

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Teknologi telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari manusia. Tumbuh dan berkembangnya teknologi hingga saat ini membawa banyak perubahan bagi kelangsungan hidup manusia. Perkembangan teknologi informasi di era industri digital saat ini semakin pesat. Pesatnya perkembangan teknologi finansial telah melahirkan inovasi baru di sektor jasa keuangan ialah *Financial technology (Fintech)* yang dapat mengubah dan memengaruhi berbagai aspek kehidupan sehari-hari termasuk cara kita melakukan transaksi keuangan, misalnya metode pembayaran. Masyarakat yang sebelumnya bergantung pada pembayaran tunai beralih ke pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis.²

Menurut Bank Indonesia, *Financial Technology (FinTech)* adalah kombinasi antara layanan keuangan dan teknologi yang mengubah cara kerja bisnis, dari yang tradisional menjadi lebih modern. Dulu, untuk melakukan pembayaran, orang perlu bertemu langsung dan membawa uang tunai. Sekarang, dengan *Financial Technology (FinTech)*, transaksi dapat

² Felien Putri Tunggadewi dan Hery Pudjoprastyono, "Pengaruh Promosi dan *E-service quality* terhadap Minat Beli Ulang Penggunaan Gopay", *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Vol. 5 No. 1 Tahun 2023.

dilakukan secara online dalam hitungan detik. *Financial Technology (FinTech)* muncul seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin cepat dan bergantung pada teknologi informasi³. Dengan adanya *Financial Technology (FinTech)*, berbagai masalah dalam transaksi jual-beli dan pembayaran, permasalahan tersebut seperti, kesulitan mencari barang di toko, harus pergi ke bank atau ATM untuk mentransfer uang, serta ketidaknyamanan saat mengunjungi tempat pelayanan. Dengan kata lain, *Financial Technology (FinTech)* membuat proses jual beli dan pembayaran menjadi lebih efisien, ekonomis, dan tetap efektif.⁴

Perkembangan internet di Indonesia pada era moderen saat ini semakin luas dan telah banyak memberikan pengaruh didalam dunia teknologi, ekonomi, bisnis dan keuangan. Penggunaan internet terus berkembang pesat dan menjadi bagian terpenting dalam bidang keuangan. Penggunaanya juga semakin meningkat dan beragam tidak hanya dari kalangan remaja seperti pelajar sekolah dan mahasiswa, bahkan anak anak, orang dewasa sampai kaum lanjut usia pun mulai menjadi pengguna internet yang aktif.⁵

³ Bank indonesia Departemen komukasi. “mengenal financial teknologi” dalam <https://www.bi.go.id/id/edukasi/Pages/mengenal-Financial-Teknologi>, di akses 25 september 2024

⁴ Nurul Jamiah, Hari Purwanto dan Metik Asmike , “ Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening(Studi Empiris Pada E-Wallet Gopay Di Kota Madiun”, Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan Dan Keamanan Terhadap Minat Menggunakan Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada E-Wallet Gopay Di Kota Madiun Vol.4,Tahun 2022

⁵ M. Adjie Pangestu Mt dan I Made Sukresna, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (E-Wallet) Ovo Di Kota Semarang)", *Diponegoro Journal Of Management*, Vol.10 No.1 Tahun 2021

Tabel 1. 1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia periode 2017-2023

Tahun	Jumlah Penduduk	Presentase
2017	143,26	54,68%
2018	171,17	64,80%
2019-2020	196,71	73,70%
2021-2022	210,03	77,02%
2022-2023	215,63	78,19%

Sumber : Asosiasi penyelenggara Jasa internet Indonesia (APJII) diolah 2024

Bedasarkan tabel 1.1 diatas diketahui bahwa terjadi peningkatan jumlah pengguna internet dari tahun 2017 hingga 2023. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pada tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 143,26 juta jiwa, atau 54,68% dari total populasi. Angka ini terus meningkat, dan pada tahun 2018 yaitu bertambah menjadi 171,17 juta jiwa (64,80%). Peningkatan yang signifikan terlihat pada periode 2019-2020, dimana pengguna internet mencapai 196,71 juta jiwa (73,70%). Pada tahun 2021-2022, jumlah ini naik menjadi 210,03 juta jiwa, dengan penetrasi 77,02%.

Pada periode terakhir yang dijelaskan pada tabel diatas, yaitu pada tahun 2022-2023, data menunjukkan peningkatan yang lebih tinggi lagi, dengan 215,63 juta orang atau 78,19% dari populasi Indonesia yang sudah terhubung ke internet. Tren kenaikan ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin melek internet, yang mungkin dipengaruhi oleh

perkembangan teknologi dan akses yang lebih mudah terhadap layanan internet.⁶

Tabel 1. 2 Data pengguna internet di Provinsi Indonesia periode 2022 diatas 80%

Provinsi	Presentase
Banten	89,10 %
DKI Jakarta	86,96 %
Jawa Barat	82,73%
Kepulauan Bangka Brlitung	82,66%
Jawa Timur	81,26%
Bali	80,88%
Jambi	80,48%
Sumatera Barat	80,31%

Sumber: APJJI, data diolah peneliti 2024

Tabel 1.2 diatas menjelaskan bahwa penggunaan internet di berbagai provinsi dengan penetrasi tertinggi di atas 80 % memiliki pola yang relevan dengan perkembangan infrastruktur dan tingkat urbanisasi. Banten dan DKI Jakarta mencatat angka tertinggi, mencerminkan akses internet yang lebih merata di daerah perkotaan Jawa Barat dan Jawa Timur. Menunjukkan penetrasi yang signifikan. meskipun kesenjangan akses masih terlihat di wilayah rural. Kepulauan Bangka Belitung dan Bali mengindikasikan dampak positif pariwisata digital, sedangkan Jambi dan Sumatera Barat mencatat presantase yang cukup baik meski tantangan infrastruktur tetap menjadi perhatian. Secara umum, data ini mencerminkan

⁶ Indonesiabaik “Orang Indonesia makin melek teknologi” pada [Orang Indonesia Makin Melek Internet | Indonesia Baik](#) . di akses pada 14 November 2024

tingginya ketergantungan masyarakat terhadap internet, yang menjadi pendorong utama aktivitas ekonomi di era digital.⁷

Peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia telah membuat tren pembayaran digital semakin dikenal luas pada saat ini. Seiring dengan perkembangan *financhial tecnolgy(fintech)* alat pembayaran telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dan maju. Alat pembayaran telah berevolusi dari sistem tunai (*cash based*) menjadi non-tunai (*non cash*), termasuk alat pembyaran yang berbasis kertas seperti bilyet dan cek, serta sistem pembayaran elektronik yang lebih dikenal dengan uang elektronik.⁸

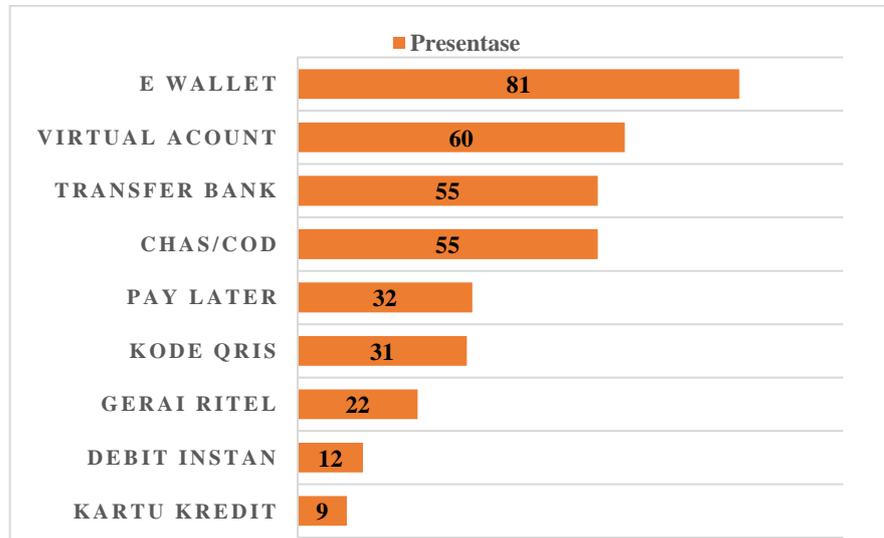
Peningkatan penggunaan uang elektronik tidak terlepas dari kemudahan yang ditawarkannya. Menurut Bank Indonesia, ada dua jenis uang elektronik berdasarkan cara pencatatan transaksi dan penyimpanannya. Jenis pertama adalah uang elektronik berbasis chip, yang merupakan uang elektronik yang disimpan dalam kartu atau media lain, contohnya Flazz BCA, BRI Brizzi, Mandiri E-Money, dan Tap Cash BNI. Jenis kedua adalah uang elektronik berbasis server, yang tidak memiliki bentuk fisik seperti kartu, sehingga pencatatan transaksi dilakukan melalui server aplikasi yang dikenal sebagai dompet elektronik atau dompet digital (*e-wallet*).⁹

⁷ Indonesia baik orang indonrsia makin melek internet dalam [https:// indonesia baik .id /infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet](https://indonesia.baik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet). diakses 17 November 2024

⁸ M. Adjie Pangestu Mt dan I Made Sukresna, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompet Digital (E-Wallet) Ovo Di Kota Semarang)", *Diponegoro Journal Of Management*, Vol.10 No.1 Tahun 2021

⁹ Hidayanti, *Oprasional E-Money*. (Jakarta : BI, 2006), hal. 27

Gambar 1. 1 Metode pembayaran yang paling banyak di gunakan di indonesia tahun 2023



Sumber : Goodstas dari east ventures,diolah peneliti 2024.

Berdasarkan data pada gambar 1.1 metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia pada tahun 2023 adalah *e-wallet* menempati posisi teratas dengan tingkat penggunaan sebesar 81%. Hal ini menunjukkan dominasi signifikan dalam transaksi pembayaran digital. Langkah ini sejalan dengan kampanye Bank Indonesia pada "Gerakan Nasional Non-Tunai (GNNT)" yang diluncurkan pada 14 Agustus 2014. Tujuan dari program ini adalah menciptakan sistem pembayaran yang lebih aman, efektif, efisien¹⁰. Serta mengurangi kendala dalam transaksi tunai, guna mewujudkan masyarakat Indonesia sebagai masyarakat yang lebih sedikit menggunakan uang tunai atau *less cash society (LCS)*.¹¹

¹⁰ Bank Indonesia "Elektronifikasi" dalam <https://www.bi.go.id/id/fungsi-utama/sistem-pembayaran/ritel/elektronifikasi/default>, diakses pada 25 September 2024

¹¹ Felien Putri Tunggadewi dan Hery Pudjoprastyono, "Pengaruh Promosi dan *E-service quality* terhadap Minat Beli Ulang Penggunaan Gopay", *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, Volume .5 No.1 Tahun 2023

E-wallet (dompet digital) adalah salah satu inovasi teknologi keuangan (*Fintech*) yang memanfaatkan internet sebagai sarana, dan berfungsi sebagai alternatif metode pembayaran. *E-wallet* hadir dengan menawarkan kemudahan lebih melalui teknologi modern yang dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat. Inovasi *digital e-wallet* (dompet elektronik) telah menjadi salah satu alat transaksi yang populer di kalangan masyarakat modern.¹² Menurut Pasal 1 Ayat 7 Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 *e-wallet* atau dompet elektronik merupakan suatu layanan untuk menyimpan data instrumen pembayaran elektronik, menampung dana elektronik, untuk melakukan pembayaran melalui elektronik.¹³

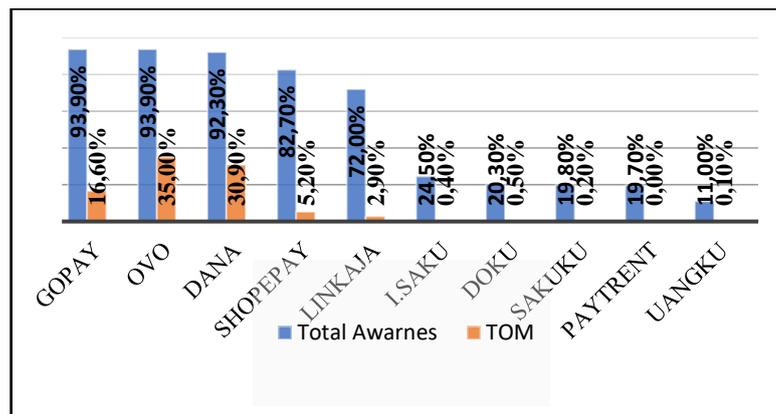
Penggunaan *e-wallet* yang meningkat di Indonesia ditandai dengan banyaknya bank atau non-bank yang menerbitkan produk e-money mereka berbasis server. Faktor-faktor yang memengaruhi penggunaan *e-wallet* dapat diteliti dengan mempertimbangkan aspek teknologi serta pengalaman yang dirasakan oleh pengguna. Aspek teknologi mencakup kualitas layanan, keamanan, dan keandalan sistem, sementara pengalaman pengguna meliputi kenyamanan, kepercayaan, dan kepuasan selama menggunakan layanan *e-wallet* tersebut.

¹² Hizbul Hadi Nawawi, "Pengguna E-Wallet Dikalangan Mahasiswa", *Jurnal Emik*, Vol 3, No .2, Tahun 2020. Hal 190.

¹³ Wendy Suhendry, "Minat Penggunaan E-Wallet Dana Di Kota Pontianak", *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol.9 No. 1 Tahun 2021, hal.47

Pernyataan keamanan di situs web sistem pembayaran elektronik merupakan faktor yang signifikan untuk memengaruhi kepercayaan konsumen dalam aktivitas online . Fungsi keamanan seperti otorisasi dan enkripsi adalah mekanisme penting untuk hadir dan dipraktikkan selama transaksi *e-finance* termasuk *e-wallet*. Keputusan konsumen untuk menggunakan sistem pembayaran elektronik apa pun seperti *e-wallet* akan sangat dipengaruhi oleh kualitas pernyataan keamanan dan kualitas layanan yang tersedia bagi mereka.¹⁴

Gambar 1. 2 Jumlah *e -wallet* di Indonesia periode 2022



Sumber: researchgate,data di olah 2024

Dari gambar 1.2 gambar di atas menunjukkan tingkat kesadaran total (Total *Awareness*) dan tingkat pengingatan merek pertama (TOM) terhadap berbagai layanan dompet digital di Indonesia.GoPay, OVO, dan DANA memiliki tingkat kesadaran total tertinggi (93% ke atas), dengan

¹⁴ Diah Fitri Harseno, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia", *ABIS: Accounting and Business Information Systems Journal*, Vol .9 No.4 Tahun 2021

OVO memiliki TOM paling tinggi di antara ketiganya (35%). ShopeePay menyusul dengan tingkat kesadaran total 92,3% tetapi TOM lebih rendah (30,9%) ,sedangkan dompet digital lainnya, seperti LinkAja, I saku , Doku , Sakuku, Paytren, dan Uangku, menunjukkan tingkat kesadaran total yang jauh lebih rendah.

Gambar 1.2 di atas menggambarkan posisi aplikasi DANA terkait *awareness* dan pemikiran utama di antara layanan pembayaran digital di Indonesia yang menduduki urutan ketiga setela GoPay dan Ovo. Dalam hal Total *Awareness*, DANA mencatat tingkat kesadaran yang cukup tinggi, yakni 92,3%, yang menunjukkan bahwa mayoritas konsumen mengenal DANA. Namun, pada aspek *Top of Mind*, DANA hanya mencapai 30,9% yang berarti yaitu meskipun banyak yang mengenali *e-wallet* DANA, tetapi tidak banyak yang secara langsung mengingatnya sebagai pilihan utama ketika melakukan transaksi pembayaran. Meskipun DANA memiliki posisi yang baik dalam pengenalan merek (*awareness*), masih ada kesempatan untuk meningkatkan pemikiran konsumen agar lebih diingat sebagai opsi utama di antara aplikasi serupa.¹⁵

Salah satu aplikasi dompet digital yang menawarkan berbagai penawaran menarik bagi penggunanya adalah DANA. DANA merupakan perusahaan startup asal Indonesia yang resmi diluncurkan pada 5 November

¹⁵ Andi Arini Syahidah dan Muhammad Fikry Aransyah, "Pengaruh *E-service quality* Dan *E-trust* Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompet Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, Vol.12 No.1 Tahun 2023,hal. 37

tahun 2018 dan bergerak di bidang teknologi finansial. Perusahaan ini menyediakan infrastruktur untuk memfasilitasi pembayaran dan transaksi non-tunai secara cepat, praktis, dan aman¹⁶. *E-wallet* DANA merupakan salah satu layanan dompet digital yang telah mendapatkan lisensi resmi dari Bank Indonesia. Aplikasi DANA berhasil masuk dalam peringkat lima besar dompet digital terpopuler selama periode 2020 hingga 2022. *E-wallet* ini menawarkan berbagai fitur yang memudahkan pengguna dalam bertransaksi dan melakukan pembayaran, seperti pengiriman uang, penyimpanan saldo digital, penarikan saldo, pengisian pulsa dan paket data, fitur "*Nearby Me*", transfer ke rekening bank, pembayaran *e-commerce*, serta tagihan listrik dan air¹⁷.

Selain itu, DANA juga menyediakan layanan pembelian voucher game, asuransi, tiket transportasi, parkir, serta keamanan transaksi melalui penggunaan PIN.Keunggulan lain dari aplikasi DANA adalah fitur transfer tanpa biaya administrasi, baik untuk sesama pengguna DANA maupun untuk transfer ke rekening bank lain. Fitur-fitur ini menjadikan DANA sebagai solusi pembayaran yang praktis dan efisien bagi penggunanya, namun sebagai *e-wallet* dengan tingkat *ewariness* yang tinggi dan banyak digunakan dan banyak digunakan oleh masyarakat tidak menjamin kepuasan

¹⁶ Indah Umiyati , "Social Influence, Usability And Security On The Intensity of DANA e-Wallet Use", *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)* Vol.03 No.1 Tahun 2023,hal.114

¹⁷ Nurya Dina Abrilia” Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Fitur Layanan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Aplikasi Dana Di Surabaya”, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)* Vol.8 No 3 Tahun 2020, Hal.1007.

pengguna DANA, masih banyak keluhan yang muncul dari pengguna saat bertransaksi menggunakan DANA salah satunya kualitas layanan dan kepercayaan, hal ini terlihat dari hasil review yang ditulis oleh pengguna di *play store*.¹⁸

Faktor-faktor yang mempengaruhi penggunaan *e-wallet* dapat dianalisis melalui aspek teknologi dan penerimaan pengguna itu sendiri. Davis dalam wicaksono menjelaskan dalam *Technology Acceptance Model* (TAM) merupakan teori yang menjelaskan tentang bagaimana pengguna dapat menerima, mengerti dan menggunakan sebuah teknologi informasi¹⁹. Oleh karena itu, semakin tinggi persepsi pengguna bahwa *e-wallet* itu berguna dan mudah digunakan, maka semakin besar kemungkinan mereka akan menggunakannya secara aktif.

Penerimaan masyarakat terhadap *e-wallet* sangat dipengaruhi oleh penerimaan mereka terhadap teknologi yang mendasarinya, sesuai dengan *Technology Acceptance Model* (TAM). Kualitas layanan elektronik (*e-service quality*) yang cepat, responsif, dan aman akan membentuk persepsi bahwa *e-wallet* itu bermanfaat dan mudah digunakan. Kepercayaan elektronik (*e-trust*) juga meningkatkan rasa aman pengguna,. Sementara itu, ketika pengguna merasa mendapatkan nilai seperti kenyamanan, serta efisiensi waktu dan biaya, mereka cenderung menganggap *e-wallet* sebagai

¹⁸Puja Kusuma, "Minat menggunakan E-wallet Dana Di Kalangan mahasiswa Kota Medan" *Jurnal ekonomi dan ekonomi syariah* Vol.6 No.1 Tahun 2023.

¹⁹ Soetam Rizky Wicaksono, *Teori Dasar Technology Acceptance Model*, 2022, (Malang CV: Seribu Bintang 2022).

solusi yang berguna. Semua faktor ini *e-service quality*, *e-trust*, dan *customer value*. berkontribusi pada kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*), terutama karena *e-wallet* menawarkan kemudahan akses dan keunggulan dibandingkan pembayaran tunai.

Kepercayaan elektronik (*e-trust*) juga menjadi aspek krusial dalam meningkatkan penerimaan teknologi, karena pengguna harus yakin bahwa sistem *e-wallet* aman dari ancaman kebocoran data dan penyalahgunaan informasi pribadi. Ketiga faktor ini saling mendukung dan memperkuat persepsi manfaat serta kemudahan dalam TAM, sehingga meningkatkan kepuasan pelanggan serta mendorong adopsi yang lebih luas terhadap *e-wallet* sebagai alat pembayaran digital.²⁰

Maka sebelum memutuskan untuk menggunakan aplikasi dompet digital atau *e-wallet* DANA, pengguna dapat mempertimbangkan berbagai faktor, di antaranya adalah kualitas layanan elektronik (*e-service quality*), nilai pelanggan (*customer value*) yang diciptakan oleh pengalaman pengguna itu sendiri, dan kepercayaan (*e-trust*) untuk menciptakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*). Faktor-faktor tersebut saling berkaitan dan berperan penting dalam membentuk persepsi positif terhadap aplikasi. Ketika pengguna merasa layanan yang diberikan cepat, responsif, aman, serta mampu memenuhi kebutuhan mereka, maka kepercayaan akan

²⁰ Diah Fitri Harseno, "Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penggunaan E-Wallet Di Indonesia" *ABIS Accounting and Bussines Information System Journal*, Vol 9 No 4, Tahun 2021. Diakses dalam <https://journal.ugm.ac.id/abis/article/view>

tumbuh dan berdampak pada kepuasan, yang pada akhirnya mendorong niat untuk terus menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan.

Menurut Zeithaml sebagaimana yang dikutip oleh Wardana, *e-service quality* yaitu sebuah model pengukuran yang digunakan untuk menilai kualitas layanan elektronik atau layanan yang tersedia secara online berdasarkan pengalaman pengguna, yang bertujuan untuk mengevaluasi seberapa baik layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan pengguna baik.²¹

Dalam menghadapi persaingan *fintech* di Indonesia yang semakin berkembang pesat, DANA perlu memperhatikan *e-service quality*. Hal ini penting untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan *fintech* lainnya. Dengan memperhatikan *e-service quality*, DANA dapat memiliki panduan untuk menjaga keberlangsungan aplikasinya sehingga dapat memahami kebutuhan pengguna. Selain itu, dalam jangka panjang, DANA dapat memanfaatkan *e-service quality* sebagai sarana untuk berinovasi agar dapat mempertahankan dan menjaga kepuasan pengguna.

Namun, aplikasi *e-wallet* DANA juga tidak lepas dari masalah sistem yang sering terjadi. Beberapa masalah yang sering dikeluhkan antara lain tampilan halaman utama aplikasi yang kurang rapi, saldo yang terpotong namun transaksi gagal, kesulitan dalam melakukan upgrade ke akun premium, serta layanan *customer service* yang lambat dan tidak

²¹ Aditiya Waerdana, *Service Quality dan e -service Quality in the digital edge*.(Jawa Tengah : CV Eureka Media Aksara : 2021) hal. 172

memberikan solusi yang efektif. Kondisi ini dapat menyebabkan ketidakpuasan dan kekecewaan pengguna layanan terhadap aplikasi DANA. Masalah sistem dalam penggunaan *e-wallet* DANA harus diminimalisir agar tidak terjadinya gangguan sistem (*error system*) sehingga para pelanggan tidak kehilangan waktu untuk melakukan transaksi berulang kali, dan juga dapat meningkatkan kepercayaan dari pengguna dalam menggunakan layanan *e-wallet* DANA saat melakukan transaksi. Oleh karena itu, DANA perlu melakukan perbaikan terhadap *service quality* (kualitas layanannya) untuk meningkatkan kepuasan pengguna (*customer satisfaction*).²²

Begitu juga dalam mewujudkan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) tentunya *e-wallet* DANA harus memperhatikan nilai pelanggan (*customer value*). Menurut Tjiptono yang dikutip oleh Matheous, Tjiptono mendefinisikan bahwa nilai pelanggan adalah perasaan yang terjalin antara pelanggan dan produsen setelah pelanggan menggunakan produk dan jasa dari produsen dan mendapati bahwa produk atau jasa tersebut memberi nilai tambah. Sedangkan menurut Woodruff yang dikutip oleh Lathifah *customer value* yaitu mendefinisikan *customer value* sebagai persepsi pelanggan tentang konsekuensi yang diinginkannya dari penggunaan suatu produk atau layanan. *Customer value* dapat digambarkan sebagai preferensi yang

²² Syahidah dan Aransyah. "Pengaruh *E-service quality* dan *E-trust* Terhadap *E Customer Loyalty* Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui *E-Satisfaction* Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal SISFOKOM (Sistem Informasi dan Komputer)*, Vol.12 No.01 Tahun 2023, hal.37

dirasakan pelanggan terhadap ciri produk, kinerja, dan sejauh mana produk tersebut telah memenuhi kebutuhan mereka.²³ Semakin tinggi nilai yang dirasakan dari suatu layanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan tersebut.²⁴

Selain *e - Service quality* (kualitas layanan) dan *cusstomer value* (nilai pelanggan) , *e-trust* (kepercayaan) pelanggan juga menjadi salah satu faktor yang menentukan penggunaan terhadap menggunakan layanan *e- wallet* DANA , kepercayaan pengguna sangat penting untuk ditingkatkan hal ini karena kepercayaan merupakan landasan dalam berbisnis terutama berbisnis online yang memiliki peran penting dalam mempengaruhi komitmen pelanggan dalam menggunakan layanaan *e-wallet* DANA. Menurut Kotler dan Keller yang sebagaimana dikutip oleh Kirana dan Khasanah kepercayaan yaitu kecenderungan seseorang untuk mengandalkan sesuatu, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor penting, seperti kompetensi, integritas, kejujuran, dan kebajikan.²⁵

Sedangkan menurut Soegoto yang dikutip Agustino kepercayaan merupakan keyakinan, perasaan, atau harapan terhadap kemampuan,

²³ Khansa Lathifah, *Et.al.* “Customer Intimacy, Customers Experience, Customer Satisfaction, Customer Bonding Dan *Customer value* Dalam Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah” *JURNAL EKONOMI BISNIS* Vol 22 No 1 tahun 2022, hal .49

²⁴ Jessica Venessya dan Sugiyanto, “Pengaruh Customer Experience Dan *Customer value* Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Spotify Premium”, *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol .11 No.2 Tahun 2023,hal .293

²⁵ Teta Kirana Pangestika dan Imroatul Khasanah, “Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Experience, Brand Trust dan Brand Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Financial Technology: E-Wallet (Studi Pada Pengguna DANA Di Kota Semarang)”, *Diponegoro Journal of Management*, Vol 10 No.4 Tahun 2021.

keandalan, dan perhatian dari pihak lain.²⁶ Semakin tinggi pula tingkat kepercayaan pengguna terhadap layanan *e - wallet* DANA maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang mereka miliki dan sebaliknya. Kepercayaan pelanggan terhadap penggunaan layanan *e- wallet* DANA merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dengan adanya kepercayaan yang tinggi pengguna terhadap layanan *e-wallet* DANA, maka *e-wallet* DANA akan mengalami peningkatan penggunaan, baik dari segi transaksi harian maupun jumlah dana yang disimpan. Kepercayaan ini akan meningkatkan kepuasan, dan mendorong mereka untuk tetap menggunakan layanan DANA. Akibatnya, DANA dapat memperluas jangkauannya, menarik lebih banyak pengguna baru, serta mempertahankan posisinya sebagai penyedia layanan yang terpercaya dan aman.

Demikian pula dengan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) juga merupakan sebuah variabel yang harus di perhatikan oleh perusahann . Menurut Kotler yang dikutip oleh Kartika dan Ganarsih kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Kepuasan ini tentu akan dapat

²⁶ Lalu Agustino, "Pengaruh Promosi, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Penggunaan E-Wallet Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pengguna E-Wallet Di Kota Banjarmasin", *Kindai*, Vol.17 No .3, Tahun 2021, hal.405

dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut.²⁷

Kepuasan pengguna (*customer satisfaction*) terhadap sebuah aplikasi dinilai sangat penting karena nantinya dapat digunakan oleh pengembang sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan pelayanan aplikasi tersebut tentunya baik pengguna dan pengembang pasti ingin menjadikan aplikasi tersebut sempurna. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisa kepuasan pelanggan terhadap aplikasi tersebut. Sehingga perlu dilakukan penelitian mengenai kepuasan pengguna, guna mengetahui hal apa yang diinginkan oleh konsumen untuk dikembangkan maupun dijaga perusahaan.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Program Studi Perbankan Syariah di Universitas Islam Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung. Pada era milenial ini sudah banyak transaksi melalui digital untuk mempermudah bertransaksi dengan mudah Khususnya di kalangan mahasiswa yang dianggap melek teknologi , *e-wallet* DANA merupakan salah satu metode pembayaran digital yang banyak digunakan oleh kalangan mahasiswa, khususnya untuk transaksi keuangan sehari-hari seperti transfer uang, pengisian saldo, dan pembelanjaan *online*. Penggunaan *e-wallet* ini memudahkan mahasiswa dalam melakukan berbagai transaksi tanpa harus

²⁷ Mela Kartika dan Raden Lestari Ganarsih.” Analisis E-Wom, Online Shopping Experience Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau”, *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol,11.No.2 Tahun 2019,hal.292

menggunakan uang tunai, sehingga menjadi pilihan yang populer di kalangan mereka selain itu, mahasiswa Perbankan Syariah mempelajari kurikulum pelajaran mengenai berbagai aspek terkait keuangan dan perbankan, termasuk inovasi dalam sistem pembayaran digital.

E-wallet DANA memberikan dampak positif yang sangat besar terutama pada mahasiswa saat ini. Dengan menawarkan kualitas layanan elektronik *service quality* kepercayaan (*e-trust*) dan nilai yang diberikan (*Customer value*) sehingga menciptakan kepuasan pelanggan. Mengapa peneliti mengambil judul ini karena peneliti memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh dari *e - service quality* , *customer vallue* dan *e-trust* untuk penggunaan layanan *e wallet* dana bagi kalangan mahasiswa yang telah menggunakan aplikasi tersebut.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Pangestu Sukresna²⁸ yang mengatkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA . Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Syahidah dan Aransyah yang mengatakan dimana *e - service quality* pengguna dompet digital DANA tidak dapat secara langsung memberikan kontribusi pengaruh yang signifikan sehingga harus dijembatani oleh variabel *e-satisfaction*.²⁹

²⁸ M. Adjie Pangestu Mt dan I Made Sukresna, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompet Digital (E-Wallet) Ovo Di Kota Semarang)", *Diponegoro Journal Of Management*, Vol.10 No.1 Tahun 2021

²⁹ Andi Arini Syahidah dan Muhammad Fikry Aransyah, "Pengaruh *E-service quality* Dan *E-trust* Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompet Digital DANA Melalui E-

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh David Firmansyah dan Dorajatun Prihando yang menyatakan bahwa *perceived value* tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan³⁰. Sedangkan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh M. Adjie Pangestu MT, I Made Sukresna yang menyatakan bahwa persepsi nilai memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA³¹. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai layanan yang diberikan maka semakin besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan tersebut. Penelitian serupa juga dilakukan oleh Qomariah serta Mustaan & Hamdi, yang mengungkapkan bahwa *customer value* berpengaruh positif terhadap *customer satisfaction*. Penelitian tersebut menyimpulkan bahwa pelanggan merasa puas jika nilai yang mereka rasakan setara atau bahkan melebihi ekspektasi mereka terhadap produk hiburan dan niat beli (*buying intention*).³²

Bedasarkan uraian permasalahan yang ada di latar belakang di atas terdapat inkonsistensi pada variabel penelitian terdahulu maka penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai **pengaruh *E-service quality***,

Satisfaction Sebagai Variabel Intervening", *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)*, Vol.12 No.1 Tahun 2023

³⁰ David Firmansyah dan Dorajatun Prihando "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Perceived Value Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan" *Management Analysis Journal*, No7 Vol. 1, Tahun 2018

³¹ M. Adjie Pangestu Mt dan I Made Sukresna, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai, Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital (E-Wallet) Ovo Di Kota Semarang)", *Diponegoro Journal Of Management*, Vol.10 No.1 Tahun 2021

³² Jessica Venessya dan Sugiyanto, "Pengaruh Customer Experience Dan *Customer value* Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction Pada Spotify Premium", *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, Vol.11 No. 2 Tahun 2023, hal.293

Customer value Dan E-trust Terhadap Penggunaan Layanan E-wallet DANA Dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Perbankan Syariah UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung) .

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Mahasiswa Perbankan Syariah terhadap konsep dan penggunaan layanan e wallet dana, apakah kualitas aplikasi layanan *e-wallet* DANA sudah mencukup atau masih terdapat kekurangan dalam memenuhi kepuasan pelanggan
2. Mahasiswa memandang nilai atau tingkat kepuasan dari penggunaan aplikasi *e- wallet* DANA terhadap penggunaan DANA sebagai alat transaksi keuangan yang efektif dan efisien.
3. kepercayaan mahasiswa mempengaruhi minat mereka dalam menggunakan *e-wallet* DANA. Apakah terdapat kepercayaan antara kualitas pelayanan seperti keamanan yang diberikan.
4. Sejauh mana *e- servis quality*, *customer value* dan *E- trust* berpengaruh terhadap kepuasan mahasiswa perbankan syariah dalam menggunakan *e -wallet* DANA.

C. Rumusan Masalah

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap penggunaan layanan *E-wallet* DANA ?

2. Apakah *customer value* berpengaruh terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA ?
3. Apakah *e-trust* berpengaruh terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA ?
4. Apakah *customer satisfaction* berpengaruh terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA?
5. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*?
6. Apakah *customer value* berpengaruh terhadap *customer satisfaction*?
7. Apakah *e-trust* berpengaruh terhadap *customer satisfaction* ?
8. Apakah *e-service quality* berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet* DANA melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening ?
9. Apakah *customer value* berpengaruh terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening ?
10. Apakah *e-trust* berpengaruh terhadap penggunaan *e-wallet* DANA melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk menguji pengaruh *e-service quality* terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA
2. Untuk menguji pengaruh *customer value* terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA
3. Untuk menguji pengaruh *e-trust* penggunaan layanan *e-wallet* DANA

4. Untuk menguji pengaruh *customer satisfaction* terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA.
5. Untuk menguji pengaruh *e-service quality* terhadap *customer satisfaction*
6. Untuk menguji pengaruh *customer value* terhadap *customer satisfaction*
7. Untuk menguji pengaruh *e-trust* terhadap *customer satisfaction*
8. Untuk menguji pengaruh *e-service quality* terhadap penggunaan *e-wallet* DANA melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening.
9. Untuk menguji pengaruh *customer value* terhadap penggunaan *e-wallet* DANA melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening.
10. Untuk menguji pengaruh *e-trust* terhadap penggunaan *e-wallet* DANA melalui *customer satisfaction* sebagai variabel intervening.

E. Manfaat Penelitian

Dengan hasil penelitian yang diharapkan berdasarkan teori kegunaan penelitian ini dapat ditinjau secara teoritis dan praktis

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan pemahaman dan wawasan bagi penulis maupun pembaca mengenai pengaruh *e-service quality*, *customer value* dan *e-trust* terhadap penggunaan layanan *e-wallet* dana dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening

2. Manfaat Praktis

a. Bagi perusahaan pendiri *e-wallet* Dana

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan dasar yang kuat bagi *e-wallet* DANA untuk meningkatkan kualitas layanan, memperkuat kepercayaan pengguna, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian, DANA dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya di industri *e-wallet* yang semakin kompetitif.

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi masyarakat mengenai pengaruh *e-service quality*, *customer value* dan *e-trust* terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening. Sehingga masyarakat mendapatkan wawasan baru mengenai kualitas pelayanan pengguna *e-wallet* DANA.

c. Bagi Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan literatur akademik terkait pengaruh *e-service quality*, *customer value* dan *e-trust* terhadap penggunaan layanan *e-wallet* DANA

d. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan *e-service quality*, *customer value*, dan *e-trust* dengan *customer*

satisfaction sebagai variabel intervening dan juga dapat menjadi bahan perbandingan (penelitian terdahulu).

F. Ruang Lingkup Dan Keterbatasan Penelitian

1. Ruang lingkup

Ruang lingkup dalam penelitian ini di antara lain :

- a. Variabel Independen (bebas) terdiri dari *e-service quality* (X1) *customer value* (X2) dan *e-trust* (X3).
- b. Variabel Dependen (terikat) yaitu Penggunaan Layanan e – wallet DANA
- c. Variabel Intervening (Z) yaitu *customer satisfaction*.

2. Keterbatasan Penelitian

Untuk memperjelas ruang lingkup penelitian agar tidak menyimpang dari pembahasan, peneliti hanya memfokuskan ke penelitian dengan variabel *e-service quality*, *customer value* dan *e-trust* terhadap Penggunaan Layanan *e-wallet* DANA dengan *customer satisfaction* Sebagai Variabel Intervening dengan objek penelitian Mahasiswa program studi Perbankan Syariah Universitas Islam Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

G. Penegasan Istilah

1. Definisi Konseptual

- a. *E-service quality*

E-service quality merupakan proses mengukur dan mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia layanan kepada

konsumen melalui aplikasi, atau platform online sudah sesuai dan memenuhi harapan atau tidak.³³

b. *Customer value*

Customer value atau nilai pelanggan merupakan gabungan antara manfaat dan pengorbanan yang dialami oleh pelanggan ketika menggunakan suatu produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan tertentu.³⁴

c. *E-trust*

E-trust diartikan sebagai harapan konsumen bahwa penyedia barang atau jasa dapat dipercaya atau diandalkan ketika memenuhi janjinya.³⁵

d. Layanan

Layanan adalah aktivitas yang tidak berwujud, ditujukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan orang lain.³⁶

³³ Kusuma, Listyawati, dan Lestari. "Pengaruh E-Wom Dan *E-service quality* Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet Dana Di Kabupaten Jombang" *SAB* Vol. 2 No. 1 Tahun 2024 hal

³⁴ Wahyu Dian Safrina, "Pengaruh *Customer value* Dan Customer Experience Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Jemaah PT. Penata Rihlah Jakarta)", *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, Vol 12. No.1 Tahun 2023 ,hal.142

³⁵ Anisa Mauta Liani dan Abdul Yusuf, "Pengaruh *E-trust* Terhadap E-Loyalty Dimediasi Oleh E-Satisfaction Pada Pengguna Dompot Digital Gopay", *YUME : Journal of Management*, Vol 4 No.11 Tahun 2021, hal.141.

³⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Ed. 12 Jilid. 2, (Jakarta : Indeks, 2007), hal.42.

e. *E-wallet*

E-wallet didefinisikan sebagai mata uang digital, yang menggunakan media Elektronik berupa server based yang berfungsi sebagai alat pembayaran digital dan penyimpanan uang.³⁷

f. *Customer satisfaction*

Merupakan perasaan puas atau kesamaan antara harapan dengan yang didapatkan setelah melakukan pembelian.³⁸

2. Definisi operasional

Dari definisi yang telah diuraikan secara konseptual, maka untuk secara operasionalnya dalam penelitian yang berjudul pengaruh *e-service quality*, *customer value* dan *e-trust* terhadap penggunaan layanan *e wallet* dana dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening (studi kasus pada Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung) secara operasional peneliti menggunakan *e-service quality*, *customer value*, *e-trus* dan *customer satisfaction* untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap minat menggunakan layanan *e-wallet* DANA pada Mahasiswa Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagug.

³⁷ A Mulyan dan H Wijaya, "Perancangan E-Payment System pada E-Wallet Menggunakan Kode QR Berbasis Android" ,*Komputika: Jurnal Sistem Komputer*. Vol. 7, No. 2, tahun 2018, hal. 64

³⁸ S. S. Kasih dan N. N. K. Moeliono, "Pengaruh *E-service quality* Dan *E-trust* Terhadap E- Loyalty Dengan E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Sorabel Di Bandung)," *J. Ilm. Mhs. Ekon. Manaj* ,Vol. 5 No. 4 Tahun. 2020.

H. Sistematika Penulisan

Untuk memberikan Gambaran yang jelas mengenai skripsi penelitian yang dilakukan, maka disusunlah suatu sistematika penulisan yang berisi informasi. Maka penulis akan mengelompokkan kedalam 6 bab . Adapun ringkasan dari masing masing bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab Pendahuluan ini menjelaskan dan menguraikan latar belakang masalah, Identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah dan sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan Teori bab ini berisi teori teori yang dilakukan yang dikembangkan dalam variabel variabel penelitian yang diantaranya yaitu *e- sevis quality*, *customer value* dan *e trust* , kerangka konseptual ,hipotesis penelitian

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tentang pendekatan dan jenis penelitian, populasi, sampling dan sampel penelitian, sumber data, variabel dan skala pengukurannya, teknik pengumpulan data dan instrument penelitian; serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan tentang deskripsi data hasil penelitian pengaruh *e-service quality*, *customer value* dan *e-trust* terhadap penggunaan layanan e wallet dana dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening serta pengujian hipotesis.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai hasil dari penelitian *e-service quality*, *customer value* dan *e-trust* terhadap penggunaan layanan e wallet dana dengan *customer satisfaction* sebagai variabel intervening .pembahasan dilakukan dengan cara menganalisis data dan pengembangan gagasan yang dilakukan pada bab bab sebelumnya

BAB VI PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan yang diambil dari bab yang dibahas sebelumnya serta saran dan rekomendasi