada Shopee seharusnya mampu:

- Menyajikan status pengiriman secara jelas
- Memberikan pembaruan informasi secara berkala
- Menampilkan estimasi waktu kedatangan yang realistis

Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem tracking tidak selalu memenuhi fungsi tersebut. Informasi yang ditampilkan sering kali mengalami keterlambatan pembaruan, bahkan stagnan dalam jangka waktu tertentu. Kondisi ini menyebabkan sistem informasi gagal menjalankan perannya sebagai pendukung keputusan pengguna.

Dalam konteks SIM, kegagalan kualitas informasi dapat menurunkan efektivitas sistem secara keseluruhan, meskipun secara teknis sistem tersebut tetap berjalan..

### ***Ketidakakuratan Informasi Tracking sebagai Masalah Utama***

Ketidakakuratan informasi tracking menjadi temuan utama dalam penelitian ini. Beberapa pengguna Shopee dari kalangan Generasi Z mengungkapkan bahwa status

pengiriman tidak mencerminkan kondisi nyata paket di lapangan. Contohnya, paket tercatat masih berada di gudang tertentu, padahal barang sudah berpindah lokasi atau bahkan hampir sampai ke tujuan.

Masalah lain yang sering muncul adalah keterlambatan update informasi. Status pengiriman tidak berubah selama sehari-hari, sehingga pengguna tidak mendapatkan gambaran jelas mengenai progres pengiriman. Situasi ini menimbulkan ketidakpastian dan memicu kekhawatiran pengguna terhadap keamanan barang yang dipesan.

Dari sudut pandang pengguna, informasi tracking yang tidak jelas menimbulkan pertanyaan mengenai keandalan sistem dan koordinasi antara platform e-commerce dengan pihak ekspedisi.

### ***Pengalaman Pengguna Generasi Z terhadap Tracking Shopee***

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pengguna Shopee dari Generasi Z. Hasil wawancara menunjukkan bahwa pengguna memiliki ekspektasi tinggi terhadap keakuratan informasi tracking.

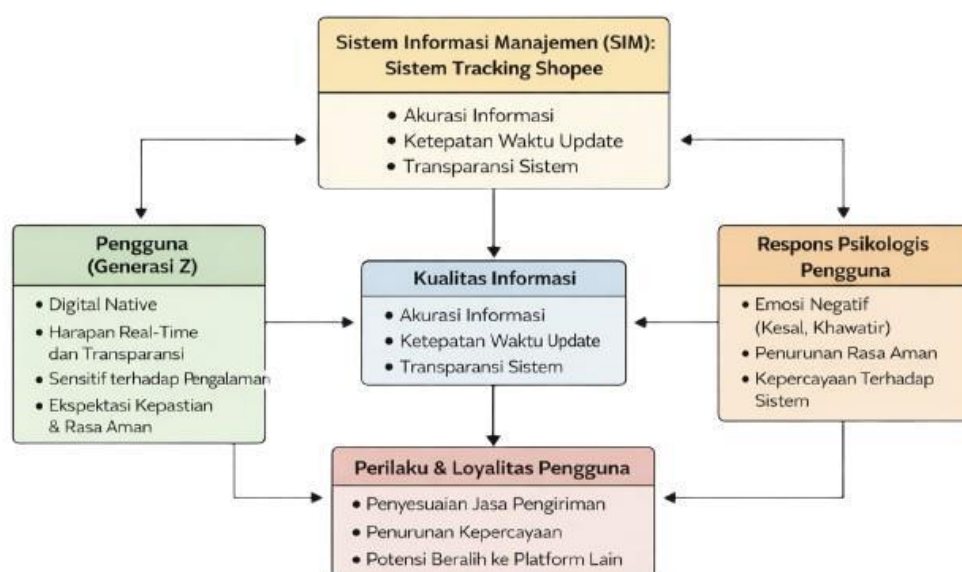
Ketika informasi tidak diperbarui secara tepat waktu, pengguna mengaku merasa:

- a. Kesal karena harus menunggu tanpa kepastian
- b. Cemas terhadap kemungkinan paket hilang
- c. Tidak nyaman karena kurangnya transparansi

Pengalaman tersebut membuat pengguna harus melakukan upaya tambahan, seperti menghubungi customer service atau memantau aplikasi secara berulang. Hal ini menunjukkan bahwa ketidakakuratan informasi tidak hanya berdampak pada aspek teknis, tetapi juga pada kenyamanan dan pengalaman pengguna secara keseluruhan.

### ***Kerangka Konseptual***

Kerangka Konseptual adalah merupakan desain penelitian yang berfungsi untuk menuntun dan memudahkan peneliti dalam memahami alur berpikir penelitian ini. Oleh karena itu dibawah ini, telah disajikan kerangka konseptual berpikir, konsptual alur penelitian, dan kerangka hipotesis. Sebagai berikut



**Gambar 1. Kerangka Konseptual**

**KETIDAKAKURATAN DAN KETERLAMBATAN INFORMASI TRACKING PENGIRIMAN  
PADA PLATFORM SHOPEE, SERTA DAMPAKNYA TERHADAP PENGALAMAN DAN  
PERILAKU PENGGUNA GENERASI Z**

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan pendekatan penelitian yang bertujuan untuk memahami dan menjelaskan fenomena sosial secara mendalam melalui pengumpulan dan analisis data non-angka, seperti wawancara dan narasi pengalaman partisipan. Pendekatan ini menekankan pada pemahaman konteks, interpretasi, serta makna yang diberikan oleh individu terhadap pengalaman yang mereka alami.

Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini berfokus pada pengalaman subjektif pelanggan dalam menghadapi ketidakakuratan dan keterlambatan informasi tracking pengiriman pada platform Shopee. Fenomena tersebut tidak dapat dipahami secara memadai melalui pengukuran kuantitatif, melainkan membutuhkan eksplorasi mendalam terhadap persepsi, respons emosional, serta cara pelanggan memaknai informasi yang disediakan oleh sistem.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada penelitian ini terdapat 2 orang narasumber yang bersedia untuk terlibat dalam penelitian. Seluruh narasumber secara konsisten mampu untuk mengikuti ketentuan dalam penelitian dan mampu memberikan data secara konsisten. Para narasumber ini dapat dideskripsikan sebagai berikut:

No	Gender	Usia	Asal	Favorite Color	Hobby	Kesukaan
1	perempuan	19 Tahun	Surabaya	Pink	Reading Novel & Listening Music	K-Pop Music
2	Laki-Laki	20 Tahun	Surabaya	Blue	Listening Music	Chicken Noodle

**Tabel 5.1 Deskripsi Karakteristik Narasumber**

Berdasarkan Tabel 5.1 maka dapat dilihat bahwa narasumber yang menjadi informan digambarkan sebagai berikut:

1. Narasumber pada penelitian terdapat 1 Laki-laki dan 1 Perempuan.
2. Narasumber pada penelitian ini dalam rentang usia 19 – 20 Tahun (Gen Z).
3. Narasumber memiliki warna favorit yang berbeda.
4. Narasumber memiliki hobi yang tidak jauh berbeda.
5. Narasumber memiliki kesukaan yang berbeda

### **Hasil Pengolahan Data**

Tema pertama yang muncul dari hasil analisis adalah adanya masalah ketidakakuratan dan keterlambatan pembaruan informasi tracking pengiriman. Kedua narasumber mengungkapkan bahwa informasi status pengiriman tidak selalu diperbarui secara tepat waktu dan terkadang tidak mencerminkan kondisi aktual paket.

Ketidakakuratan tersebut terlihat dari status pengiriman yang stagnan dalam waktu tertentu atau perubahan status yang terlambat. Kondisi ini menimbulkan ketidakjelasan mengenai posisi paket dan proses pengiriman yang sedang berlangsung. Meskipun tidak selalu terjadi, pengalaman ini cukup membekas dan memengaruhi persepsi narasumber terhadap sistem tracking yang digunakan.

Masalah ini menunjukkan bahwa sistem informasi tracking belum sepenuhnya mampu menyediakan informasi yang konsisten dan real-time kepada pelanggan, sehingga menimbulkan celah antara informasi yang ditampilkan sistem dan ekspektasi pengguna.

**Tabel 5.2 Hasil Pengolahan Data Subjek**

Minggu ke-	Kegiatan Menggunakan Fitur Shopee	Entry Number	Pengalaman dalam Menggunakan Fitur Shopee
Minggu ke-1	Frekuensi Berbelanja	1	Responden sering berbelanja di Shopee dan memiliki kebiasaan mengecek produk serta melakukan checkout sebelum tidur.
Minggu ke-2	Masalah Pengiriman & Tracking	2	Responden mengalami keterlambatan pengiriman dan masalah tracking sekitar 1-2 kali dalam periode 6 bulan terakhir.
Minggu ke-3	Kompensasi	3	Fitur tracking masih dirasa membantu, meskipun ada beberapa masalah terkait akurasi informasi pelacakan.
Minggu ke-4	Reaksi Terhadap Masalah Tracking:	4	Responden menghubungi Customer Service untuk menyelesaikan masalah keterlambatan pengiriman. Sebagai kompensasi, diberikan voucher Rp10.000.
Minggu ke-5	Manfaat Fitur Tracking	5	Responden sempat mempertimbangkan beralih ke TikTok Shop karena memudahkan komunikasi langsung dengan kurir melalui WhatsApp, yang tidak tersedia di Shopee.
Minggu ke-6	Dampak Terhadap Kepercayaan	6	Keterlambatan pembaruan data tracking membuat responden berpikir untuk mengganti kurir di pembelian berikutnya, misalnya menggunakan J&T.
Minggu ke-7	Perbandingan dengan Platform Lain	7	Responden sempat mempertimbangkan untuk beralih ke TikTok Shop karena platform tersebut menyediakan nomor WhatsApp kurir, sehingga memudahkan komunikasi langsung jika paket belum diterima. Sementara di Shopee, kendala tersebut harus diselesaikan melalui Customer Service (CS) terlebih dahulu.

Berdasarkan Table 5.2 narasumber 1, berhasil megumpulkan data dengan kendala tracking yang signifikan. Narasumber 1 menggunakan fitur tracking shopee dengan berbagai kendala dan keluhan.

Berdasarkan Table 5.2 narasumber 1, berhasil mengumpulkan data secara rutin dalam 7 minggu sesuai dengan ketentuan penelitian. Narasumber 1 memberikan total entry pernyataan sebanyak 7 entry pernyataan.

## PEMBAHASAN

### **Sistem Informasi Tracking Shopee dalam Perspektif Sistem Informasi Manajemen**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur tracking pengiriman pada Shopee dipersepsikan pelanggan sebagai bagian integral dari Sistem Informasi Manajemen (SIM) logistik. Fakta ini tercermin dari bagaimana narasumber menggunakan informasi tracking sebagai acuan utama untuk memantau status pengiriman dan membangun rasa aman selama proses belanja. Salah satu narasumber menyatakan bahwa fitur tracking digunakan secara rutin untuk memastikan keberadaan paket, namun efektivitasnya sangat bergantung pada pembaruan informasi. Ketika informasi tidak diperbarui, sistem tidak lagi berfungsi sebagai alat pendukung keputusan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa peran SIM dalam konteks ecommerce tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga berfungsi sebagai penyedia kepastian informasi bagi pengguna.

### **Ketidakakuratan Informasi Tracking dan Gangguan Pengalaman Pelanggan**

Fakta temuan penelitian menunjukkan bahwa meskipun ketidakakuratan atau keterlambatan informasi tracking tidak terjadi secara terus-menerus, dampaknya tetap signifikan terhadap pengalaman pelanggan. Narasumber mengungkapkan bahwa status pengiriman yang tidak jelas menimbulkan kebingungan, terutama ketika informasi tracking tidak mengalami pembaruan dalam waktu tertentu. Salah satu narasumber menyampaikan bahwa ia merasa “kaget dan sedikit kesal” ketika informasi tracking tidak diperbarui, meskipun kasus tersebut hanya terjadi satu hingga dua kali. Fakta ini menunjukkan bahwa dalam layanan digital, frekuensi masalah bukan satu-satunya faktor penentu pengalaman negatif, melainkan ketidaksesuaian antara ekspektasi pelanggan dan kinerja sistem informasi.

### **Respons Emosional**

sebagai Bukti Kegagalan Informasi Sistem Hasil analisis data memperlihatkan bahwa ketidakakuratan informasi tracking memunculkan respons emosional negatif, seperti rasa kesal, kaget, dan tidak aman. Fakta ini didukung oleh pernyataan narasumber yang mengungkapkan perasaan kesal ketika “tracking tidak jelas atau tidak diperbarui”. Respons emosional tersebut muncul karena pelanggan kehilangan kepastian mengenai posisi barang yang telah dibeli. Dalam konteks Sistem Informasi Manajemen, fakta ini menunjukkan bahwa informasi yang tidak akurat bukan hanya menurunkan kualitas layanan secara teknis, tetapi juga berdampak langsung pada kondisi psikologis pengguna. Dengan kata lain, kegagalan sistem informasi menghasilkan konsekuensi emosional yang nyata bagi pelanggan.

### **Persepsi Ambivalen terhadap Keandalan Sistem Tracking**

Penelitian ini menemukan bahwa pelanggan memiliki persepsi yang bersifat ambivalen terhadap fitur tracking Shopee. Di satu sisi, narasumber mengakui bahwa fitur tracking “cukup membantu” karena memberikan gambaran umum mengenai proses pengiriman. Namun, di sisi lain, narasumber juga menyatakan bahwa manfaat tersebut hanya dirasakan ketika informasi diperbarui secara konsisten. Fakta ini tercermin dari pernyataan narasumber yang menyebutkan bahwa fitur tracking membantu, tetapi menjadi kurang dapat diandalkan ketika pembaruan informasi terlambat. Hal ini menunjukkan bahwa keandalan sistem dinilai pelanggan secara situasional, bukan absolut. Ketika sistem bekerja sesuai ekspektasi, kepercayaan terbentuk; ketika sistem gagal, kepercayaan tersebut langsung dipertanyakan.

### **Dampak terhadap Kepercayaan dan Penyesuaian Perilaku Pelanggan**

Temuan penelitian menunjukkan bahwa ketidakakuratan informasi tracking tidak secara langsung menyebabkan pelanggan meninggalkan platform Shopee. Namun, fakta empiris menunjukkan adanya penyesuaian perilaku sebagai respons terhadap pengalaman tersebut. Narasumber menyatakan bahwa ketika pembaruan tracking terlambat, mereka mulai mempertimbangkan untuk mengganti jasa pengiriman. Selain itu, salah satu narasumber secara

eksplisit menyebutkan pertimbangan untuk menggunakan platform lain, seperti TikTok Shop, dengan alasan kemudahan komunikasi dengan kurir. Fakta ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak pasif menerima gangguan sistem, tetapi melakukan evaluasi alternatif berdasarkan pengalaman mereka. Dengan demikian, kualitas sistem informasi menjadi faktor penting dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

Karakteristik Generasi Z dan Sensitivitas terhadap Transparansi Informasi Sebagai kelompok pengguna digital yang terbiasa dengan layanan real-time, Generasi Z menunjukkan sensitivitas tinggi terhadap transparansi dan kecepatan informasi. Fakta bahwa narasumber tetap merasa terganggu meskipun masalah tracking hanya terjadi beberapa kali menunjukkan bahwa toleransi terhadap ketidakkonsistenan sistem relatif rendah. 16 Salah satu narasumber bahkan menyebutkan kebiasaan membuka Shopee hampir setiap hari, yang menunjukkan intensitas penggunaan tinggi. Dalam konteks ini, gangguan kecil pada sistem informasi dapat memiliki dampak yang lebih besar terhadap pengalaman pengguna, karena sistem tersebut menjadi bagian dari rutinitas digital sehari-hari.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa ketidakakuratan dan keterlambatan informasi tracking pengiriman pada platform Shopee memiliki pengaruh nyata terhadap pengalaman pelanggan, khususnya dari kalangan Generasi Z. Informasi tracking yang tidak diperbarui secara tepat waktu menimbulkan ketidakjelasan mengenai status pengiriman, yang kemudian memicu respons emosional negatif seperti rasa kesal, kecewa, dan tidak aman.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa fitur tracking Shopee dipersepsikan secara ambivalen oleh pelanggan. Di satu sisi, fitur tersebut dianggap membantu dalam memantau proses pengiriman. Namun, di sisi lain, ketidakkonsistenan informasi membuat pelanggan tidak sepenuhnya mempercayai sistem sebagai sumber informasi yang andal. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas informasi menjadi faktor kunci dalam menentukan efektivitas Sistem Informasi Manajemen (SIM) logistik.

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa ketidakakuratan informasi tracking tidak secara langsung mendorong pelanggan untuk meninggalkan platform. Namun, pengalaman tersebut mendorong penyesuaian perilaku, seperti menjadi lebih selektif dalam memilih jasa pengiriman serta mempertimbangkan alternatif platform yang dianggap lebih transparan. Dengan demikian, ketidakandalan sistem informasi tracking dapat dipahami sebagai risiko awal terhadap kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa Sistem Informasi Manajemen dalam konteks e-commerce tidak hanya berfungsi sebagai alat pendukung operasional, tetapi juga berperan penting dalam membentuk pengalaman, kepercayaan, dan perilaku pelanggan.

## **SARAN**

Berdasarkan kesimpulan penelitian, beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut:

1. Saran bagi Perusahaan (Shopee)  
Shopee disarankan untuk meningkatkan kualitas Sistem Informasi Manajemen tracking pengiriman, khususnya pada aspek ketepatan waktu dan konsistensi pembaruan informasi. Integrasi sistem dengan pihak jasa ekspedisi perlu diperkuat agar informasi yang diterima pelanggan lebih akurat dan real-time. Selain itu, peningkatan transparansi komunikasi,

**KETIDAKAKURATAN DAN KETERLAMBATAN INFORMASI TRACKING PENGIRIMAN  
PADA PLATFORM SHOPEE, SERTA DAMPAKNYA TERHADAP PENGALAMAN DAN  
PERILAKU PENGGUNA GENERASI Z**

terutama dalam kondisi keterlambatan pengiriman, dapat membantu menjaga kepercayaan pelanggan.

2. Saran bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat melibatkan jumlah narasumber yang lebih banyak atau mencakup kelompok usia dan platform e-commerce lain untuk memperoleh perspektif yang lebih beragam. Selain itu, penelitian lanjutan dapat mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif guna mengukur sejauh mana kualitas informasi tracking memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan secara lebih luas.

3. Saran bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi awal dalam kajian Sistem Informasi Manajemen, khususnya terkait peran kualitas informasi dalam membentuk pengalaman pelanggan di sektor e-commerce. Pendekatan analisis yang transparan dan berbasis data empiris juga dapat menjadi contoh penerapan metodologi kualitatif dalam penelitian sistem informasi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). True Gen: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey Quarterly*.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51–90.
- Mentzer, J. T., Flint, D. J., & Hult, G. T. M. (2001). Logistics service quality as a segment-customized process. *Journal of Marketing*, 65(4), 82–104.
- Oliver, R. L. (1997). Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer. *Journal of Consumer Psychology*, 6(2), 131–150.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
- Priporas, C. V., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2017). Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing. *Journal of Business Research*, 77, 374–381.
- Wixom, B. H., & Todd, P. A. (2005). A theoretical integration of user satisfaction and technology acceptance. *Information Systems Research*, 16(1), 85–102.