

BAB I

PENDAHULUAN

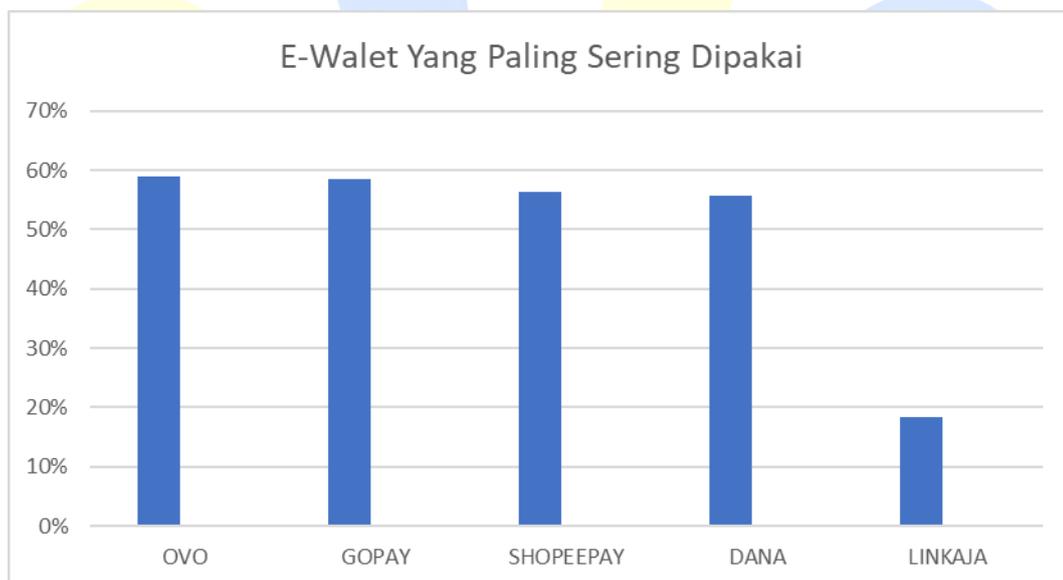
1.1 Latar Belakang

Di zaman yang serba digital ini kehidupan manusia secara tidak langsung sangat bergantung pada teknologi. Teknologi telah menjadi bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan manusia. Generasi Z cenderung menggunakan teknologi untuk membuat pekerjaan menjadi lebih mudah, efisien, dan efektif. Generasi Z adalah generasi yang tumbuh dengan *revolusi* digital. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa mereka sudah mampu menggunakan teknologi. Salah satu keunggulan teknologi adalah pengenalan sistem pembayaran menggunakan dompet digital atau dompet elektronik.

Dompet digital atau *e-wallet* adalah alat pembayaran elektronik yang dilakukan melalui aplikasi *smartphone*. Maka dari itu setiap orang yang menggunakan dompet digital ini tidak harus menggunakan uang tunai atau mata uang untuk membayar. *E-wallet* yang populer di Indonesia adalah Gopay, LinkAja, ShopeePay, OVO dan DANA. Pada 2018, bank Indonesia melaporkan penggunaan dompet elektronik dalam bertransaksi sebesar Rp.21 triliun. Bank Indonesia juga memprediksi penggunaan dompet elektronik ini akan meningkat 17 kali lipat pada tahun 2023. Menggunakan *e-wallet* ini memudahkan pembayaran serta tidak repot karena hanya menggunakan *smartphone* yang digunakan sehari-hari. Selain itu, *e-wallet* juga menawarkan banyak penawaran hingga *cashback*. Selain *cashback* diskon juga ditawarkan oleh dompet digital

sehingga sangat menarik bagi penggunanya (<https://www.kompasiana.com/., 2023>).

Penggunaan dompet digital menjadi semakin populer karena menawarkan pembayaran berbasis QRIS (*quick response code indonesian standard*). *E-wallet* menawarkan metode pembayaran yang nyaman, aman, dan menguntungkan bagi penggunanya. Pengguna dompet digital saat ini semakin mendominasi dan melebihi jumlah pengguna kartu kredit. Transaksi *e-commerce* indonesia juga mendominasi pembayarannya menggunakan dompet digital. Penggunanya adalah generasi milenial dengan pertumbuhan rata-rata Rp. 140.663 per minggu (<https://goodstats.id/., 2023>).



Gambar 1. 1 E-Walet Yang Paling Sering Dipakai

Sumber: <https://goodstats.id/., 2023>

Data diatas menjelaskan bahwa pengguna dompet digital yang paling sering digunakan di urutan pertama adalah OVO dengan persentase 58,9%.

Urutan kedua adalah Gopay dengan persentase 58,4%. Urutan ketiga adalah Shopeepay dengan persentase 56,4%. Urutan keempat adalah DANA dengan persentase 55,7% dan urutan kelima adalah LinkAja dengan persentase 18,4%. Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa dompet digital LinkAja sangat rendah jika dibandingkan dengan dompet digital yang lain.

Saat ini banyak sekali industri yang bergerak di bidang *financial technology (fintech)*. Salah satu industri di bidang *financial technology* adalah dompet digital. Munculnya berbagai *platform* dompet digital sebagai metode pembayaran di Indonesia menyebabkan persaingan yang sangat ketat. Ketatnya persaingan membuat perusahaan dompet digital harus mencari celah dan juga menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk tetap bertahan di dunia bisnis.

Salah satu strategi pemasaran yaitu loyalitas konsumen, jika konsumen sudah loyal terhadap produk atau jasa maka konsumen akan melakukan pembelian terhadap produk atau jasa tersebut. Loyalitas konsumen sangat penting karena dapat membawa manfaat yang besar bagi perusahaan. Kualitas layanan atau *e-service quality* dapat menumbuhkan loyalitas konsumen, hal ini akan tercipta jika layanan dari suatu bisnis barang atau jasa sesuai dengan yang dibutuhkan konsumen. Artinya layanan yang diberikan dapat mendatangkan manfaat kepada konsumen, sehingga konsumen akan melakukan pembelian produk atau jasa yang ditawarkan serta melakukan pembelian ulang sehingga konsumen bisa loyal terhadap suatu produk atau jasa. Layanan yang baik harus diimbangi dengan promosi yang baik juga. Strategi promosi ini juga adalah salah satu strategi dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Selain promosi untuk

menumbuhkan loyalitas konsumen perusahaan juga harus menumbuhkan kepercayaan konsumen. Selain itu kepuasan konsumen juga harus diperhatikan oleh pelaku bisnis. Kepuasan konsumen juga merupakan hal penting karena untuk bertahan di dunia bisnis terutama yang bergerak di bidang jasa, kelangsungan hidup suatu perusahaan sangat tergantung pada kepuasan konsumennya.

Data dari Bank Indonesia mencatat bahwa pengguna uang elektronik di Jawa Tengah naik sebesar 48,98%. Pada tahun 2022 sebanyak 71% pengguna dompet digital adalah anak muda dengan rentang usia 15-24 tahun (<https://trenasia.com., 2023>). Berdasarkan data tersebut termasuk didalamnya adalah anak muda pengguna LinkAja. LinkAja merupakan aplikasi pembayaran berbasis kode QR yang bekerjasama dengan tujuh BUMN yaitu Telkomsel, Pertamina, Bank Bri, Bank Mandiri, Bank Bni, Bank Btn Dan Pt Asuransi Jiwasraya. Sejak berdiri tanggal 30 juni 2019 LinkAja sudah digunakan oleh banyak masyarakat indonesia. Pada tahun 2022 pengguna LinkAja sebanyak 84 juta pengguna (<https://www.bisnis.com., 2023>). LinkAja menawarkan berbagai macam fitur seperti penyimpanan uang hingga Rp. 20.000.000 untuk pengguna *full service*, dan Rp. 2.000.000 untuk *basic service*. (<https://www.linkaja.id/., 2023>).

Tabel 1. 1 Fitur Dan Layanan Yang Ditawarkan LinkAja

Layanan	Fitur Yang Ditawarkan
Telekomunikasi	Pascabayar, pulsa atau paket data, pulsa atau data internasional serta hemat lengkap by Telkomsel.
Beli dan bayar	Gas, koperasi, rekening <i>virtual</i> , pasar <i>online</i> , tv kabel dan internet, properti, pendidikan, telepon, listrik serta PDAM.
Transportasi	Kapal, parkir, kereta, taksi, bis, pesawat, kendaraan <i>online</i> serta bahan bakar.
Kartu uang elektronik	Kartu uang elektronik.
Keuangan	Tabungan dan emas, pinjaman, <i>paylater</i> , <i>multi finance</i> , pegadaian, rekening <i>online</i> , asuransi, BPJS, dan reksadana.
Pajak dan retribusi	Bayar kua, paspor, sim, denda tilang, beacukai, PPH, PPN, layanan perpajakan, retribusi dan e-samsat.
Lainnya	Kirim uang.

Sumber : <https://www.linkaja.id/>, 2023

LinkAja dalam menjalankan bisnis tentu memiliki banyak kendala dan juga masalah. Berikut ini adalah masalah dan keluhan konsumen LinkAja yang disampaikan lewat sosial media dan juga *google play store*.

Tabel 1. 2 Keluhan Pengguna LinkAja di Google Play Store

No	Nama	Tanggal	Rating	Keluhan
1	Altris Dwi Putra	15 Januari 2023	1	Aplikasi paling buruk dari semua aplikasi <i>e-wallet</i> , proses <i>upgrade</i> ke premium sangat lama sampai beberapa hari. Saldo LinkAja tidak bisa ditarik karena terkendala akun <i>basic</i> . Sangat kecewa dan tidak puas <i>download</i> aplikasi ini.
2	Dedy Karunia	21 Januari 2023	1	Aplikasi yang sangat mengecewakan, transaksi gagal, saldo tetap terpotong, mekanisme <i>handling complain</i> juga sangat ribet, penanganan komplain juga lama.
3	Adjie	21 Januari 2023	1	Aplikasi yang buruk, seluruh layanan juga sangat buruk, di telepon <i>chat</i> dan gmail tidak ada respons, proses <i>upgrade</i> sudah lebih dari satu minggu tidak ada perubahan. Tidak konsisten dengan pemberitahuannya. Aplikasi tidak bagus.

4	Faruqiirohman	6 Desember 2022	1	Ribet banget mau ambil promo. Karena ribet ambil promo saya memutuskan menarik dana 100% dan <i>uninstal</i> kemudian <i>install</i> aplikasi <i>e-wallet</i> yang lainnya.
5	Ati Julia	30 Januari 2023	1	Jangan percaya dengan aplikasi ini. Buat kalian jangan pernah menyimpan uang disini dengan jumlah yang banyak. Ini aplikasi pencuri uang, akun LinkAja saya baru saya <i>top up</i> Rp. 1.000.000 tiba-tiba akun langsung <i>di suspend</i> tanpa pemberitahuan lewat gmail atau apapun. Sudah komplain ke <i>live chat</i> disuruh menunggu 3 kali 24 jam.

Sumber : [https://play.google.com/.](https://play.google.com/), 2023

Tabel 1. 3 Keluhan Pengguna LinkAja di Instagram

No	Nama	Tanggal	Keluhan
1	Jessica Halim	20 Desember 2022	Akun saya diblokir karena salah pin, padahal didalamnya ada saldo jutaan, saya coba hubungi <i>customer service</i> tidak ada jawaban, <i>live chat</i> juga demikian, tolong tanggung jawab.
2	Joko Wearpack	25 Desember 2022	Aplikasi tidak bertanggung jawab, telepon <i>customer service</i> tidak ada respon, saya sudah kirim keluhan tetapi tidak ada respon juga. Aplikasi yang tidak baik.
3	Firdaus Adhazam	28 Desember 2022	Aplikasi yang tidak dapat dipercaya tidak tanggung jawab. Aplikasi malah merugikan konsumen. Saya mau komplain <i>live chat</i> dibisukan.
4	Adspn	01 Januari 2023	Saya transfer pakai Q-RIS belum masuk, sudah <i>chat</i> dan gmail tidak ada tanggapan. Sungguh mengecewakan dan saya sangat tidak puas menggunakan aplikasi ini. <i>E-wallet</i> besar namun tidak bisa menanggapi keluhan kesah dari konsumen.
5	Alam Sucipto	02 Januari 2023	Mohon segera selesaikan keluhan saya, karena ini sudah satu bulan lebih lamanya, jangan hanya bilang nunggu antrian, sedangkan akun link saya ada

			uang yang saya butuhkan.
6	Ahmad	03 Januari 2023	Mending pakai dompet digital lain yang banyak promo yang ditawarkan banyak.
7	Gagas Dwi Andika	10 Januari 2023	<i>Top up e-money</i> tidak berhasil namun saldo tidak kunjung kembali, sudah menghubungi pusat bantuan tidak ada tanggapan dan penyelesaiannya.
8	Raja Sabillah Mk	10 Januari 2023	Saya <i>upgrade</i> LinkAja sudah dua minggu lebih namun tidak ada tanggapan yang katanya harus menunggu 1 kali 24 jam. Saya juga sudah hubungi <i>live chat</i> sama saja menghubungi bot.

Sumber : <https://instagram.com/linkaja.>, 2023

Dari penelitian terdahulu oleh Saragih dan Prayitta (2023) dengan judul Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Branding Terhadap Loyalitas konsumen. Menghasilkan bahwa promosi, kualitas layanan dan *branding* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Sinaga, Pradekso, dan Setyabudi (2022) dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Konsumen Dompet Digital Gopay” yang menyatakan bahwa citra merek dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen namun, promosi berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian yang dilakukan oleh Damayanti (2018) dengan judul “Pengaruh *Satisfaction* Dan *Trust* Terhadap *Loyalty* Pengguna E-Wallet Dana” menyatakan bahwa *Satisfaction* dan *trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *loyalty*. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliansyah, Mukhtar, dan Sebayang (2022) dengan judul “*The Effect Of Perceived Benefits, Consumer Trust And Promotion On Loyalty Of Ovo Application*” menyatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen sedangkan kepercayaan konsumen berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas.

Berdasarkan hal tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang **“Pengaruh *E-Service Quality* Promosi Kepercayaan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Mahasiswa Aktif Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Muria Kudus Angkatan 2019 Pengguna Aplikasi LinkAja”**.

1.2 Ruang Lingkup

Penelitian ini berfokus pada penelitian manajemen pemasaran. Variabel yang akan diteliti adalah *e-service quality*, promosi, kepercayaan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada aplikasi dompet digital LinkAja. Adanya keterbatasan waktu maka semua masalah tidak akan diteliti dan hanya berfokus pada variabel diatas. Untuk itu penelitian ini akan dibatasi pada masalah berikut ini.

1. Masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah *e-service quality*, promosi, kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi dompet digital LinkAja.
2. Objek penelitian ini adalah aplikasi dompet digital LinkAja.
3. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Muria Kudus angkatan 2019 pengguna aplikasi LinkAja.
4. Penelitian dilakukan dalam waktu 1 bulan.

1.3 Perumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi pada dompet digital LinkAja pada saat ini adalah banyak konsumen yang mengeluhkan bahwa *website* ataupun aplikasi LinkAja sering terjadi gangguan diantaranya *update* ke akun *full service* yang terlalu lama dan lebih dari dua minggu. Sering terjadi gagalnya transaksi namun saldo terpotong. Selain itu aplikasi LinkAja juga jarang melakukan promo-promo yang menarik sehingga menyebabkan para pengguna beralih ke dompet digital lain.

Berdasarkan fenomena-fenomena tersebut dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja?
2. Apakah promosi berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja?

3. Apakah kepercayaan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja?
4. Apakah kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja?
5. Apakah *e-service quality* promosi kepercayaan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama berpengaruh terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh *e-service quality* terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja.
2. Menganalisis pengaruh promosi terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja.
3. Menganalisis pengaruh kepercayaan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja.
4. Menganalisis pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja.
5. Menganalisis pengaruh *e-service quality* promosi kepercayaan dan kepuasan konsumen secara bersama-sama terhadap loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja?

1.5. Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun manfaat praktis.

a. Manfaat secara teoritis

1. Bagi peneliti, menambah ilmu dan pengetahuan serta informasi baik dari teoritis maupun empiris tentang *e-service quality*, promosi, kepercayaan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Bagi peneliti lain dapat dijadikan sumber referensi khususnya tentang penelitian dompet digital.

b. Manfaat secara praktis

1. Bagi perusahaan, diharapkan bisa memberikan solusi dan manfaat mengenai loyalitas konsumen dan kegiatan pemasaran mengenai *e-service quality*, promosi, kepercayaan, kepuasan konsumen dan loyalitas konsumen pada aplikasi LinkAja.
2. Bagi mahasiswa, dapat dijadikan pertimbangan dalam menggunakan dompet digital sebagai alat transaksi.

