

BAB 1

PENDAHULUAN

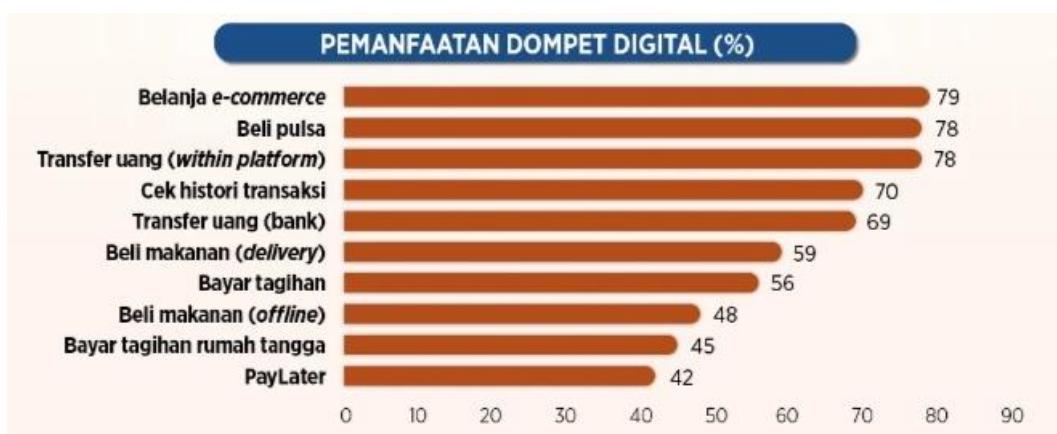
1.1 Latar Belakang Penelitian

Dunia saat ini menunjukkan kemajuan yang signifikan dalam pengembangan teknologi. Dalam berbagai dimensi kehidupan, banyak individu yang mengintegrasikan beragam bentuk teknologi ke dalam rutinitas sehari-hari mereka. Perubahan ini diharapkan terjadi sebagai dampak dari Revolusi Industri 4.0, di mana semua elemen mengalami transformasi, salah satunya melalui peningkatan akses internet. Akses internet yang semakin luas memungkinkan banyak orang untuk berkomunikasi dengan lebih mudah, tanpa batasan waktu dan jarak. Selain itu, kemudahan ini juga mencakup aspek transaksi online yang menjadi lebih efisien (Gunawan dkk, 2021). Situasi ini mendorong terjadinya perubahan dalam aktivitas manusia diberbagai bidang, salah satunya yaitu pada bidang keuangan.

Heryanti, (2023), mengatakan bahwa saat ini, terdapat banyak inovasi yang muncul dalam sektor jasa keuangan, yang lebih dikenal sebagai *financial technology (fintech)*, untuk menawarkan layanan digital yang aman dan mudah diakses. Banyak layanan keuangan baru bermunculan, seperti (*e-wallet*) yang dirancang untuk memfasilitasi kemudahan dalam melakukan transaksi di mana saja dan kapan saja bagi para penggunanya. *E-wallet* (dompet digital) adalah aplikasi atau perangkat yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan informasi keuangan dan melakukan transaksi secara elektronik (Nurainun dkk, 2024). *E-*

wallet dapat digunakan untuk menyimpan uang secara digital, melakukan pembayaran untuk berbagai layanan dan produk, mengelola kartu loyalitas dan voucher, menerima dan mengirim uang antar pengguna.

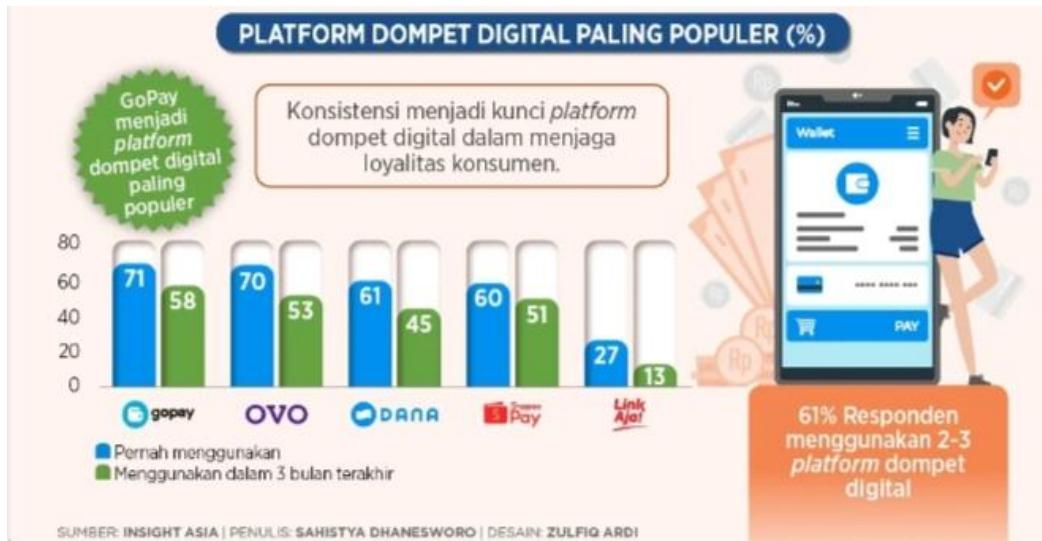
Berikut merupakan data yang diperoleh dari katadata.co.id mengenai pemanfaatan dompet digital yang paling banyak dimanfaatkan oleh masyarakat indonesia pada tahun 2023.



Gambar 1.1 Pemanfaatan Dompet Digital

Sumber : databoks.katadata.co.id

Penggunaan dompet digital paling banyak ditemukan pada aktivitas belanja daring, yang mencatat persentase tertinggi sebesar 79%. Aktivitas lainnya yang juga banyak dilakukan melalui dompet digital antara lain pembelian pulsa dan pengiriman uang, masing-masing sebesar 78%. Selain itu, fitur pemeriksaan riwayat transaksi digunakan oleh 70% pengguna, sementara transaksi melalui transfer bank mencapai 69%. Kelima jenis aktivitas ini merepresentasikan bentuk pemanfaatan utama dompet digital oleh konsumen dalam kehidupan sehari-hari.



Gambar 1.2 Platform Dompet Digital Paling Populer

Sumber : databoks.katadata.co.id

Pengguna dompet digital pada tahun 2023 menunjukkan bahwa Gopay menempati posisi teratas sebagai platform dompet digital yang paling populer di masyarakat, dengan persentase pengguna mencapai 71% dan 58% di antaranya masih aktif menggunakan layanan ini dalam tiga bulan terakhir. OVO berada di posisi kedua, dengan 70% responden melaporkan pernah menggunakan metode pembayaran ini, dan 53% di antaranya tetap menggunakan dalam periode yang sama. DANA, meskipun tercatat dengan 61% pengguna yang pernah memanfaatkan layanan ini, tidak masuk dalam tiga besar kategori penggunaan dalam tiga bulan terakhir. Sementara itu, ShopeePay dilaporkan digunakan oleh 51% responden selama periode tersebut, namun juga tidak termasuk dalam tiga besar kategori penggunaan.

Berdasarkan laporan dari Insight Asia, sebanyak 61% masyarakat melaporkan penggunaan 2-3 platform dompet digital. Olivia Samosir, Research Director Insight Asia, menyatakan bahwa terdapat lima faktor yang mempengaruhi penggunaan tersebut. Faktor yang memengaruhi popularitas dompet digital, yaitu

keamanan, kemudahan penggunaan, kenyamanan, tanpa batasan tertentu, serta kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pembayaran sehari-hari. Salah satu platform yang banyak dipilih adalah DANA, sebuah startup yang didirikan pada tahun 2017 dan secara resmi diluncurkan pada 21 Maret 2018 sebagai salah satu layanan pembayaran digital di Indonesia (Ayu Wilma Atintyaspri, 2019). Keunggulan utama aplikasi DANA terletak pada pengembangannya yang sepenuhnya dilakukan oleh tenaga lokal tanpa keterlibatan pihak asing. Sebagai startup finansial berbasis teknologi dari Indonesia, DANA menyediakan infrastruktur pembayaran non-tunai yang memungkinkan masyarakat melakukan transaksi secara cepat, praktis, dan aman, baik secara online maupun offline (Setiawan dkk, 2022). Selain itu, DANA juga menjalin kemitraan strategis dengan sejumlah bank besar nasional seperti Bank Mandiri, BCA, dan BRI. Keberadaan DANA mencerminkan kemampuan Indonesia dalam membangun serta mengembangkan teknologi dan infrastruktur ekonomi digital yang handal (Suryana dkk., 2021).

Pemilihan aplikasi DANA pada penelitian ini dikarenakan DANA merupakan salah satu dompet digital terpopuler di Indonesia. Tidak hanya di tingkat nasional, perkembangan dompet digital di kota lhokseumawe juga menunjukkan tren positif, salah satunya dikalangan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh menduduki peringkat ketiga di kalangan pengguna, khususnya mahasiswa. Hal ini seiring meningkatnya penetrasi internet dan kesadaran masyarakat akan pentingnya transaksi non-tunai. Aplikasi ini menawarkan beragam fitur yang memudahkan penggunaan, termasuk transfer

bank, pembayaran listrik dan pengisian pulsa, salah satu fitur yang paling banyak digunakan adalah fitur QRIS, yang juga tersedia dalam aplikasi DANA. Fitur ini memudahkan mahasiswa untuk melakukan transaksi secara praktis, cepat, dan aman, baik untuk kebutuhan bisnis maupun transaksi pribadi (Kusumawati, 2023). Selain itu, perilaku mahasiswa juga semakin terlihat dalam penggunaan dompet digital, terutama aplikasi DANA. Mahasiswa memanfaatkan DANA untuk berbagai kebutuhan digital, mulai dari *top-up game online* hingga pembelian barang secara daring. Dengan kemudahan transaksi, kualitas pelayanan yang diberikan, dan biaya dan promo yang menarik, mahasiswa semakin terbiasa menggunakan dompet digital sebagai pilihan utama untuk berbelanja, hiburan, dan kegiatan sehari-hari lainnya. Fenomena ini menunjukkan bagaimana aplikasi DANA tidak hanya menjadi alat transaksi, tetapi juga bagian dari gaya hidup digital yang semakin digemari di kalangan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

Meskipun banyak digunakan, terdapat tantangan terkait kualitas pelayanan elektronik dan biaya transaksi yang dianggap tidak efisien, yang dapat memengaruhi kepuasan pengguna. Selain itu, strategi *mobile marketing* yang digunakan oleh DANA tidak selalu relevan dengan kebutuhan pengguna juga menjadi fokus penting dalam penelitian ini. Penggunaan aplikasi DANA di kalangan mahasiswa termasuk sangat tinggi, khususnya untuk kegiatan transaksi transfer dan pembayaran. Survei awal penulis pada mahasiswa pengguna DANA, menunjukkan bahwa umumnya mereka sangat puas dalam penggunaan aplikasi DANA.

Kepuasan pelanggan sebagai hasil evaluasi yang dilakukan pelanggan setelah menggunakan produk atau layanan yang menekankan pada pentingnya pengalaman pengguna dalam membentuk kepuasan (Nurhikmat, 2023). Penggunaan aplikasi DANA sebagai salah satu alat pembayaran digital di kalangan mahasiswa, umumnya dipengaruhi oleh berbagai faktor yang mempermudah penggunaan aplikasi tersebut, seperti *mobile marketing*, *e-service quality*, dan biaya. Strategi *mobile marketing* dapat mempermudah *interactivity*, *localisation*, *personalisation*, *convenience* bagi para pengguna (Al-Hawary & Obiadat, 2021). *interactivity*, *localisation*, *personalisation*, *convenience* dari produk DANA dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan. (Survei, oktober, 2024).

Hasil survei tersebut sejalan dengan beberapa kajian sebelumnya, seperti menurut Ibitomi et al., (2023), *mobile marketing* memberikan pengaruh yang positif dan bermakna terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Hal serupa juga dikemukakan oleh Singh, (2019), yang menegaskan adanya hubungan positif dan signifikan antara mobile marketing dan kepuasan konsumen. Namun, Mukti Kemarauwana dkk, (2021), melaporkan bahwa meskipun mobile marketing berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan, pengaruh tersebut tidak mencapai tingkat signifikansi secara statistik.

Selain strategi *mobile marketing*, faktor *e-service quality* juga ditemukan terbukti memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang unggul tidak hanya meningkatkan tingkat kepuasan konsumen tetapi juga berkontribusi pada pembentukan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggannya.

Kualitas pelayanan berperan penting dalam membangun kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pengguna dan dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka pada aplikasi DANA (Pham et al., 2021). Selain strategi *mobile marketing*, kualitas pelayanan elektronik yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Berdasarkan kajian awal penulis dikalangan mahasiswa, *e-service quality* yang diberikan DANA merupakan faktor penting yang mendorong meningkatnya kepuasan mahasiswa dalam penggunaan aplikasi DANA sebagai alat transaksi keuangan.

Hasil survei atau kajian tersebut sejalan dengan beberapa kajian empiris, seperti menurut Abdirad & Krishnan, (2021), Virginia dkk, (2023), Yusran A. dkk, (2023), kualitas layanan elektronik memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan. Namun, berbeda dengan Putra, (2021), yang melaporkan bahwa kualitas layanan elektronik tidak memberikan dampak yang berarti terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan selama penggunaan aplikasi DANA berperan krusial dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti responsivitas, kemudahan penggunaan, kredibilitas, aksesibilitas, personalisasi, serta jaminan layanan merupakan elemen-elemen kunci yang mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan (Venkatakrishnan et al., 2022).

Selain faktor strategi *mobile marketing* dan *e-service quality*, kepuasan pelanggan dalam penggunaan DANA juga dipengaruhi oleh faktor biaya. Biaya yang sesuai dengan nilai yang diterima oleh pelanggan sangat penting untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Biaya transaksi yang dikenakan saat mengirim

uang atau melakukan pembayaran lebih tinggi dibandingkan aplikasi lain. Penarikan dana dari saldo DANA ke rekening bank dengan jumlah tertentu dikenakan biaya administrasi berbeda mulai dari Rp. 500 – Rp.4.000,-, bagi sebagian pengguna dianggap tidak efisien. Kurangnya transparansi mengenai biaya yang terkait dengan transaksi tertentu menimbulkan kebingungan dan ketidakpuasan dikalangan pengguna.

Berdasarkan kajian awal penulis di kalangan mahasiswa, penerapan biaya produk atau layanan yang ditawarkan oleh aplikasi DANA merupakan salah satu faktor penting yang mendorong meningkatnya kepuasan mahasiswa dalam penggunaan aplikasi DANA. Hasil survei atau kajian tersebut sejalan dengan beberapa kajian empiris yang membahas pengaruh biaya terhadap kepuasan pelanggan, seperti menurut Nian et al., (2023), biaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Dung et al., (2021), biaya memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Menurut Loo & Asrah, (2022), faktor biaya juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Para peneliti sebelumnya menjelaskan bahwa faktor keterjangkauan biaya dengan kemampuan konsumen, kesesuaian biaya dengan kualitas produk yang didapatkan, daya saing biaya dengan pesaing yang menawarkan produk serupa, kesesuaian biaya dengan manfaat yang didapatkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Syahputri dkk., 2023).

Mahasiswa menjadi salah satu pengguna dompet digital DANA dan sebagai segmen pasar yang signifikan. Mahasiswa dengan jadwal padat tentu tertarik dengan kemudahan yang ditawarkan *e-wallet* aplikasi DANA untuk memenuhi

kebutuhan sehari-hari mereka. Dengan menjadikan mahasiswa sebagai fokus penelitian, diharapkan dapat terungkap faktor-faktor yang paling memengaruhi kepuasan mereka terhadap aplikasi DANA. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengisi celah pada penelitian tentang pengaruh strategi *mobile marketing*, *e-service quality* dan biaya terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi DANA yang masih terbatas serta memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang perilaku pengguna aplikasi dikalangan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

Berdasarkan permasalahan dan *research gap* yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Mobile Marketing*, *E-Service Quality* dan Biaya Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Aplikasi DANA”.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *mobile marketing* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi DANA dikalangan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh ?
2. Apakah *e-service quality* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan aplikasi DANA dikalangan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh ?

3. Apakah biaya yang ditawarkan oleh aplikasi DANA berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dikalangan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *mobile marketing* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi DANA dikalangan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi DANA dikalangan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah biaya yang ditawarkan oleh aplikasi DANA berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan aplikasi DANA dikalangan Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini dapat dilihat dari segi praktis dan teoritis yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Dapat membantu mahasiswa memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan mereka dalam menggunakan aplikasi DANA, sehingga

mahasiswa dapat membuat keputusan yang lebih baik dalam memilih layanan keuangan digital.

2. Dapat digunakan sebagai bahan referensi tambahan bagi pihak yang memiliki kepentingan langsung dengan penelitian.

1.4.2 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dari faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam konteks aplikasi fintech.
2. Menjadi dasar bagi penelitian lebih lanjut mengenai faktor-faktor lain yang mungkin memengaruhi kepuasan pelanggan di industri fintech dan aplikasi digital lainnya.