

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan yang sangat pesat di era globalisasi telah mempengaruhi perkembangan masyarakat di lihat dari segi ekonomi, sosial, budaya, pendidikan dan juga kemudahan masyarakat dalam menjalani kehidupan sehari-harinya, salah satu contohnya adalah kemudahan bertransaksi. Seiring berkembangannya zaman membuat cara bertransaksi semakin mudah dan cepat. Hal ini juga dapat menjadi persaingan dalam dunia bisnis, sehingga pihak perusahaan harus bisa membuat inovasi dan merancang strategi yang tepat agar dapat mempertahankan kredibilitas perusahaan di tengah berkembangnya teknologi. Alhasil perusahaan harus bisa mempertahankan kepuasan dan kepercayaan pelanggan, oleh karena itu perusahaan harus bisa mengembangkan inovasi kreatif yang dapat memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, saat ini teknologi informasi sangat berperan penting dalam perusahaan sebagai alat bantu untuk pengambilan keputusan dalam meningkatkan daya saing pasar. (Muthmainnah, 2023).

E-Wallet adalah aplikasi dompet elektronik yang berfungsi untuk bertransaksi antar pengguna yang mudah di akses oleh masyarakat. Transaksi yang dapat dilakukan dengan *e-wallet* seperti mengirimkan uang ke teman atau orang sekitar, membayar barang dan jasa dengan membatasi jumlah uang yang terdapat pada aplikasi. Perkembangan transaksi *e-wallet* menyebabkan meningkatnya minat pengguna aplikasi *e-wallet* di Indonesia. Salah satu aplikasi *e-wallet* yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah *OVO* dompet

digital *OVO* memiliki keunggulan dibandingkan dengan *e-wallet* lainnya. *OVO* memiliki sistem *Join the Revolution in Payment*, menawarkan berbagai transaksi dengan mitra seperti *Bank Mandiri*, *Alfamart*, *Grab* dan *Moka*. Berbagai fasilitas ini bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Persaingan pembayaran secara digital saat ini cukup ketat, dimana kompetitor berlomba-lomba melihatkan kelebihannya sehingga dapat bersaing dan tetap bertahan hidup dalam hubungan jangka panjang dengan para konsumen baik itu konsumen lama maupun konsumen baru menarik minat konsumen baru apalagi mempertahankan konsumen lama ini merupakan tantangan yang kuat bagi perusahaan, setiap perusahaan harus mampu meningkatkan loyalitas terhadap pelanggannya.

Salah satu *E-wallet* di Indonesia adalah *E-wallet* dari PT. Visionet Internasional, yaitu *OVO*. *OVO* didirikan pada tanggal 25 September 2017. *OVO* merupakan sebuah aplikasi smart yang memberikan layanan pembayaran dan transaksi secara online (*OVO Cash*). Pengguna *OVO* juga bisa berkesempatan untuk mengumpulkan poin setiap kali telah melakukan transaksi pembayaran melalui *OVO*. Secara umum, *OVO Cash* dapat digunakan untuk berbagai macam pembayaran yang telah bekerja sama dengan *OVO*. Sedangkan *OVO Points* adalah *loyalty rewards* bagi yang melakukan transaksi dengan menggunakan *OVO Cash* di merchant-merchant rekanan *OVO*. Untuk *OVO Points*, dapat ditukarkan dengan berbagai penawaran menarik hingga ditukarkan dengan transaksi di merchant rekanan *OVO* (Saroh & Krisdianto, 2021).

Menurut pendapat Oliver (2010), loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang teguh untuk membeli kembali atau berlangganan kembali suatu produk atau layanan dimasa depan meskipun ada pengaruh situasional dan upaya pemasaran yang berpotensi menyebabkan beralih perilaku. Kotler & Keller (2018) menyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung aplikasi tersebut.

Menurut Davis (2002), kemudahan adalah tingkatan pada diri individu bagaimana teknologi itu mudah dimengerti sistem dengan kemudahan yang baik akan memberikan sedikit upaya dalam pemakaiannya kemudahan ini memberikan efek pada niat pemakaian *E-Wallet* dimana semakin mudah akan semakin niat orang memakai *E-Wallet*. Loyalitas pengguna *E-Wallet OVO* akan mempermudah pengguna untuk menggunakan aplikasi *E-Wallet OVO* sebagai metode transaksi secara langsung tanpa ribet dan susah, dengan adanya aplikasi ini pengguna merasa aman saat menggunakan aplikasi tersebut. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengukur loyalitas pelanggan dari kemudahan yang dilakukan oleh Fernandez (2017), yang hasilnya yaitu terdapat hubungan positif antara kemudahan terhadap loyalitas pelanggan.

Kemudahan penggunaan aplikasi *OVO* dinilai dapat mempermudah proses pembayaran dengan mempersingkat waktu tanpa menunggu antrian terlalu lama, bukan hanya mempersingkat waktu, dengan menggunakan aplikasi *OVO* sebagai media pembayaran elektronik, dengan menggunakan aplikasi *OVO* tidak perlu repot-repot membawa uang cash berupa uang tunai disaat melakukan pembayaran. Dengan aplikasi *OVO* pembayaran dapat dilakukan secara singkat tanpa

menunggu menerima kembalian seperti halnya membayar menggunakan uang tunai (metode pembayaran tradisional) karena saldo yang ada dalam aplikasi akan terpotong secara otomatis sesuai dengan jumlah uang yang harus dibayar, hanya saja kekurangan dari aplikasi *OVO* harus selalu terhubung ke internet atau harus dalam keadaan online ketika menggunakannya, ketika tidak terkoneksi ke internet ataupun ketika terjadi gangguan jaringan internet akan mengganggu transaksi pembayaran, tidak hanya kemudahan dalam melakukan pembayaran, dengan aplikasi *OVO* pengguna dapat mengumpulkan poin di berbagai merchant rekanan *OVO* (Atriani *et al.*, 2020)

Menurut pendapat Mowen & Minor (2012), kepercayaan adalah pengetahuan yang dimiliki oleh pengguna dan kesimpulan dibuat oleh pengguna tentang objek atribut dan manfaat kepercayaan juga merupakan suatu pondasi dalam sebuah proses bisnis yang mana kedua belah pihak pelaku bisnis saling mempercayai dalam *literature* kepercayaan telah dipelajari secara luas, kepercayaan diartikan sebagai keyakinan salah satu pihak akan memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Dalam hal layanan kepercayaan adalah hal yang utama, kepercayaan yang dimiliki pelanggan terhadap penyedia layanan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Umumnya kepercayaan dapat diartikan sebagai kepercayaan yang dimiliki suatu pihak terhadap pihak yang lain.

Kepercayaan aplikasi *OVO* sangat mempengaruhi pengguna aplikasi *OVO* karena jika pelanggan tidak percaya dengan aplikasi *OVO* ini maka pelanggan sudah tidak dapat lagi untuk mempercayai aplikasi *OVO* ini, kepercayaan pelanggan adalah hal yang sangat penting dalam penggunaan aplikasi *OVO*

tersebut. jika konsumen tidak percaya dengan aplikasi *OVO* tersebut maka semakin lama perusahaan *OVO* ini akan mengalami penurunan penggunaan dan pelanggan akan beralih menggunakan aplikasi online lainnya. hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengukur loyalitas terhadap kepercayaan yang dilakukan oleh Statphohulu (2016), Mustafa (2011), Gultom (2014), Eunil Park (2017), Moriouchi (2016), Flavian (2005), Nadeem (2016), Wang (2018), Spetim (2012), yang hasilnya adalah menemukan bahwa kepercayaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan.

Menurut pendapat Kotler (2007), kepuasan konsumen adalah bentuk evaluasi berupa perasaan senang dan tidak senang yang ditimbulkan melalui kesesuaian perbandingan kinerja produk, atau jasa setelah mengkonsumsi dengan ekspektasi yang dibangun sebelum konsumen mengkonsumsi. kepuasan akan semakin meningkat ketika kualitas produk dan jasa berbanding lurus atau melebihi harapan konsumen. kepuasan konsumen dalam menggunakan aplikasi *OVO*. Dilihat dari segi tingkat kepuasan pelanggan yang menggunakan *OVO* banyak sekali pelanggan yang sebagian merasa puas dan ada juga sebagian yang tidak puas hal ini dikarenakan adanya kendala sistem saat digunakan seperti terjadinya eror atau aplikasi susah untuk digunakan karena aplikasi *OVO* ini menggunakan jaringan internet. kemudian jika aplikasi *OVO* ini tidak terhubung maka membuat pelanggan merasa tidak puas atas penggunaan aplikasi ini. Hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang mengukur loyalitas pelanggan terhadap kepuasan yang dilakukan oleh Shpetim (2012), Flavian (2005), Izogo (2014),

Moriouchi (2016), Guinaliu (2005), yang hasilnya adalah terdapat hubungan positif antara kepuasan terhadap loyalitas pelanggan.

Dalam penggunaan E-wallet, salah satu golongan yang harus diperhatikan adalah mahasiswa. Peneliti menemukan fenomena bahwa masyarakat Kota Lhokseumawe sering menyimpan uang di dalam aplikasi *mobile payment* seperti pada E-wallet *OVO*, masyarakat Kota Lhokseumawe lebih sering melakukan transaksi pembayaran melalui aplikasi *OVO* dibandingkan menggunakan uang tunai. Hal ini disebabkan karena adanya manfaat yang didapat ketika menggunakan aplikasi *OVO*. Sehingga peneliti berasumsi bahwa sikap atau perilaku seseorang menggunakan aplikasi *OVO* didasari oleh rasa kepercayaan, kepuasan dan kemudahan dari teknologi tersebut.

Peneliti juga menemukan fenomena lain yang mana aplikasi *OVO* tersebut sering terjadi berbagai macam kendala seperti erornya aplikasi pada saat digunakan pada penggunanya termasuk itu Kota Lhokseumawe. Fenomena tersebut menjadi alasan mengapa peneliti ingin melakukan penelitian ini, karena ingin mengetahui seberapa jauh kepuasan dan kepercayaan serta kemudahan konsumen pada *E-wallet OVO* di kalangan Kota Lhokseumawe, setelah sering terjadinya berbagai macam kendala pada pengguna aplikasi *OVO*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis akan meneliti tentang **“Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E-Wallet OVO”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian yang dapat teridentifikasi adalah:

1. Apakah kemudahan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan *E-Wallet OVO* di Kota Lhokseumawe?
2. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan *E-Wallet OVO* di Kota Lhokseumawe?
3. Apakah kepuasan berpengaruh terhadap Loyalitas pelanggan *E-Wallet OVO* di Kota Lhokseumawe?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap loyalitas pelanggan *E-Wallet OVO*.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepercayaan terhadap loyalitas pelanggan *E-Wallet OVO*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan terhadap loyalitas pelanggan *E-Wallet OVO*.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi Manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan serta manfaat teoritis dan ilmiah bagi peneliti yang dapat menambah wawasan bagi peneliti mengetahui kepercayaan, kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada produk E-wallet OVO. Dapat dijadikan acuan bagi masyarakat dalam penelitian selanjutnya yang lebih komprehensif. Dengan adanya penelitian ini juga diharapkan dapat menambah semangat peneliti dalam mengkaji penelitiannya.

2. Manfaat Praktis

Menjadi bahan dalam pengembangan, pemahaman mengenai sistem pembayaran online, serta peningkatan pengguna *technology* di kalangan masyarakat terutama dikalangan mahasiswa.