

ABSTRAK

Era digitalisasi ini, semua kegiatan sudah didominasi oleh teknologi yang canggih apalagi kita sudah memasuki era 4.0 dimana perusahaan terus mengembangkan teknologi yang canggih. Teknologi memudahkan pengguna untuk mencari informasi dengan cepat dan mudah dan komunikasi pun dapat cepat dan mudah. Teknologi yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan bagi manusia dengan efektif dan efisien saat ini adalah internet dan *smartphone*. Internet sendiri merupakan wujud dari teknologi yang mendorong pelaku ekonomi untuk menyediakan fasilitas berbasis internet kebutuhan manusia yang dengan lebih praktis. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan LinkAja Syariah. Link Aja Syariah adalah perusahaan yang bergerak dibidang dompet digital dan memiliki fasilitas Layanan yang dicakup di antaranya adalah *transfer* ke uang, bayar beli melalui *smartphone*, belanja online, dan berbagi uang. Meskipun LinkAja Syariah merupakan perusahaan teknologi terbesar dan cukup dikenal oleh masyarakat luas, namun belum dapat dipastikan hal tersebut dapat menjamin kepuasan pelanggan dan juga loyalitas pelanggan terhadap LinkAja Syariah. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Kualitas Layanan yang diberikan oleh LinkAja Syariah untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan LinkAja Syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada pengaruh Kualitas Layanan dalam Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas pelanggan pada LinkAja Syariah. Untuk mengumpulkan data pada penelitian ini, penulis melakukan penyebaran kuesioner melalui *Google Forms*. Total responden pada penelitian ini sebanyak 400 responden yang merupakan pelanggan aktif LinkAja Syariah.

Untuk mencapai tujuan penelitian, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan perangkat lunak Smart PLS. Selain itu metode yang digunakan dalam menganalisis data pada penelitian ini adalah analisis statistik deskriptif, *Structural Equation Modeling* dengan perangkat lunak Smart PLS yang terdiri dari analisis *outer* model dan *inner* model serta melakukan pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil pengujian ditemukan sebuah hasil yaitu Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Layanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pelanggan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap Loyalitas Pelanggan. Selain itu, berdasarkan hasil R^2 yang didapatkan, pada Kepuasan Pelanggan memiliki hasil sebesar 0.527 atau 52,7% dan Loyalitas Pelanggan memiliki hasil sebesar 0.565 atau 56,5% yang dipengaruhi oleh Kualitas Layanan. Sedangkan sisanya yaitu 47,3% dan 43,5% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan, LinkAja Syariah