



Analisis Loyalitas Pelanggan Dalam Penggunaan Dompot Digital Dana

Yeni Lasmawati

Universitas Bina Bangsa

Zanuba Qotrun Nada

Universitas Bina Bangsa

Syamsul Hidayat

Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jl. Raya Serang-Jakarta KM. 3 No. 1B, Kota Serang, Banten

Korespondensi penulis: yenilasmawati1@gmail.com*

Abstract. *E-wallet or digital wallet is a form of payment technology that allows users to store, send and receive money digitally. The aim of this research is to find out whether service quality and customer satisfaction can influence customer loyalty in using the DANA digital wallet. The population in this study were people who had used the DANA digital wallet application with a sample size of 150 respondents. Data was obtained by distributing questionnaires via a Google Form link. The method used in this research is a quantitative method with data analysis techniques used including data normality test, heteroscedasticity test, multicollinearity test, validity and reliability test, and multiple regression test. From the research results, it was found that e-service quality has an effect on customer loyalty, customer satisfaction has no effect on customer loyalty and e-service quality and customer satisfaction together have an effect on customer loyalty.*

Keywords: *Customer Loyalty, Customer Satisfaction, (E-Service Quality)*

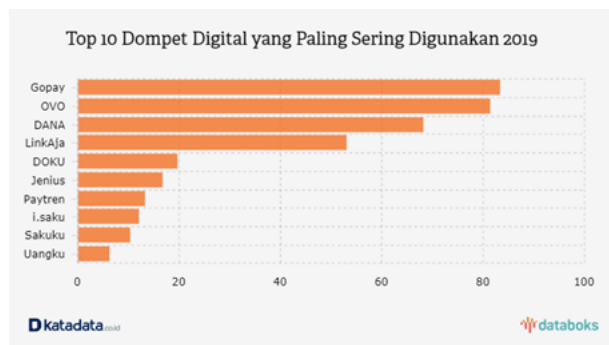
Abstrak. E-wallet atau dompet digital merupakan bentuk teknologi pembayaran yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan, mengirim, dan menerima uang secara digital. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam penggunaan dompet digital DANA. Populasi dalam penelitian ini adalah orang-orang yang pernah menggunakan aplikasi dompet digital DANA dengan jumlah sampel sebanyak 150 responden. Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner melalui tautan google formulir. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan mencakup uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, uji multikolinieritas, uji validitas dan reliabilitas, dan uji regresi berganda. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan serta *e-service quality* dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan (*e-service quality*).

LATAR BELAKANG

Pada zaman sekarang, Indonesia sudah memasuki era yang baru. Salah satu perubahan yang terlihat yaitu semakin maraknya manusia yang memiliki serta menggunakan ponsel pintar untuk kegiatan sehari-harinya. Dengan banyaknya masyarakat yang menggunakan ponsel pintar, kesempatan ini dijadikan peluang oleh berbagai pihak, sehingga dari peluang tersebut dapat melahirkan berbagai inovasi terbaru yang dapat mengubah dan membantu kehidupan manusia sehari-hari. Salah satu inovasi yang muncul di sektor jasa keuangan ialah *Fintech* atau

Financial Technology. E-wallet atau sering disebut dompet digital merupakan salah satu aplikasi digital payment yang masuk ke dalam *fintech*.



Di era digital ini, banyak sekali orang yang memilih menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran karena lebih memudahkan dalam melakukan kegiatan transaksi. Penggunaan e-wallet di Indonesia pada bulan juni 2019 hingga juni 2020 mengalami peningkatan hingga 70% (iprice, 2020). Adapun beberapa aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat dalam melakukan transaksi atau pembayaran diantaranya Go-pay, OVO, DANA, Link Aja, ShopeePAY dan masih banyak lagi. Berikut ini data yang diperoleh dari katadata.co.id mengenai penggunaan dompet digital di Indonesia pada tahun 2019.

Salah satu dompet digital yang banyak digunakan oleh masyarakat ialah dompet digital DANA. Dari data penggunaan dompet digital diatas, DANA menempati posisi ke-3 dengan persentase 68,2%. DANA merupakan aplikasi dari uang elektronik yang memberikan kesempatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi. Terbukti dalam jangka waktu 3 tahun sejak kemunculannya aplikasi DANA telah diunduh lebih dari 10 juta orang. Namun, service quality yang diberikan DANA kepada pengguna masih belum maksimal. Penelitian sebelumnya melakukan survey untuk menganalisa penggunaan *Quick Response Indonesian Standard* pada aplikasi DANA (Mawaddah et al., 2019). Beberapa pendapat mengemukakan bahwa penggunaan *QR Code* pada aplikasi dana kurang memuaskan. Pendapat lain juga mengatakan bahwa *QR Code* dalam aplikasi DANA tidak secepat dan se-interaktif aplikasi lain. Kualitas pelayanan elektronik seharusnya menjadi suatu perhatian penting karena dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Jika kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan maka para pelanggan akan setia atau loyal terhadap barang atau jasa yang dihasilkan. Berdasarkan penjelasan diatas, terdapat rumusan masalah yaitu faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan pengguna DANA?. Adapun tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam penggunaan dompet digital DANA.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan (*E-Service Quality*)

Menurut Kotler dan Keller (2016:143) “kualitas adalah kelengkapan fitur suatu produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memberikan kepuasan terhadap suatu kebutuhan.” Sedangkan menurut Kasmir (2017:47) kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau karyawan. Menurut Zeithaml et al (2009:115) *e-service quality* didefinisikan sebagai sejauh mana sebuah situs web memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman yang efektif dan efisien. Sedangkan menurut Chasee et al (2013:68) *e-service quality* adalah sebuah bentuk kualitas layanan yang lebih luas dengan media internet yang menghubungkan antara penjual dan pembeli untuk memenuhi kegiatan belanja secara efektif dan efisien. Untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan suatu Perusahaan, maka diperlukan analisis pada dimensi yang salah satunya menurut Wiji Utami dan Octavia (2017) ialah:

- a) *Efficiency*, mencakup kemampuan konsumen dalam mengakses sebuah aplikasi atau website.
- b) *Fulfilment*, yaitu akurasi waktu pengiriman produk, produk yang tersedia serta akurasi janji layanan.
- c) *Privacy*, yaitu jaminan keamanan terhadap informasi konsumen.
- d) *Responsiveness*, yaitu kecakapan perusahaan dalam memberikan informasi yang benar dan tepat ketika timbul masalah.
- e) *Contact*, ketersediaan staf baik online maupun offline untuk membantu keperluan pengguna.
- f) *Website Design*

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan dapat diartikan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan terhadap produk atau jasa (Kotler, 2003). Kepuasan pelanggan merupakan penilaian secara menyeluruh terhadap pelayanan dan sebagai hasil perbandingan antara harapan pelanggan dan persepsi atas kinerja pelayanan yang sebenarnya (Handi Irawan, 2002). Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan seperti mendatangkan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan harus diperhatikan karena hal ini merupakan bagian terpenting dalam suatu perusahaan. Dalam hal memuaskan pelanggan, perusahaan perlu memperhatikan dimensi-dimensi kepuasan pelanggan seagar pelanggan merasa puas terhadap produk tersebut. Menurut Irawan, terdapat lima dimensi utama dalam

kepuasan pelanggan diantaranya: *price*, *service quality*, *product quality*, *emotional factor* dan *efficiency*.

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan adalah strategi bisnis dalam mempertahankan pelanggan lama agar terus membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Memiliki pelanggan yang loyal akan dapat menguntungkan perusahaan karena secara tidak langsung mereka berkontribusi dalam peluncuran produk atau layanan perusahaan dengan cara memperkenalkan layanan atau produk tersebut kepada teman atau keluarga mereka. Menurut Kotler dan Keller terdapat lima dimensi dalam loyalitas pelanggan diantaranya:

- a) *Satisfaction*, yaitu kepuasan terhadap produk atau layanan yang diberikan.
- b) *Repeat Purchase*, yaitu kesetiaan konsumen untuk kembali menggunakan produk atau jasa.
- c) *Word of mouth*, konsumen akan senantiasa menyebarkan informasi kepada orang lain.
- d) *Evangelis*, konsumen akan menganjurkan kepada orang lain untuk menggunakan produk Perusahaan.
- e) *Ownership*, pelanggan memiliki rasa tanggung jawab untuk kemajuan perusahaan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, yaitu menjelaskan fenomena berdasarkan fakta dan data yang ada (Gursida & Harmon, 2017). Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan juga menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempertahankan loyalitas pelanggan pengguna dompet digital DANA. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada beberapa pengguna dompet digital DANA.

Populasi Dan Sampel

Populasi merupakan sekumpulan objek atau individu yang memiliki ciri-ciri tertentu untuk diselidiki (Silaen, 2018:87). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah orang-orang yang pernah menggunakan aplikasi dompet digital DANA yang jumlahnya tidak diketahui. Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 150 responden dari konsumen DANA yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Teknik Analisis Data

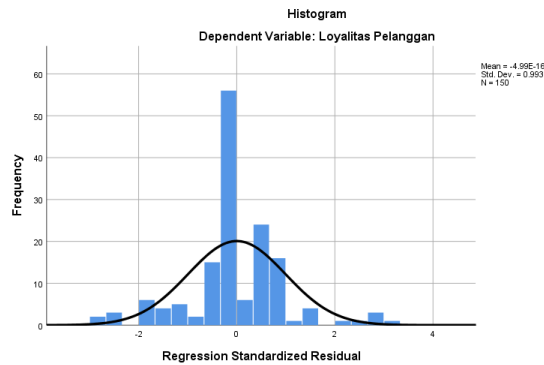
Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas data, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, uji validitas dan reliabilitas dan uji regresi berganda.

Instrumen Penelitian

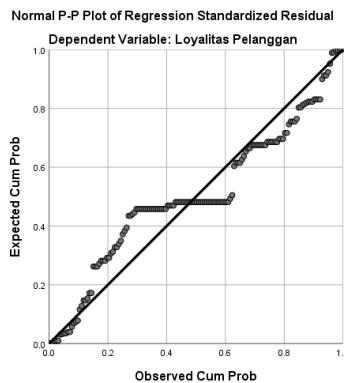
Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarakan melalui tautan google formulir. Pertanyaan dan pernyataan dalam gform ditulis dengan bahasa yang sederhana agar mudah dimengerti oleh responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Hasil Uji Normalitas Data (Histogram dan P-Plot)

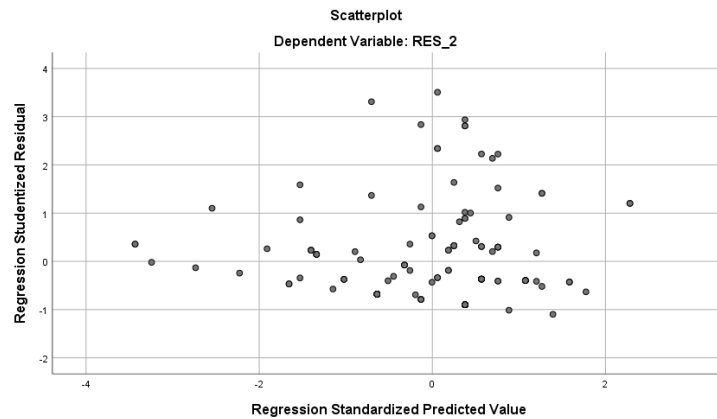


Berdasarkan output spss versi 26 dilihat dari data histogram dengan jumlah sampel sebanyak 150 dan simpangan baku sebesar 0,993 menunjukkan sebaran data yang menyebar secara merata dari kanan ke kiri serta kurva tersebut membentuk lonceng. Dengan demikian, melihat dari data histogram tersebut, data tersebut berdistribusi normal.



Berdasarkan hasil pengujian normalitas data dilihat dari normal P.Plot, dari hasil regresi semua variabel Dimana titik-titik pada P.Plot mendekati garis diagonal dari bawah ke atas. Dengan demikian, data tersebut mengikuti distribusi secara normal.

2. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan output SPSS versi 26 untuk uji heteroskedastisitas dengan melihat scatterplot Dimana titik-titik data tidak membentuk sebuah pola dan berada dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas yang artinya model regresi ini sudah baik.

3. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a													
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	1.529	.501		3.048	.003	.538	2.519					
	Kualitas Pelayanan	.358	.043	.605	8.227	.000	.272	.444	.623	.561	.530	.768	1.301
	Kepuasan Pelanggan	.021	.041	.038	.514	.608	-.060	.102	.329	.042	.033	.768	1.301

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan
Berdasarkan output SPSS versi 26 untuk uji multikolinieritas didapatkan nilai toleransi untuk X1 & X2 sebesar 0,768 dan nilai VIF nya sebesar 1,301. Dimana nilai tersebut untuk VIF kurang dari 10 dan nilai toleransinya lebih dari 0,01. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian tersebut tidak terdapat masalah multikolinieritas.

4. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
LoyalitasPelangganY	22.82	7.397	.548	.649
KualitasPelayananX1	16.79	4.437	.640	.437
KepuasanPelangganX2	18.22	4.911	.468	.706

Dari output SPSS versi 26 untuk uji validitas data didapatkan data sebagai berikut:

Rhitung	Rtabel	Keterangan
0,548	0,160	Valid
0,640	0,160	Valid
0,468	0,160	Valid

Dengan jumlah sampel sebanyak 150 dengan df didapatkan nilai tabel sebesar 0,160 dari nilai hitung koefisien korelasi (R) untuk uji validitas tersebut nilainya lebih besar dari rtabel. Dengan demikian dapat disimpulkan seluruh item pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.701	3

Dari output SPSS versi 26 didapatkan Cronbach's Alpha nilai koefisien alpha nya sebesar 0,701 dimana nilai tersebut berdasarkan tabel guildford berada pada jarak 0,60-0,80 dengan kategori reliabilitas tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan kusioner/angket dinyatakan reliabel

5. Hasil Uji Regresi Berganda

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.767	2	23.883	46.857	.000 ^b
	Residual	74.927	147	.510		
	Total	122.693	149			
a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan F Hitung (Simutan) = 46,857 F Tabel = 3,057 Dari output SPSS versi 26 untuk model anova didapatkan nilai f hitung sebesar 46,857 dan f tabel sebesar 3,057 dengan nilai signifikansi nya sebesar 0,000 kurang dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan variabel X1 dan X2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y.						

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.529	.501		3.048	.003
	Kualitas Pelayanan	.358	.043	.605	8.227	.000
	Kepuasan Pelanggan	.021	.041	.038	.514	.608

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

T tabel = 1,976

- Dari output SPSS versi 26 untuk model coefficients untuk variabel X1 didapatkan nilai T hitung sebesar 8,227 dengan nilai T tabel sebesar 1,976 dan nilai Sig. sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh X1 terhadap Y.
- Dari output SPSS versi 26 untuk model coefficients untuk variabel X2 didapatkan nilai T hitung sebesar 0,514 dengan nilai T tabel sebesar 1,976 dan nilai Sig. sebesar 0,608 lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y.

PEMBAHASAN

a. Pengaruh *E-Service Quality* Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Artinya semakin baik dana dalam memberikan kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. Begitupula sebaliknya, jika kualitas pelayanan yang diberikan buruk maka hal tersebut akan berdampak pada penurunan loyalitas pelanggan.

b. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, kepuasan pelanggan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Artinya kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh konsumen DANA tidak memberikan pengaruh dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

c. Pengaruh *E-Service Quality* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *e-service quality* dan kepuasan pelanggan secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan DANA.

KESIMPULAN

E-wallet atau sering disebut dompet digital merupakan salah satu aplikasi digital payment yang masuk ke dalam fintech. Pada saat ini banyak orang yang memilih menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi pembayaran karena lebih mudah dalam kegiatan transaksi. Adapun beberapa aplikasi yang sering digunakan oleh masyarakat untuk bertransaksi salah satunya adalah DANA. Dompet digital DANA harus meningkatkan kualitas dalam pelayanannya karena untuk menarik konsumen agar menjadi pelanggan setia. Jika kualitas yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan maka para pelanggan akan loyal terhadap barang atau jasa yang dihasilkan. Yang artinya, Kualitas pelayanan dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara positif yang berarti semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh DANA maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan.

DAFTAR REFERENSI

- Novyantri, Rema dan Maya Setiawardani, 2021. *The Effect Of E-Service Quality On Customer Loyalty With Customer Satisfaction As A Mediation Variabel On DANA'S Digital Wallet. International Journal Administration, Business and Organization*, 2021, Vol. 2 (3), 2021: 49-58.
- Cuhanazriansyah, Muhammad Rinov, Muhammad Giatman, dan Ernawati, 2021. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan DANA Pada Masa Physical Distancing. *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains dan Humaniora*, Vol 5(2), h. 311-319.
- Mahendri, Wisnu dan Ifta Nur Azah, 2023. Pengaruh *E-Service Quality* dan *Customer Relationship Management* Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi DANA. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, Vol. 3 No. 1 Januari–April 2023.