

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Gambaran Umum**

#### **1.1.1 Sejarah E-wallet Dana**

Dana adalah layanan dompet digital yang diselenggarakan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe, perusahaan rintisan Indonesia yang bergerak di bidang teknologi finansial yang menyediakan infrastruktur pembayaran yang memungkinkan masyarakat Indonesia melakukan pembayaran dan transaksi secara nontunai dan nonkartu. Dana dibangun dan dikembangkan di Indonesia dengan didukung oleh tenaga kreatif dan programmer Indonesia. Aplikasi Dana tersedia untuk iOS dan Android, serta terintegrasi dengan berbagai merchant dan aplikasi online ternama sebagai solusi pembayaran digital, baik secara online maupun offline (Fintech Indonesia, 2023).

Dana berdiri tahun 2017 oleh Vincent Henry Iswaratioso dan Dana merupakan salah satu startup yang menyediakan platform e-money bagi orang Indonesia untuk melakukan pembayaran digital dan pembayaran non tunai atau non kartu. Dana disebut sebagai perusahaan teknologi yang telah mengembangkan sektor keuangan. Dana mengusung konsep sumber terbuka (open platform payment) yaitu Dana bisa diintegrasikan dan dipakai dalam berbagai platform, baik eksternal maupun onlinte tetapi masih terintegrasi satu sama lain. Konsep open-source tersebut, tidak hanya memungkinkan pengguna dompet digital Dana untuk berintegrasi dengan berbagai bentuk perangkat pembayaran, seperti kartu debit, kredit, dan voucher, akan tetapi memungkinkan juga untuk dipakai pada berbagai kebutuhan lainnya termasuk pendidikan, layanan sosial, layanan publik, dan pedagang. Karena konsep open-source ini, Dana mempunyai tujuan utama bahwa di Indonesia harus memiliki teknologi digital dan infrastruktur pembayaran yang dapat membawa banyak perubahan, termasuk pada sektor keuangan.

Dana telah mendapat izin untuk beroperasi sebagai perusahaan *fintech* di seluruh Indonesia pada 5 Desember 2018. Melalui Dana, pengguna memungkinkan melakukan transaksi mulai dari pembayaran tagihan, top up

game online, kredit atau Dana Paylater transaksi menggunakan *barcode scan*, hingga *e-commerce*. Dana merupakan platform resmi pembayaran digital yang diawasi langsung oleh BI (Bank Indonesia), yang mengusung *open platform* dan dapat digunakan di berbagai aplikasi, gerai daring maupun konvensional. Sejak meluncurkan produk pada 11 November 2018 hingga akhir Juni 2019, Dana sudah memiliki 20 juta pengguna, dan mencapai transaksi 1,5 juta per hari. Dana memiliki lebih dari 800 karyawan. Sebagai perusahaan teknologi finansial, Dana didukung oleh teknologi seperti "Dana Protection", memiliki Sertifikasi ISO 27001 dan Sertifikat PCI-DSS (*Payment Card Industry Data Security Standard*), hingga menerapkan prinsip kebijakan *zero-data sharing* yang berkaitan dengan *Personal Identifiable Information* (IDX Channel.com, 2022).

### 1.1.2 Logo Perusahaan

Dana memiliki logo perusahaan sebagai berikut :



**Gambar 1.1 Logo fintech Dana**  
(sumber : <https://www.dana.id/>, diakses Oktober 2023)

Dalam logo Dana ini terdapat simbol warna putih yang diartikan sebagai bentuk "uang" didalam sebuah lingkaran berwarna biru. warna biru sendiri melambangkan tentang aplikasi itu sendiri yaitu, elegan, canggih, dan dapat mewakili keunggulan.

### 1.1.3 Visi Misi Perusahaan

#### a. Visi

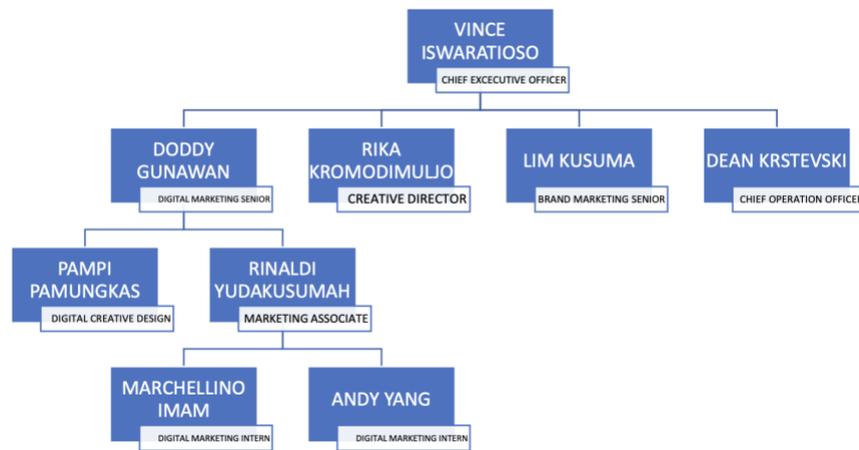
Visi Dana adalah menjembatani masyarakat Indonesia menuju generasi nontunai dengan tingkat literasi dan inklusi keuangan yang lebih baik.

**b. Misi**

Dana menghubungkan seluruh elemen dalam ekosistem ekonomi digital, mulai dari pemerintah, mitra, hingga pengguna, untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia.

**1.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan**

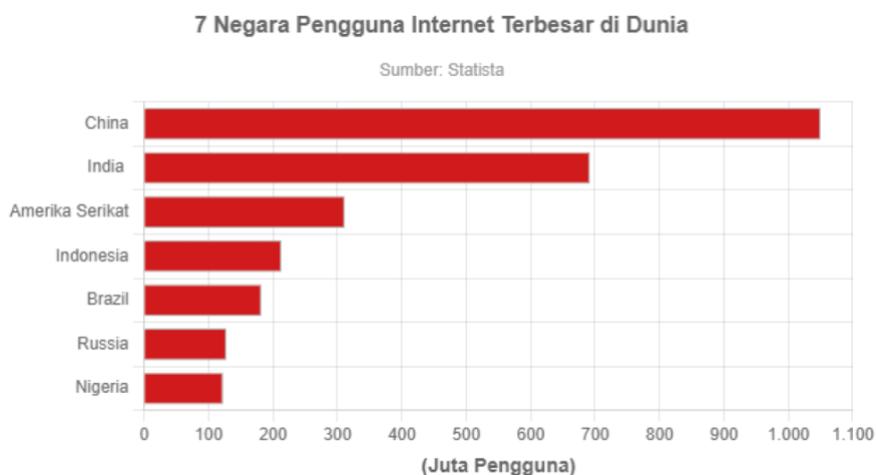
Dana dipimpin oleh seorang Chief Executive Officer yang membawahi empat jabatan senior, yaitu Digital Marketing Senior, Creative Director, Brand Marketing Senior, dan Chief Operation Officer. Berikut adalah struktur organisasi pada perusahaan E-wallet Dana:



**Gambar 1.2 Struktur Organisasi E-wallet Dana**  
(sumber : <https://www.dana.id/>, diakses Oktober 2023)

## 1.2 Latar Belakang

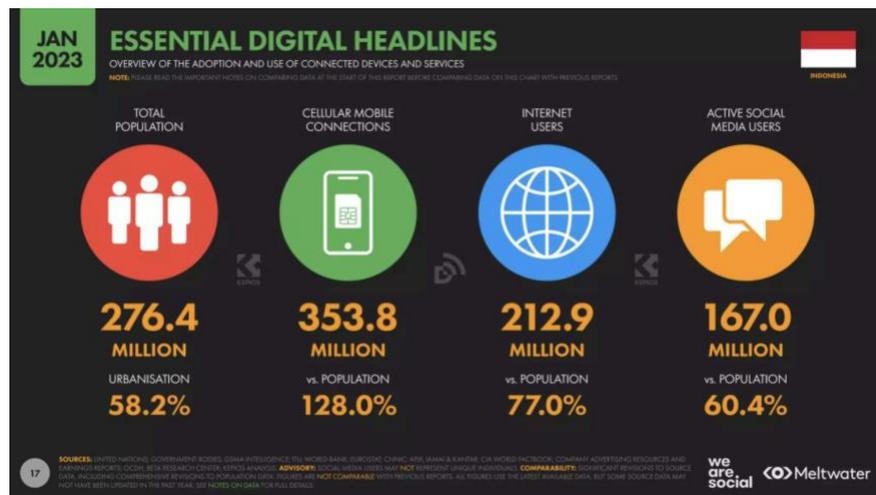
Perkembangan pada era digitalisasi ini dipengaruhi oleh pesatnya kemajuan teknologi, perkembangan teknologi pada revolusi industri 4.0 tidak luput dari peranan internet yang semakin maju, dengan adanya kemajuan internet ini akan memberikan berbagai dampak pada kehidupan masyarakat (Latifah, Kadi, & Sari, 2022). Penggunaan internet semakin meningkat dari tahun ke tahun karena kebutuhan masyarakat akan penggunaan internet juga semakin meningkat (Widodo et al., 2017). Kemajuan internet yang berbanding lurus dengan perkembangan teknologi terbukti banyak membantu peningkatan pemenuhan kebutuhan masyarakat akan barang dan jasa dalam berbagai aspek kehidupan, pemanfaatan perkembangan teknologi dinilai sudah efektif dan efisien bagi masyarakat (Sari & Anggraini, 2022). Pesatnya penggunaan teknologi pada penduduk di Indonesia tentunya mendapat respon positif, hal ini sesuai dengan data yang menunjukkan bahwa pada 2023 Indonesia berada pada urutan ke-4 sebagai negara pengguna internet terbesar di dunia (Goodstats.id, 2023).



**Gambar 1.3 Data Pengguna Internet Terbesar di Dunia**  
(Sumber : <https://data.goodstats.id/statistic>, diakses September 2023)

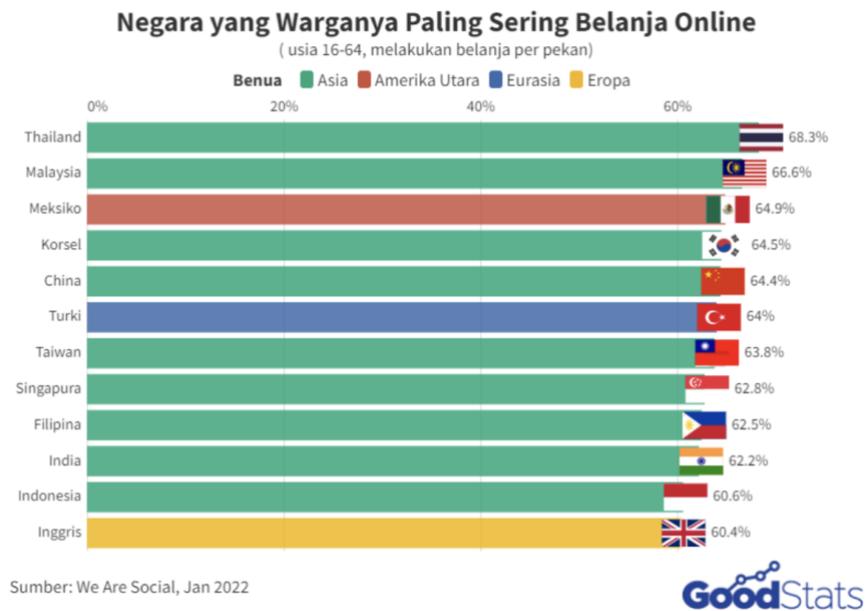
Pada gambar 1.3 negara dengan pengguna internet terbesar menurut survey yang dilakukan oleh Statista tahun 2023 menunjukkan bahwa Indonesia berada pada urutan keempat sebagai negara penggunaan internet terbesar dengan jumlah pengguna internet mencapai 212,9 juta jiwa. Hal ini membuktikan bahwa teknologi sudah menguasai sebagian besar penduduk di Indonesia.

Berdasarkan data dari Hootsuite (We Are Social) yang melakukan *research* menghasilkan data seperti pada gambar 1.4 yang menyatakan bahwa pada Januari 2023 tercatat total populasi di Indonesia mencapai 276,4 juta jiwa (Riyanto, 2023). Indonesia berada di urutan keempat negara pengguna internet terbesar di dunia, dengan jumlah pengguna sebesar 212,9 juta dan jumlah penduduk Indonesia di tahun 2023 adalah sebesar 276,4 juta jiwa, yang berarti 77% penduduk Indonesia telah menggunakan internet (Yonatan, 2023).



**Gambar 1.4 Pengguna Internet di Indonesia**  
 (Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023>, diakses September 2023)

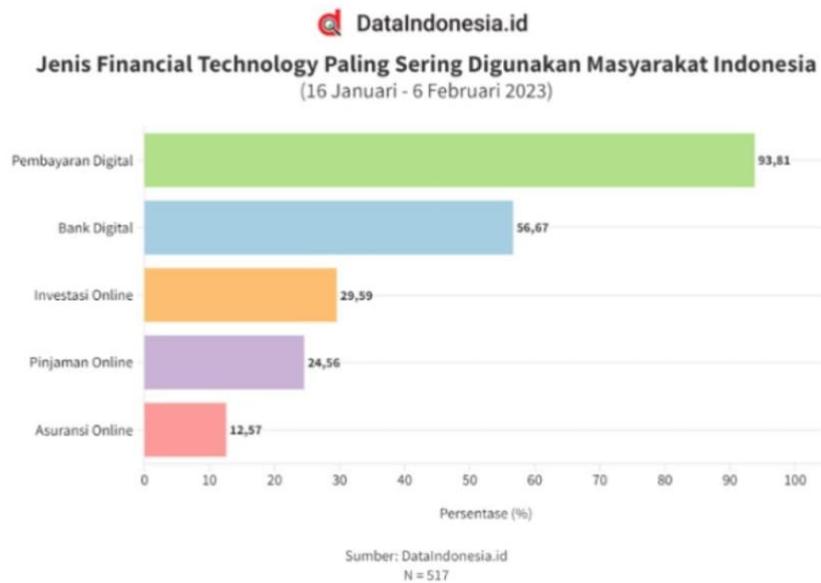
Di era industri 4.0 saat ini, aktivitas pemasaran tidak lagi lamban, tuntutan konsumen menuntut pelaku industri untuk menentukan strategi pemasarannya secara efektif dan efisien, sehingga teknologi perlu berperan dalam mencapai tujuan tersebut. Penggunaan teknologi dalam memudahkan kegiatan masyarakat sangat penting bagi pelaku industri untuk tetap kompetitif di pasar, salah satu teknologi yang penting adalah internet (Delfiantrisno & Sroyer, 2020). Tingginya pengguna internet di Indonesia serta adanya data pada gambar 1.6 yang menunjukkan bahwa Indonesia termasuk dalam urutan ke-11 sebagai negara dengan intensitas belanja online tertinggi menjadikan kesempatan yang baik bagi para pelaku industri di bidang *financial technology* untuk mengembangkan bisnisnya (Goodstats.id, 2022).



**Gambar 1.5 Negara dengan intensitas belanja online tertinggi**  
(Sumber : <https://www.researchgate.net/>, diakses September 2023)

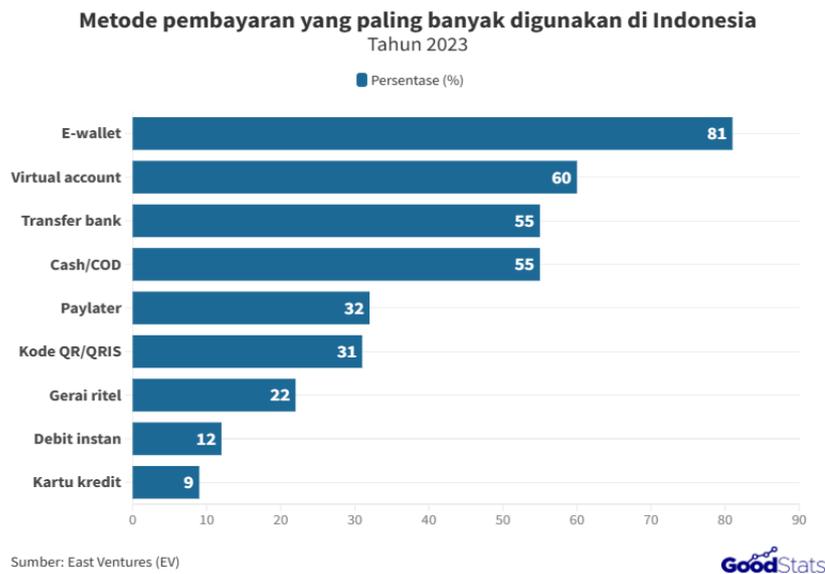
Pada saat ini kehadiran *financial technology* sebagai bagian dari revolusi industri 4.0 telah membuka peluang baru dalam perdagangan dan menjembatani kepentingan produsen, konsumen, dan pasar tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu (Taufikurahman & Firdaus, 2020). Perkembangan *financial technology* telah mengubah kebutuhan masyarakat akan alat pembayaran yang dapat menjamin kecepatan, keakuratan, dan keamanan dalam setiap transaksi elektronik (Meidawati, Yunitasari, & Puspita, 2022). Perkembangan *financial technology* (fintech) melahirkan berbagai inovasi layanan, salah satunya dompet digital, melalui produk tersebut, pengguna dapat menghemat uang dan bertransaksi secara elektronik (Viliana & Hutauruk, 2023). Pembayaran secara non-tunai sudah banyak digunakan masyarakat sebagai alternatif pembayaran secara tunai, pembayaran non tunai sudah menjadi tren baik di perkotaan maupun di pedesaan (Rohmah & Tristiarini, 2021). Menurut Shabrina & Dwijayanti (2021) penggunaan metode pembayaran dapat mempermudah suatu transaksi. Saat ini di banyak pelaku bisnis di bidang *financial technology*

yang sudah mulai mengembangkan bisnisnya, dan memperluas pangsa pasarnya di Indonesia.



**Gambar 1.6 Jenis Financial Technology di Indonesia**  
(sumber : [SurveiDataIndonesia.id](https://www.dataindonesia.id), diakses Oktober 2023)

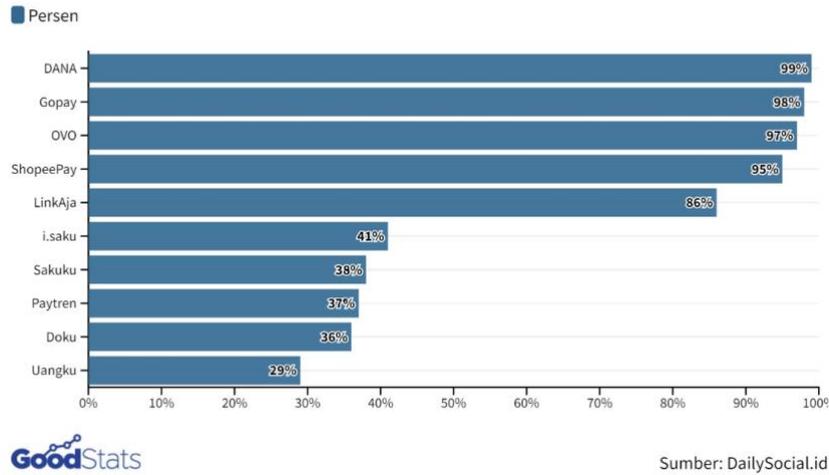
Pada hasil survey yang dilakukan oleh DataIndonesia.id menyatakan bahwa *financial technology* yang paling banyak diminati yaitu mengenai pembayaran digital. Di Indonesia, terdapat berbagai macam penyedia layanan pembayaran digital, mulai dari lembaga bank dan nonbank, perusahaan besar, start-up, perusahaan hingga pemerintah juga mengambil bagian dalam industri *financial technology* ini (Saputri & Pratama, 2021). Menurut data yang bersumber dari laporan East Ventures (EV) dengan tema *Digital Competitiveness Index 2023: Equitable Digital Nation*, (2023), *e-wallet* menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia dengan persentase sebesar 81% di tahun 2023.



**Gambar 1.7 Metode pembayaran paling banyak di Indonesia**  
(sumber : <https://bankjombang.co.id/e-wallet>, diakses September 2023)

Pada gambar 1.8 hasil survey yang dilakukan oleh goodstats.id menyatakan bahwa e-wallet memiliki pengguna yang paling banyak daripada cara pembayaran digital lainnya hal tersebut didukung oleh survey Ipsos menemukan hasil serupa yaitu saat belanja online, masyarakat lebih banyak menggunakan dompet digital dibanding rekening bank, Riset terbaru yang dilakukan InsightAsia bertajuk '*Consistency That Leads: 2023 E-Wallet Industry Outlook*' juga menunjukkan dompet digital semakin menjadi metode pembayaran paling yang dipilih masyarakat, dibanding pembayaran tunai dan transfer bank. Hasil riset menunjukkan 74% responden aktif menggunakan dompet digital untuk berbagai macam transaksi keuangan mereka. (Bank Indonesia, 2023). Tingginya pengguna produk *financial technology* di Indonesia tentunya sangat memacu pelaku bisnid pada industri fintech semakin genjar untuk memasarkan produknya, dengan bersaing untuk menjadi *market leader* dalam industri *financial technology*. Faktor penerimaan e-wallet pelayanan di Indonesia dipengaruhi oleh faktor kepercayaan, gaya hidup penggunanya, pengaruh lingkungan dan kebiasaan sekitar (Saputri & Pratama, 2021).

**10 Startup Digital Payment Paling Banyak Diketahui Masyarakat Indonesia**  
Q1 Tahun 2022



**Gambar 1.8 Digital Payment di Indonesia**  
(Sumber : <https://goodstats.id/>, diakses Oktober 2023)

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh DailySocial.id, Dana berhasil memperoleh peringkat pertama *startup financial technology* yang paling banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia dengan persentase sebesar 99%. Hal ini membuktikan bahwa Dana memiliki kesan tersendiri di benak para responden dan menyadari kehadiran dari *startup* bidang *financial technology* di Indonesia ini. Menjadi pelaku bisnis di bidang *financial technology* di yang paling banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia tentunya sebuah keuntungan untuk Dana karena *brand awareness* Dana sudah melekat di benak konsumen yang menjadikan Dana sudah terkenal di pasar, dengan begitu Dana akan mudah mengalahkan kompetitornya. Namun, berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Ipsos tahun 2021 pada gambar 1.10 mengemukakan hasil yang sebaliknya.



**Gambar 1.9 Market Share E-wallet di Indonesia**  
(Sumber : <https://www.ipsos.com/>, diakses Oktober 2023)

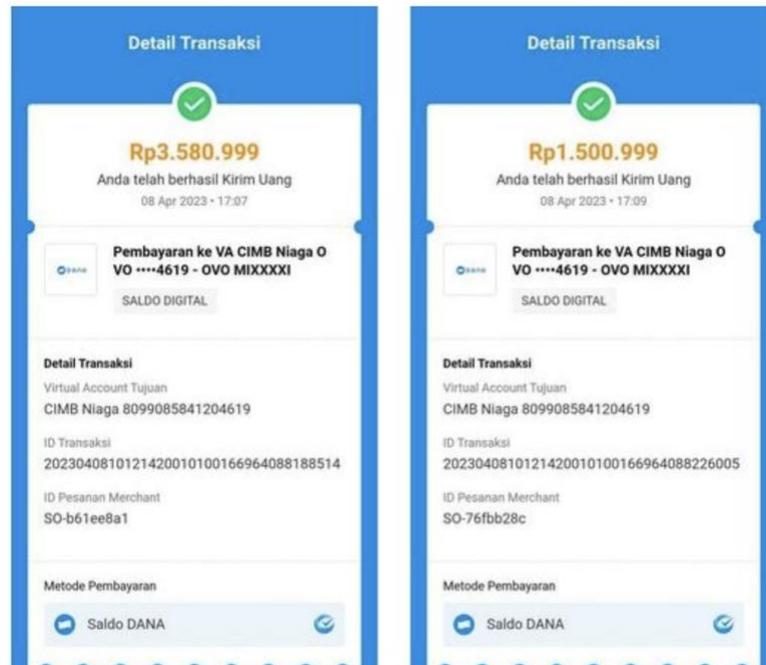
Berdasarkan hasil survey yang tercatat pada Ipsos menyatakan bahwa e-wallet Dana memiliki pengguna yang relatif rendah hal tersebut dibuktikan dengan penggunaan secara berkelanjutan pada e-wallet Dana yang mendapatkan market share sebanyak 11% sangat jauh dikadibandingkan dengan e-wallet yang lebih unggul yaitu Gopay dengan persentase market share sebanyak 53% hal ini dikarenakan Dana merupakan perusahaan yang berdiri sendiri tidak seperti Gopay yang dinaungi oleh gojek dan Ovo yang dinaungi oleh Grab. Menurut Hayes (2022) perusahaan dengan market Share terbesar di suatu industri dapat dikatakan sebagai pemimpin pasar atau *market leader*. Dengan demikian berdasarkan survey diatas dapat dilihat bahwa Dana memiliki pangsa pasar yang cukup rendah dibandingkan kompetitor. Hal yang menjadi tantangan perusahaan saat ini adalah bagaimana mempertahankan pelanggan yang menguntungkan bagi perusahaan daripada bagaimana mendapatkan pelanggan baru yang belum tentu memberi keuntungan, mempertahankan semua pelanggan yang ada akan lebih menguntungkan dibandingkan dengan mendapatkan pelanggan baru karena biaya untuk menarik pelanggan baru bisa lima kali lipat dari biaya mempertahankan seorang pelanggan yang sudah ada (Lupiyoadi, 2013).



**Gambar 1.10 Perbandingan Kualitas E-wallet**  
(Sumber: <https://www.ipsos.com/>, diakses desember 2023)

Pada survey yang dilakukan oleh Ipsos dapat dilihat bahwa e-wallet Dana memiliki persentase yang relatif lebih rendah diandingkan Gopay dan OVO dalam aspek praktis, e-wallet dana dinilai tidak cukup praktis seperti kompetitornya Gopay dengan nilai kepraktisan sebesar 77% dan disusul oleh OVO sebesar 59%, Penelitian yang dilakukan oleh Martinez & Casielles

(2017) menyatakan bahwa *pragmatic experience* dapat berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta penelitian yang dilakukan oleh Sharma (2022) menyatakan bahwa *pragmatic experience* ini berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berkelanjutan dalam penggunaan *e-wallet*. Lalu aspek kemudahan penggunaan e-wallet Dana dinilai tidak cukup mudah untuk digunakan dapat dilihat bahwa nilai kemudahan yang didapatkan oleh e-wallet Dana sebesar 39% dimana kompetitornya memiliki persentase yang cukup signifikan dalam aspek kemudahan, Gopay dengan sebesar 77% dan OVO sebesar 57%. Penelitian yang dilakukan oleh Lim et.al, (2023) menghasilkan bahwa *ease of use experience* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta penelitian yang dilakukan oleh (Jo, 2022) mengemukakan bahwa *ease of use experience* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat penggunaan berkelanjutan. Lalu aspek keamanan e-wallet Dana mendapatkan persentase sebesar 41% sedangkan kompetitornya Gopay mendapatkan 76% dan OVO mendapatkan nilai 60% hal tersebut menandakan bahwa sistem keamanan pada e-wallet Dana masih rendah dibandingkan kompetitornya hal tersebut di dukung oleh peristiwa pelanggan Dana yang kehilangan saldo nya seperti dijelaskan pada gambar 1.12 dan 1.13 terdapat pelanggan e-wallet Dana membagikan pengalamannya selama menggunakan e-wallet Dana.



**Gambar 1.11 Pengalaman Pelanggan Dana**  
 (Sumber : [infobanknews.com/](http://infobanknews.com/), diakses Oktober 2023)

Berdasarkan data yang terdapat pada berita yang berada pada website [infobanknews.com](http://infobanknews.com) menjelaskan bahwa terdapat pengguna Dana yang diretas akun sehingga kehilangan saldo yang terdapat pada Dana premium nya. Pada berita tersebut disampaikan bahwa total kerugian yang dialami korban senilai Rp5.108.774 untuk 3 transaksi pada tanggal 8 April 2023. Keamanan sistem informasi dapat diartikan sebagai kebijakan, prosedur, dan pengukuran teknis yang digunakan untuk mencegah akses yang tidak sah, perubahan program, pencurian, dan kerusakan fisik terhadap sistem informasi (Suryadarma & Budyastuti, 2019). Dengan hal ini dapat dilihat bahwa sistem keamanan pada Dana masih cukup mengkhawatirkan bagi para pengguna, hal ini tentunya menimbulkan kerugian materil bagi para pengguna sekaligus menimbulkan kerugian emosional kepada Dana. Peristiwa serupa di tayangkan oleh [detiknews.com](http://detiknews.com) seperti pada gambar 1.13 yang menginformasikan bahwa saldo pengguna Dana raib dicuri oleh *hacker*.

## SURAT PENGADUAN PENGGUNA

Kepada Yth.

**PT Espay Debit Indonesia Koe**  
Capital Place Office Tower, Lt 18  
Jalan Jendral Gatot Subroto, Kav  
18 Jakarta Selatan

Pada hari ini **Senin**, tanggal **31** bulan **Juli** tahun **2023**, saya yang bertandatangan di bawah ini:

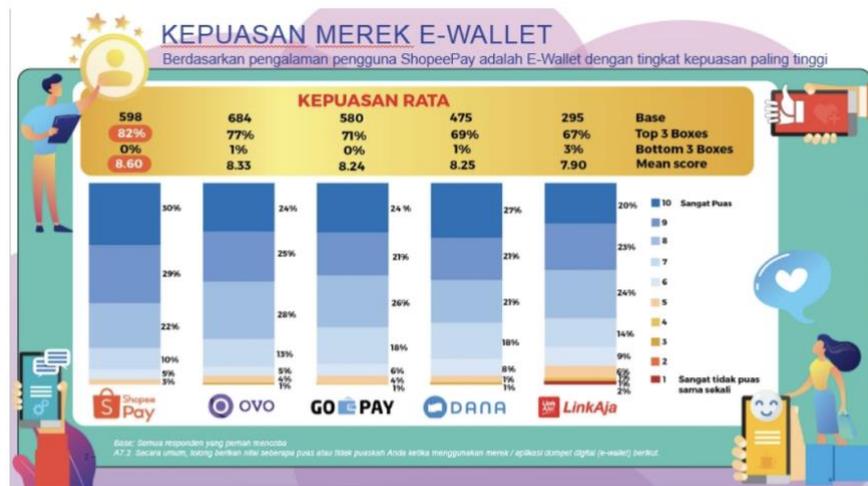
Nama Lengkap	:	Aries Munajat
Jenis Kelamin	:	Laki - Laki
Tempat & Tanggal Lahir	:	Tasikmalaya : ██████████
Nomor Ponsel	:	62-8231512 ██████████
Alamat	:	Tasikmalaya tasikmalaya ██████████
Nomor KTP/tanda pengenal pendukung	:	██████████
ID Akun DANA (Jika ada)	:	216610000221967: ██████████
Kronologi dan Nominal Kerugian	:	Tadi pagi saya kirim ke bca sebesar 290 rb . Pas siang saya buka aplikasi saya kaget saldo saya 0 dan di transaksi ada laporan keluar itu Nominal : Rp. 334.340

**Gambar 1.12 Pengalaman Pelanggan Dana**  
(sumber : <https://news.detik.com/>, diakses Oktober 2023)

Pada gambar 1.13 dapat dilihat bahwa ada kasus yang dialami oleh seorang pelanggan Dana yang kehilangan saldo dana nya akibat diretas oleh pihak yang tidak bertanggung jawab, dalam kejadian tersebut korban kehilangan nominal sebesar Rp 334.340 terlihat bahwa korban sudah melaporkan insiden ini kepada pihak Dana untuk adanya tindakan lebih lanjut.

Pengalaman kurang menyenangkan yang dirasakan oleh para pengguna tersebut terkait saldo yang tiba-tiba saja menghilang dan pihak Dana pun tidak bertanggung jawab atas kerugian yang dialami oleh pengguna hal tersebut tentunya membuat para pengguna dan calon pengguna kecewa akan adanya kejadian tersebut dan kekecewaan yang dirasakan para pengguna Dana tersebut mempengaruhi rasa kepuasan pelanggan. *Customer Experience* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, niat berperilaku positif, pertumbuhan, dan keberlanjutan (Amoah, Radder, & Eyk, 2016). Pada penelitian yang dilakukan oleh (Sharma, 2022) menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan kembali pada e-wallet. Penelitian serupa dilakukan oleh (Wijaya, Raib, & Hariguna, 2019) menunjukkan bahwa terhadap hubungan yang positif antara *customer*

*experience* terhadap kepuasan pelanggan. *Customer Experience* dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, niat berperilaku positif, pertumbuhan, dan keberlanjutan (Amoah, Radder, & Eyk, 2016). Pada penelitian yang dilakukan oleh (Sharma, 2022) menunjukkan bahwa *customer experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan kembali pada e-wallet. Penelitian serupa dilakukan oleh (Wijaya, Raib, & Hariguna, 2019) menunjukkan bahwa terhadap hubungan yang positif antara *customer experience* terhadap kepuasan pelanggan



(dok. Ipsos in Indonesia) via [www.ipsos.com](http://www.ipsos.com)

**Gambar 1.13 Data Kepuasan pengguna E-wallet**  
(Sumber : <https://www.ipsos.com>, diakses desember 2023)

Pada hasil penelitian yang dilakukan oleh [Ipsos.com](http://www.ipsos.com) diatas dapat dilihat bahwa kepuasan pelanggan terhadap e-wallet Dana ialah sebesar 69% yang angkat tersebut terpaut cukup jauh dari kompetitor unggulnya yaitu ShopeePay dengan persentase kepuasan pelanggan sebesar 82%. Kepuasan pelanggan salah satu aspek penting dalam mendukung minat penggunaan kembali e-wallet, pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Ariffin, Abd Rahman, Muhammad, & Zhang, 2021) yang membuktikan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat pelanggan dalam penggunaan kembali e-wallet. Kepuasan pengguna dapat dianggap sebagai parameter paling penting dalam menentukan niat pengguna berkelanjutan dalam penggunaan sistem teknologi tertentu (Foroughi, Iranmanesh , & Hyun , 2019). Pada penelitian yang dilakukan oleh

(Singh, Srivastava, & Sinha, 2017) menunjukkan hubungan antara kepuasan dan tingkat penggunaan dompet seluler, yang menemukan peningkatan tingkat penggunaan ketika konsumen menunjukkan tingkat kepuasan yang signifikan. Kepuasan pelanggan yang rendah 69% sangat mungkin dipengaruhi oleh kekhawatiran yang timbul karena pengalaman yang pernah dirasakan pengguna dapat dilihat sebagai contoh keluhan pengguna atas hilangnya saldo mereka di e-wallet Dana seperti pada Gambar 1.13 kepuasan pelanggan yang rendah diduga akan menurunkan minat menggunakan kembali terhadap e-wallet Dana. Berdasarkan permasalahan yang sudah disampaikan maka penulis tertarik untuk meneliti sejauh mana *customer experience* yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan dapat berpengaruh terhadap minat penggunaan kembali e-wallet Dana. Dalam layanan yang dipadukan dengan produk fisik seperti layanan IT, kepuasan pelanggan terhadap layanan tatap muka atau otomatis sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Dalam bisnis digital, kepuasan pelanggan disebut e-satisfaction (Puranda et al., 2022). Makadari itu dengan adanya penelitian ini peneliti dapat mengetahui secara jelas mengenai **"Pengaruh *Customer Experience* Terhadap Minat Penggunaan Berkelanjutan *E-Wallet* Dana Di Mediasi oleh Kepuasan Pelanggan"**.

### 1.3 Perumusan Masalah

Dana merupakan salah satu perusahaan yang berhasil memperkenalkan bisnis nya kepada masyarakat Indonesia. Hal ini tentunya pencapaian tersendiri untuk Dana menjadi merek yang paling banyak diketahui oleh pangsa pasar merupakan suatu hal yang baik karena dengan begitu akan semakin mudah untuk memasarkan bisnisnya yang bergerak di bidang *financial technology*.

Kendati demikian hal tersebut justru tidak berjalan sebagaimana yang seharusnya pasalnya banyak orang yang mengetahui dan menyadari keberadaan e-wallet Dana namun pengguna yang menggunakan e-wallet Dana secara berkelanjutan cenderung lebih rendah dibandingkan kompetitornya. Adanya data yang menyebutkan bahwa aspek praktis, kemudahan, dan keamanan pada e-wallet Dana memiliki persentase yang rendah, serta adanya pengalaman kurang menyenangkan yang dirasakan oleh para pengguna tersebut terkait saldo

yang tiba-tiba saja menghilang hal tersebut tentunya membuat para pengguna kecewa akan adanya kejadian tersebut dan kekecewaan yang dirasakan para pengguna Dana tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap e-wallet Dana, hal tersebut didukung oleh data kepuasan pelanggan terhadap e-wallet dan mendapati Dana masih kalah bersaing dalam hal memenuhi kepuasan dari para pelanggannya. Banyak masyarakat yang sudah menggunakan pembayaran non tunai sebagai alternatif pembayaran tunai yang sudah menjadi tren di perkotaan maupun pedesaan (Rohmah & Trisriarini, 2021). Selain itu, konsumen e-commerce dapat membandingkan harga dan informasi mengenai suatu produk atau layanan dengan mudah (Indrawati et al., 2022). Di Indonesia sendiri, berbagai penyedia layanan pembayaran digital mulai dari lembaga perbankan dan non-perbankan hingga perusahaan besar, perusahaan rintisan, hingga perusahaan hingga pemerintah turut serta dalam industri teknologi finansial (Saputri & Pratama, 2021). Sehingga pada penelitian ini variabel yang akan digunakan yaitu *Customer Experience* sebagai variabel independen dengan dimensi penelitian (*Pragmatic Experience, Ease of Use Experience, Emotional Experience*) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi maka berdasarkan variabel-variabel tersebut akan diketahui seberapa besar pengaruhnya terhadap minat penggunaan kembali pada e-wallet Dana.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah penelitian diatas, maka terdapat pertanyaan penelitian yang sudah dikaji penulis sebagai berikut :

1. Seberapa besar tinggi tingkat penilaian responden tentang *pragmatic experience, ease of use experience, emotional experience*, kepuasan pelanggan, dan minat penggunaan berkelanjutan pada *e-wallet* Dana?
2. Seberapa besar pengaruh *pragmatic, ease of use, emotional experience* terhadap kepuasan pelanggan?
3. Seberapa besar pengaruh langsung maupun tidak langsung *pragmatic, ease of use, emotional experience* terhadap minat penggunaan berkelanjutan pada *e-wallet* Dana?
4. Seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat penggunaan berkelanjutan pada *e-wallet* Dana?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan pertanyaan penelitian yang sudah dilampirkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengevaluasi tinggi rendahnya tingkat penilaian responden terhadap variabel dimensi *pragmatic experience*, *ease of use experience*, *emotional experience*, Kepuasan pelanggan dan Minat Penggunaan kembali pada *e-wallet* Dana.
2. Untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh *pragmatic*, *ease of use*, *emotional experience* terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh langsung maupun tidak langsung *pragmatic*, *ease of use*, *emotional experience* terhadap minat penggunaan berkelanjutan pada *e-wallet* Dana.
4. Untuk mengevaluasi seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat penggunaan berkelanjutan pada *e-wallet* Dana.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah, dan tujuan penelitian yang sudah penulis paparkan maka diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat, seperti:

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini akan membantu penulis untuk meningkatkan pemahaman ilmiah bidang strategi pemasaran dalam sistem kerja nyata, terutama di bidang *customer experience*, kepuasan pelanggan dan minat penggunaan berkelanjutan. Selain itu, penulis berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber masukan bagi perusahaan khususnya dalam pengembangan *customer experience*, kepuasan pelanggan dan minat penggunaan berkelanjutan, agar tercipta keputusan penggunaan pelanggan yang lebih baik.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan tesis ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut.

### **BAB I. PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan serta sistematika penulisan.

### **BAB II. TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu, dan kerangka penelitian teoritis.

### **BAB III. METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menguraikan jenis penelitian dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

### **BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Iconnet Bandung.

### **BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menguraikan simpulan dari hasil penelitian dan saran serta masukan yang dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan.

