

DAFTAR TABEL

Tabel !.1 Pra-Penelitian Kualitas Pelayanan.....	7
Tabel 1.2 Pra-Penelitian Kepuasan Pelanggan.....	9
Tabel 1.3 Pra-Penelitian Loyalitas Pelanggan	11
Tabel 2.1 Ulasan Skripsi Terdahulu.....	31
Tabel 2.2 Ulasan Jurnal Nasional.....	36
Tabel 2.3 Ulasan Jurnal Internasional.....	41
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	50
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 3.5 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	61
Tabel 4.1 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian	66
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)....	69
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepuasan Pelanggan (X_2)..	72
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Loyalitas Pelanggan (Y) ...	74
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov.....	80
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.7 Hasil Analisis Refresi Berganda	82
Tabel 4.8 Hasil Uji Analisi Uji F	83
Tabel 4.9 Hasil Analisis Uji T	85
Tabel 4.10 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	86

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Profil Perusahaan

Gojek merupakan salah satu layanan transportasi berbasis online buatan anak bangsa yang pertama kali hadir di Indonesia. Gojek pertama kali didirikan oleh Nadiem Makarim pada tahun 2010. Berawal dari layanan transportasi, sekarang aplikasi Gojek memiliki lebih dari 20 layanan yang menjadi solusi buat tantangan sehari-hari. Berkat itu juga, Gojek menjadi salah satu platform teknologi terbesar yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara dengan mengembangkan tiga Super-app: untuk customer, untuk mitra driver, dan juga mitra merchant.

Gojek memulai perjalanannya pada tahun 2010 dengan layanan pertama yaitu pemesanan ojek melalui *call-center*. Pada tahun 2015, Gojek berkembang pesat setelah meluncurkan sebuah aplikasi dengan tiga layanan, yaitu: GoRide, GoSend, dan GoMart. Sejak saat itu, laju Gojek semakin cepat dan terus beranjak hingga menjadi grup teknologi terkemuka yang melayani jutaan pengguna di Asia Tenggara. Gojek kini telah tersedia di 167 kabupaten dan kota di Indonesia. Berikut adalah logo dari Gojek.



Gambar 1.1 Logo Gojek

Sumber : <https://www.gojek.com/id> (diakses 25 November 2021)

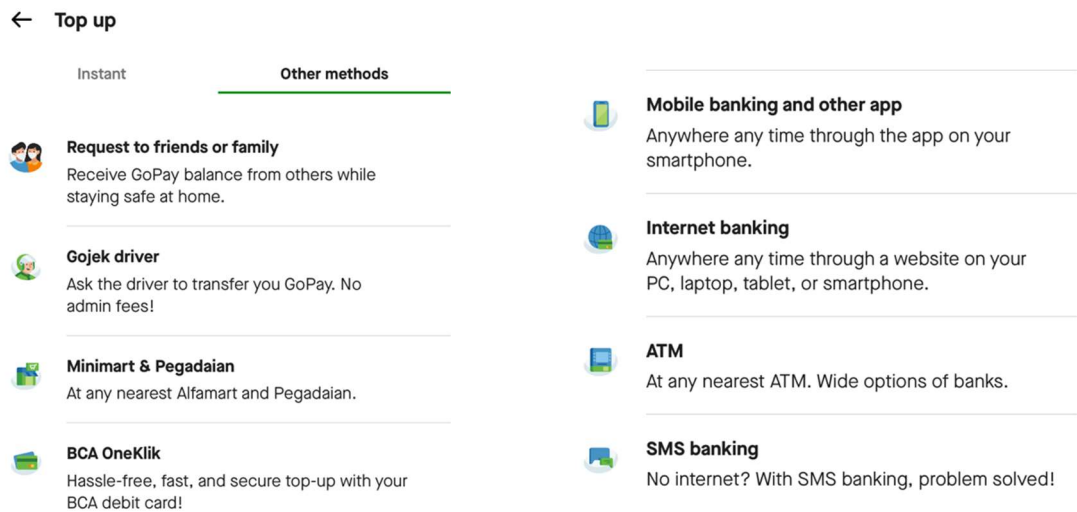
Metode pembayaran layanan Go-Jek dapat dilakukan melalui transaksi uang cash dan uang elektronik. Salah satu dompet digital yang ada di Indonesia adalah Go-Pay. Berikut adalah logo dari Gopay :



Gambar 1.2 Logo Gopay

Sumber : <https://www.gojek.com/id> (diakses 25 November 2021)

Go-Pay adalah uang elektronik atau dompet digital yang dimiliki oleh Gojek yang dapat kamu gunakan untuk melakukan berbagai macam transaksi pembayaran, seperti pembayaran saat menggunakan aplikasi Gojek, membayar tagihan (PLN, PDAM, Pajak, BPJS, IPL, dan lain lain.), membayar iuran zakat, membayar tagihan e-commerce, membayar tagihan *café* atau *restaurant* dan lain lain. Saat ini Gopay telah bekerja sama dengan lebih dari 400.000 merchant yang ada di Indonesia dengan mengimplementasikan ***Quick Response Code Indonesia Standart (QRIS)***. Untuk memudahkan customer melakukan pembayaran saat bertransaksi tatap muka customer cukup mengscan kode QR di ponselnya masukan jumlah nominal pembayaran dan pin Gopay sebagai pelindung keamanan transaksi hal ini disampaikan oleh Budi Gandasoebrata selaku Managing Director Gopay. Gopay memiliki dua layanan akun yaitu Gopay basic dan Gopay plus dengan perbedaan Gopay basic memiliki batas saldo maksimum 1.000.000 sedangkan Gopay plus memiliki batas saldo maksimum 10.000.000. Kedua tipe akun ini bisa digunakan untuk mengisi saldo, belanja online, membayar dan membeli melalui aplikasi, serta transaksi di merchant yang sudah berkerja sama. Namun, selain perbedaan batas maksimal isi saldo, Gopay plus dapat digunakan untuk pengiriman uang antar pengguna dan antar bank serta dapat menarik saldo yang berada di dalam aplikasi.



Gambar 1.3 Metode Topup Gopay

Sumber : Aplikasi Gojek

Ada banyak metode yang disediakan Gopay untuk melakukan Topup saldo, seperti:

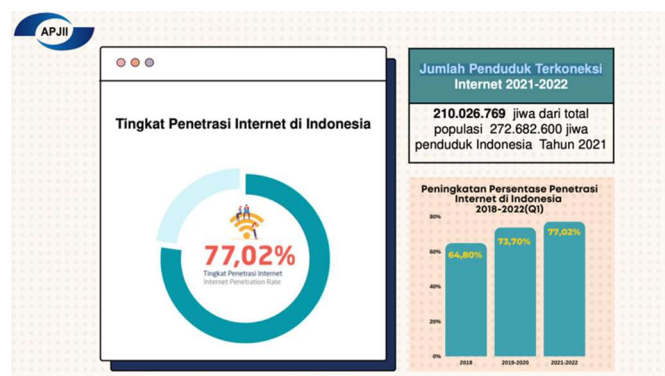
- Request ke pengguna lainnya
- Melalui Driver Gojek
- Melalui minimarket
- Melalui BCA Oneklik
- Melalui mobile banking seluruh Bank
- Melalui Internet banking
- Melalui ATM
- Melalui SMS Banking

1.2 Latar Belakang

Di era digital saat ini, teknologi telah berkembang pesat untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan masyarakat. Di zaman modern ini, perkembangan teknologi sudah sangat pesat dan ditandai dengan pesatnya pertumbuhan industri digital, terutama teknologi yang sudah terintegrasi dengan kehidupan dan aktivitas masyarakat saat ini. Seluruh aspek kehidupan manusia sangat bergantung dan dikendalikan oleh

teknologi. Orang semakin mencari dan menyukai segala sesuatu yang modern, praktis dan cepat untuk menunjang segala aktifitas dan pekerjaan. Perkembangan teknologi yang sangat kasat mata dan yang kita alami saat ini adalah internet. Masyarakat tidak lepas dari penggunaan internet dalam aktivitas dan pekerjaannya sehari-hari. Adanya internet dan teknologi informasi juga telah meningkatkan belanja online dan bisnis lainnya, termasuk e-commerce (Nasution, 2019).

Perkembangan internet juga mempengaruhi peningkatan pengguna internet di Indonesia. Berikut hasil survei APJI.



Gambar 1.4 Survey Apji penetrasi pengguna internet 2021-2022
Sumber : apji.or.id (2022)

Hasil survei APJII menjelaskan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia sebanyak 210.026.769 juta jiwa (77.02%) dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 272. 682. 600 juta jiwa. Dilihat dari hasil survei 2018-2022, angka tersebut mengalami kenaikan yang cukup signifikan dibandingkan tahun sebelumnya dari tahun 2018-2021. Tidak hanya pengguna internet saja yang meningkat begitu pesat, sama halnya dengan perangkat digital smartphone yang kian tahun semakin meningkat pula penggunaannya. Smartphone saat ini menjadi andalan utama pengguna internet di Indonesia, Berikut adalah hasil survei perangkat yang digunakan untuk mengakses internet.



Gambar 1.5 Perangkat Untuk Mengakses Internet
 Sumber: apji.or.id (2022)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2022, handphone / tablet merupakan perangkat yang paling sering digunakan untuk terhubung dengan internet. Memiliki skor sebesar 89,03%. Banyaknya pengguna internet dan smartphone telah memberikan perubahan dan peluang bisnis bagi perusahaan khususnya pada sektor perbankan (Widowati, 2018). Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan untuk mengembangkan inovasi-inovasi menarik yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan dalam melakukan transaksi elektronik, salah satunya inovasi uang elektronik. Penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis bertujuan untuk memudahkan pembayaran kegiatan ekonomi massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat mempermudah transaksi di jalan tol, di lalu lintas seperti kereta api dan angkutan umum lainnya atau acara di minimarket, tempat makan atau tempat parkir. Bank Indonesia (BI) mencatat, total nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp131,21 triliun pada Oktober 2022. Jumlah itu melonjak 33,14% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar Rp98,55 triliun. Nilai transaksi uang elektronik juga melesat 89,94% dibandingkan periode yang sama setahun sebelumnya. Pada Oktober 2021, total nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp69,08 triliun. Secara rinci, nilai transaksi belanja uang elektronik mencapai Rp36,65 triliun. Nilai transaksi transfer antarang uang elektronik sebesar Rp20,65 triliun. Kemudian, nilai transaksi inisial atau ketika pertama kali mengisi uang elektronik tercatat sebesar Rp884 miliar. Nilai transaksi top up uang elektronik mencapai Rp69,13 triliun. Nilai transaksi uang elektronik untuk tarik tunai sebesar Rp2,90 triliun. Lalu, nilai transaksi redeem uang elektronik sebesar Rp1,01 triliun. Lebih lanjut, volume transaksi uang elektronik sebesar 1,22 miliar kali pada Oktober 2022.

Jumlah itu meningkat 13,56% dibandingkan pada September 2022 yang sebesar 1,08 miliar kali. Volume transaksi uang elektronik juga meningkat 62% dibandingkan setahun sebelumnya. Per Oktober 2021, volume transaksi uang elektronik tercatat 753,10 juta kali (bi.go.id, 2022).



Gambar 1.6 E-wallet yang paling sering dipakai di Indonesia
Sumber: goodstat.id

Selain itu, survei yang dilakukan oleh Populix yang dilakukan pada 1000 responden. Terdapat 10 e-wallet yang paling sering digunakan di Indonesia data diatas menunjukkan bahwa Gopay merupakan aplikasi pembayaran digital paling favorit. Dari data di atas pun dapat dilihat bahwa 88% dari responden memilih Gopay, 83% dari responden memilih DANA , 79% dari responden memilih OVO, 76% dari responden memilih Shopee Pay, dan lain-lain (goodstats.id). Berdasarkan penelitian yang terdapat didalam situs bandung.go.id, Bandung meraih peringkat satu dari proses digitalisasi dalam bertransaksi di tingkat pemerintah daerah. Pada semester 1 tahun 2021, Pemkot Bandung meraih peringkat 9 di Jawa Barat. Pada semester pertama 2022, Pemkot Bandung melesat sampai kini menduduki peringkat pertama (Bandung.go.id). Dengan kondisi Gopay yang dibandingkan dengan OVO, DANA, dan Shopee Pay. Gopay memiliki jumlah downloaders yang tidak kalah banyak

dengan kompetitor lainnya. Hal tersebut membuat penulis memilih uang elektronik Gopay sebagai objek penelitian yang menarik untuk diteliti lebih lanjut karena pada saat ini uang elektronik Gopay memiliki perbedaan dari segi fitur dan memiliki lebih banyak pengguna dari parapesaingnya. Dengan kondisi dan kapasitas tersebut Gopay hampir sama dengan pesaing utamanya yaitu OVO (Suheriadi, 2019). Ketatnya persaingan untuk memperebutkan konsumen menjadi tugas untuk penyedia uang elektronik saat ini.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memaksimalkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan untuk mendapatkan loyalitas dari pelanggan. Melihat fenomena ketatnya persaingan ewallet dan Gopay sebagai e-wallet dengan presentase pengguna tertinggi peneliti melakukan pra penelitian dengan menyebarkan kuisioner kepada 30 responden secara acak yaitu masyarakat yang menggunakan Gopay sebagai dompet digital mereka. Berdasarkan penyebaran kuisioner tersebut diperoleh data sebagai berikut.

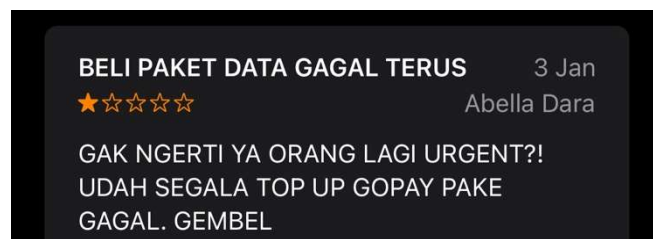
TABEL 1.1
PRA-PENELITIAN KUALITAS PELAYANAN

Pernyataan	Jawaban Responden	
	Setuju	Tidak Setuju
Customer service bersedia membantu kesulitan pelanggan	20 (66,3%)	10 (33,7%)
Customer service segera memenuhi kebutuhan pelanggan	9 (30%)	21 (70%)
Produk dan jasa yang diberikan dapat dipercaya	25 (83,3%)	5 (16,7%)
TOTAL	54 (60%)	36 (40%)

Sumber : Data Olahan Penulis, (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan pada uang elektronik Gopay memiliki persentase setuju sebesar 60% dan

tidak setuju sebesar 40%. Pada pernyataan "Customer service bersedia membantu kesulitan pelanggan" mendapatkan jumlah tidak setuju sebanyak 33,7% dari 10 responden dan setuju sebanyak 66,3% dari 20 responden. Kemudian pernyataan "Customer service segera memenuhi kebutuhan pelanggan" mendapatkan jumlah tidak setuju paling banyak dibandingkan pernyataan lain yaitu sebanyak 70% dari 21 responden dan setuju sebanyak 30% dari 9 responden. Sedangkan pernyataan "Produk dan jasa yang diberikan dapat dipercaya" mendapatkan jumlah tidak setuju sebanyak 16,7% dari 5 responden dan setuju sebanyak 83,3% dari 25 responden. Dari hasil pra-penelitian pada variabel kualitas pelayanan diatas, dapat disimpulkan bahwa 60% responden setuju dengan pernyataan yang diberikan pada pra-penelitian yang diberikan. Namun 1 dari 3 pernyataan mendapatkan respon tidak setuju lebih besar dibandingkan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Gopay masih dikeluhkan. Hasil pra-penelitian diatas juga didukung dengan keluhan pelanggan pada gambar dibawah ini.



Gambar 1.7 Komentar Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Gopay

Sumber: Appstore aplikasi Gopay (2022)

Pada gambar diatas dilihat bahwa pelanggan mengeluhkan terkait kendala yang terjadi saat melakukan top up gopay. Hal ini berdampak terhadap kualitas pelayanan Gopay sehingga dianggap tidak profesional oleh pelanggan.

Menurut Tjiptono dalam Setyaji dan Ngatno (2016), kualitas pelayananberfokus pada upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan sertaketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan pelanggan.Kualitas pelayanan mempengaruhi konsumen terutama kepuasan loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin puas dan loyal konsumen terhadap produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan (Sinurat dkk., 2017).

TABEL 1.2
PRA-PENELITIAN KEPUASAN PELANGGAN

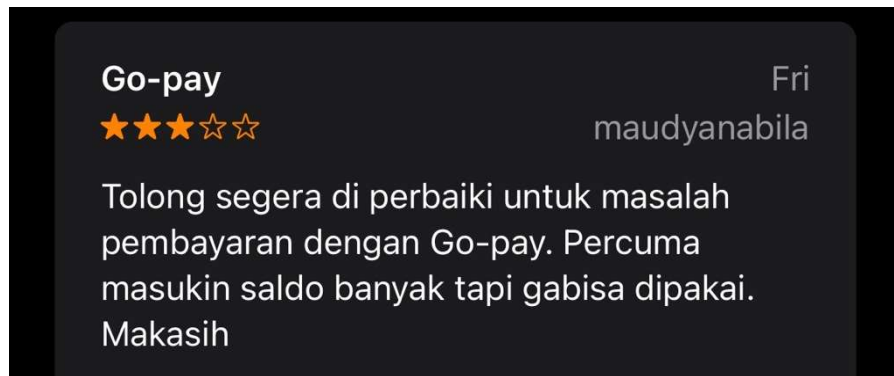
Pernyataan	Jawaban Responden	
	Setuju	Tidak Setuju
Pelayanan sesuai dengan SOP pemenuhan kepuasan pelanggan	24 (80%)	6 (20%)
Aplikasi uang elektronik OVO dapat memudahkan	11 (37%)	19 (63%)
Uang elektronik OVO tidak memungut biaya dalam setiap	13 (43%)	17 (57%)
TOTAL	48 (53,3%)	42 (46,7%)

Sumber : Data Olahan Penulis, (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan pada uang elektronik Gopay memiliki persentase setuju sebesar 46,7% dan tidak setuju sebesar 53,3%. Pada pernyataan "pelayanan sesuai dengan SOP pemenuhan kepuasan pelanggan" mendapatkan jumlah setuju paling banyak dibandingkan pernyataan lain yaitu sebanyak 24 responden atau 80% dan tidak setuju sebanyak 6 responden atau 20%. Kemudian pernyataan "*aplikasi uang elektronik Gopay" dapat memudahkan pelanggan dalam bertransaksi" mendapatkan jumlah setuju sebanyak 11 responden atau 37% dan setuju sebanyak 19 responden atau 63%.

Sedangkan pernyataan "uang elektronik Gopay tidak memungut biaya dalam setiap pembelian" mendapatkan jumlah setuju sebanyak 13 responden atau 43% dan tidak setuju sebanyak 17 responden atau 57%. Dari hasil pra-penelitian pada variabel kualitas pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa 53,3% responden setuju dengan pernyataan yang diberikan pada pra-penelitian kualitas pelayanan. Adapun 2 dari 3 pernyataan mendapatkan respon tidak setuju lebih banyak dibandingkan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa banyak responden yang merasa tidak puas dengan uang elektronik Gopay. Untuk

memperkuat hasil pra-penelitian terkait adanya beberapa responden yang tidak puas dengan uang elektronik Gopay, maka penulis mengambil beberapa keluhan dari pelanggan seperti pada gambar dibawah ini



Gambar 1.8 Komentar Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Gopay

Sumber: Appstore aplikasi Gopay (2022)

Pada gambar di atas dapat dilihat pelanggan memberi bintang 3 terhadap uang elektronik Gopay yang artinya pelanggan tersebut memberikan penilaian yang kurang baik terhadap uang elektronik Gopay. Pelanggan beranggapan bahwa Gopay tidak bisa dipakai walaupun saldo sudah diisi, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak puas dengan uang elektronik Gopay. Menurut Tiptono dalam Setyaji dan Ngatno (2016), menciptakan kepuasan dapat memberikan manfaat yang berlipat ganda, seperti hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan, meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan, menjadi dasar pengulangan pembelian dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Nadhita Wahyu Pramesti (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

TABEL 1.3
PRA-PENELITIAN LOYALITAS PELANGGAN

Pernyataan	Jawaban Responden	
	Setuju	Tidak Setuju
Saya akan terus menggunakan uang elektronik Gopay di masa depan	10 (33%)	20 (77%)
Saya akan merekomendasikan uang elektronik Gopay kepada teman dan keluarga	13 (43%)	17 (57%)
Uang elektronik Gopay adalah pilihan utama dalam pembayaran	8 (27%)	22 (73%)
TOTAL	31 (34%)	59 (66%)

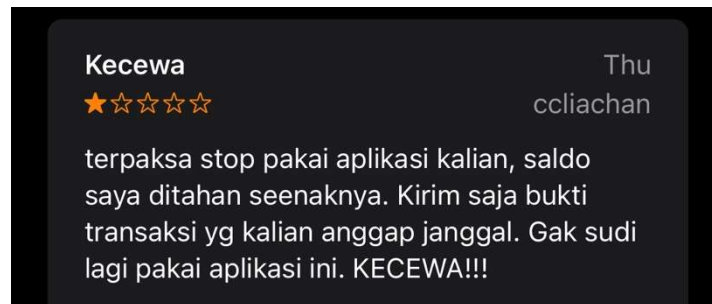
Sumber : Data Olahan Penulis, (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan pada uang elektronik Gopay memiliki persentase setuju sebesar 34% dan tidak setuju sebesar 66%. Pada pernyataan "uang elektronik Gopay adalah pilihan utama dalam pembayaran" mendapatkan jumlah tidak setuju paling banyak dibandingkan pernyataan lain yaitu sebanyak 22 responden atau 73% dan setuju sebanyak 8 responden atau 27%. Kemudian pernyataan "saya akan terus menggunakan uang elektronik Gopay di masa depan" mendapatkan jumlah tidak setuju sebanyak 20 responden atau 67% dan setuju sebanyak 10 responden atau 33%. Selanjutnya pernyataan "saya akan merekomendasikan uang elektronik Gopay kepada teman dan keluarga" mendapatkan jumlah tidak setuju sebanyak 17 responden atau 57% dan setuju sebanyak 13 responden atau 43%.

Dari hasil pra-penelitian pada variabel loyalitas pelanggan di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan mendapatkan respon tidak setuju lebih banyak dibandingkan setuju. Selain itu secara keseluruhan responden tidak setuju lebih banyak dibandingkan responden yang setuju dengan pernyataan terkait loyalitas pelanggan

Gopay. Hal ini berarti jumlah responden yang tidak loyal dengan uang elektronik Gopay lebih besar dibandingkan responden yang loyal dengan uang elektronik Gopay.

Adapun hasil pra-penelitian ini diperkuat oleh keluhan konsumen pada gambar di bawah ini.



Gambar 1.9 Komentar Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gopay
Sumber: Appstore aplikasi Gopay (2022)

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa pelanggan sangat merasa kecewa dengan uang elektronik Gopay sehingga dia memberikan keluhan yang secara tajam. Pelanggan juga mengatakan bahwa merasa tidak sudi untuk menggunakan uang elektronik Gopay lagi. Menurut Griffin dalam Setyaji dan Ngatno (2016) Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang mereka sukai secara konsisten dan jangka panjang, tanpa dipengaruhi oleh situasi produk lain dan usaha pemasaran yang berusaha membujuk mereka untuk membeli produk lain. . Tentunya salah satu cara agar pelanggan tetap loyal adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, dan diharapkan hal ini dapat mendorong konsumen untuk kembali melakukan transaksi (Wono, dkk., 2020). Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rofiah dan Wahyuni (2017), Martin dan Hamali (2016), Sinurat dkk., (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Didasari oleh fenomena dan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, penulis ingin meneliti lebih dalam mengenai bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dilakukan agar dapat menjaga loyalitas pelanggan uang elektronik Gopay. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumenn Gopay (studi kasus pada pengguna Gopay di Kota Bandung)"