

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

DANA adalah aplikasi dompet digital populer di Indonesia yang dirancang untuk memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi keuangan secara cepat, aman, dan praktis. Diluncurkan pada 2018, Aplikasi e-wallet ini diselenggarakan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe sebagai dompet digital yang memungkinkan pembayaran non-tunai dan non kartu secara digital (Yesidora, 2022), sebuah startup Indonesia yang bergerak sebagai penyedia infrastruktur pembayaran di sektor financial technology. Untuk Visi kami adalah menjembatani masyarakat Indonesia menuju generasi nontunai dengan tingkat literasi dan inklusi keuangan yang lebih baik, Untuk Misi kami menghubungkan seluruh elemen dalam ekosistem ekonomi digital, mulai dari pemerintah, mitra, hingga pengguna, untuk meningkatkan literasi dan inklusi keuangan di Indonesia. Dana memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi tanpa menggunakan uang tunai, seperti pembayaran tagihan, pembelian pulsa, transfer antar pengguna, hingga pembayaran di berbagai merchant melalui kode QR atau aplikasi. Keunggulan lainnya adalah fitur *Simpan Kartu Bank*, yang memudahkan pengguna menghubungkan kartu bank ke akun DANA untuk top-up dan pembayaran tanpa perlu berpindah platform. Gambar 1.1. memperlihatkan logo dari Aplikasi DANA seperti berikut:



**Gambar 1.1 Logo Dana**

Sumber: Dana Indonesia

DANA merupakan sebuah aplikasi dompet digital di Indonesia yang dirancang untuk menjamin kecepatan dan keamanan dalam segala transaksi digital, tanpa menggunakan kartu fisik. Kemunculan pembayaran online yang semakin populer di kalangan generasi milenial dapat berpotensi mempengaruhi inflasi barang-barang yang harga-harganya terus naik atau turunnya nilai mata uang (Nurwanti et al., 2023). DANA memastikan keamanan pengguna dengan menyediakan jaminan keamanan data baik di pusat data maupun pemulihan data yang semuanya berada di Indonesia. Aplikasi ini telah diakui secara resmi sebagai lembaga keuangan berbasis teknologi informasi sesuai dengan regulasi dan standar keamanan Bank Indonesia (Tyas & Azizah, 2022).

Dana didirikan di Indonesia dan didukung oleh program Indonesia dengan investor kelas dunia yaitu PT Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) sebagai pemegang saham mayoritas dan Ant Financial (Wahyuningsih & Nirawati, 2022). Dana menempati posisi 10 teratas sebagai alat pembayaran online di Indonesia. Dana adalah platform e-wallet yang diluncurkan oleh Vincent Iswara pada 21 Maret 2018, mengusung konsep open platform. Peluncuran aplikasi Dana merupakan komitmen untuk mendukung target pemerintah mencapai inklusi keuangan 75% pada tahun 2019 dan menjadikan Indonesia salah satu dari 10 negara dengan perekonomian terkuat di dunia (Heryanti, 2023).

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan teknologi telah berlangsung dengan cepat. Banyak individu saat ini mengadopsi berbagai teknologi dalam segala aspek kehidupan sehari-hari mereka. Sehingga terjadi perubahan besar di berbagai bidang, termasuk internet. Internet yang semakin mudah diakses oleh banyak orang memungkinkan komunikasi tanpa terhalang oleh batasan waktu atau jarak.

Di era perkembangan teknologi saat ini, Tidak hanya komunikasi dan internet yang mudah tetapi bertransaksi secara online juga jadi mudah. Menurut (Sulistiyowati et al., 2020) Pada perkembangan teknologi ini masyarakat agar dapat

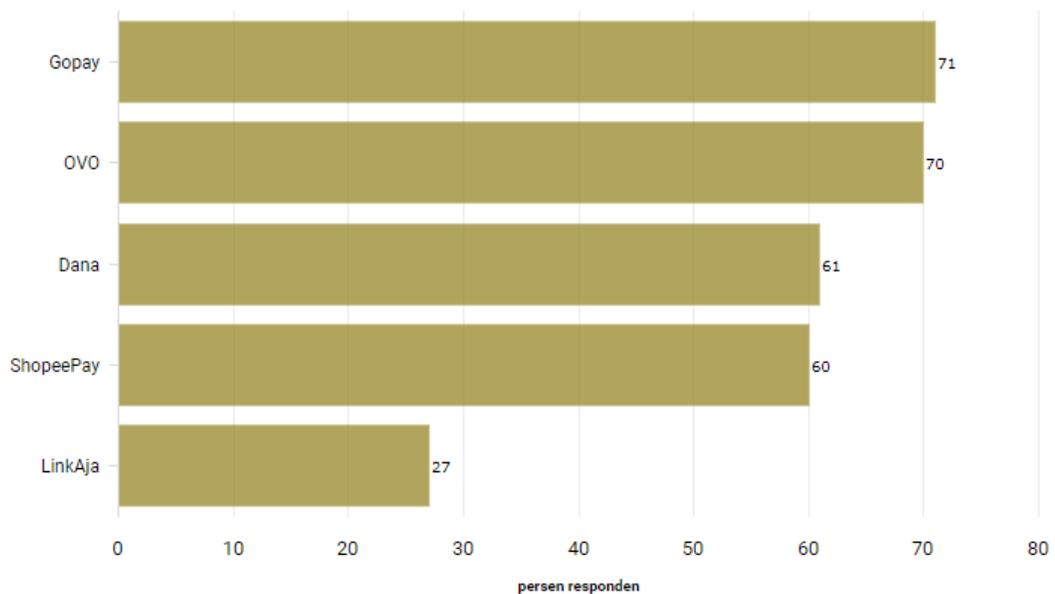
menerapkan contactless payment. Contactless payment dimaksudkan disini adalah mengurangi kontak dengan pembayaran tunai dengan menggunakan dompet digital atau transaksi elektronik. Menurut (Ghifari & Syahputra, 2021) Dompet elektronik atau dompet digital menawarkan kemudahan bagi nasabah untuk menyimpan data secara digital dengan satu atau lebih metode pembayaran. Daripada membawa uang tunai atau kartu, pengguna menyimpan informasi pembayaran di perangkat pintar seperti ponsel, jam tangan, dan tablet, dan melindunginya dengan kata sandi. Adanya transaksi menggunakan dompet digital adalah wujud dari perkembangan teknologi. Dengan demikian, berbagai layanan keuangan seperti pembayaran elektronik atau pembayaran digital muncul untuk memberi pengguna kemudahan bertransaksi kapan saja dan di mana saja. Dengan adanya pembayaran elektronik, transaksi menjadi lebih praktis, cepat, dan aman. Selain itu, ada banyak promosi menarik, seperti potongan harga untuk pelanggan yang membayar barang secara online atau offline.

Menurut (Robaniyah & Kurnianingsih, 2021) Dalam kasus dompet digital atau uang elektronik, kemudahan pengguna merupakan ukuran perasaan konsumen bahwa pengoperasian aplikasi layanan yang disediakan mudah untuk dipelajari dan digunakan. Selain itu, yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum memutuskan untuk menggunakan dompet digital tentu saja faktor keamanan. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa pembayaran menggunakan dompet digital memiliki sejumlah risiko. Mulai dari risiko bocornya data pribadi, kegagalan transaksi, saldo yang hilang dan masalah lain yang mengancam pengguna dompet digital. Dompet digital yang memberikan perlindungan bagi penggunanya akan meningkatkan kepercayaan konsumen. Kemudahan dalam penggunaan dompet digital dapat menjadikan pelanggan senang sehingga terdapat ambisi untuk terus melakukannya secara berkali-kali. Hal tersebut akan menjadikan pelanggan merasa puas karena dapat memberikan bantuan pelanggan dalam keperluan bertransaksi. Kualitas pelayanan elektronik seharusnya menjadi suatu perhatian penting dalam suatu perusahaan karena dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Dengan adanya

pelanggan yang puas hal tersebut dapat melahirkan pelanggan yang loyal dan tidak memiliki kemauan untuk berpindah ke perusahaan lain.

Pembayaran elektronik menurut Di Indonesia banyak sekali dijumpai pembayaran elektronik diantaranya seperti Go-Pay, OVO, DANA, Link Aja, ShopeePay dan masih banyak lagi. pembayaran elektronik Aplikasi seperti DANA, GoPay, OVO, dan sejenisnya telah mengubah cara transaksi, pembayaran tagihan, dan pengelolaan keuangan pribadi dilakukan.

Berikut merupakan data yang diperoleh dari katadata.co.id berdasarkan laporan E-Wallet Industry Outlook 2023 dari Insight Asia mengenai dompet digital yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2022.



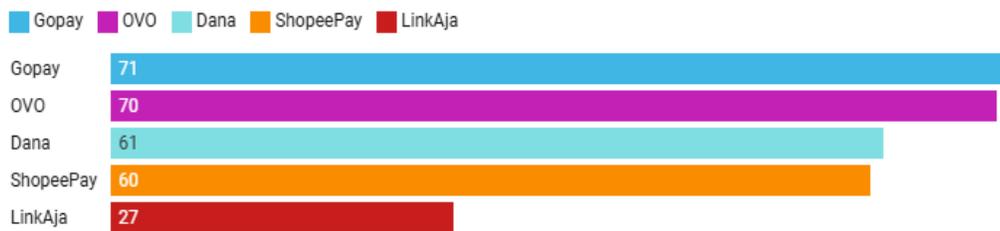
**Gambar 1.2 Data Dompet Digital**

Sumber: databoks.katadata.co.id

Dari data pengguna dompet digital diatas pada tahun 2022 menunjukkan bahwa Go-Pay menduduki peringkat pertama dengan presentase pengguna sebanyak 71% kemudian disusul oleh OVO dengan persentase 70%, DANA 61%, ShopeePay 60% dan LinkAja 27%. Insight Asia juga menemukan, mayoritas

responden pengguna dompet digital memanfaatkan platform tersebut untuk belanja online (79%). Ada pula yang memakainya untuk isi ulang pulsa (78%), transfer uang (78%), hingga membayar tagihan rumah tangga (45%) (Ahdiat, 2023). DANA dapat mempertahankan posisinya di urutan ketiga dalam pasar dompet digital di Indonesia dengan strategi yang terfokus pada inovasi teknologi keamanan dan pendekatan yang kuat terhadap kesadaran pengguna terhadap keamanan transaksi. Meskipun bersaing dengan platform yang lebih besar seperti Gopay dan OVO, DANA telah berhasil menarik 61% pengguna yang pernah menggunakan layanannya.

Maka dari itu, popularitas dompet digital sebagai metode pembayaran bisa dibidang semakin meningkat di kalangan masyarakat. Terlebih, diperkuat oleh hasil laporan *E-Wallet Industry Outlook 2024* dari Insight Asia.



**Gambar 1.3 Data Dompet Digital**

Sumber: jubelio.com (2024)

Dalam gambar 1.3 menurut Darin Rania (2024) pada jubelio, Gopay menjadi platform dompet digital populer di kalangan masyarakat dengan persentase penggunaanya sebanyak 71 persen. Peringkat kedua ada OVO sebesar 70 persen. Sementara, lalu ketiga ada Dana yang menunjukkan persentase penggunaanya sebanyak 61 persen, keempat ada ShopeePay yang persentasenya 60 persen, dan kemudian ada LinkAja yang memiliki proporsi lebih sedikit dengan persentase 27 persen. Data tersebut diambil dari survei dompet digital paling favorit di tahun 2024.

Dari data tersebut, peneliti memiliki ketertarikan untuk memilih *platform* DANA sebagai objek pada penelitian ini. Meskipun DANA menempati posisi ketiga dalam hal penggunaan, dengan 61% pengguna dompet elektronik yang mengatakan bahwa mereka pernah menggunakan DANA sebelumnya platform ini tetap menjadi salah satu yang signifikan dalam pasar dompet digital di Indonesia.

**Tabel 1.1 Presentase Pengguna Dompet Digital di Indonesia**

No	Kota	Persentase Pengguna
1	Bandung	69.4%
2	Jakarta	65.9%
3	Yogtakarta	63.8%
4	Surabaya	37.5%

Sumber: Ridwan Yusuf (2024)

Berdasarkan Tabel diatas, diketahui bahwa Bandung merupakan Kota dengan pengguna dompet digital paling banyak di Indonesia dengan presentasi 69,4%. Kemudian disusul dengan kota Jakarta sebagai urutan kedua dengan presentase 65,9%, pada urutan ketiga merupakan kota Yogyakarta dengan presentasi pengguna 63,8%, kemudian disusul oleh kota Surabaya dengan presentase pengguna 37,5%. Lokasi penelitian yaitu tempat dimana peneliti melakukan penelitian untuk memperoleh hasil mengenai data-data yang diinginkan dari objek yang akan diteliti. Adapun lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah pengguna DANA Mahasiswa Universitas Telkom kota Bandung. Pemilihan mahasiswa Universitas Telkom sebagai responden didasarkan pada beberapa pertimbangan yang relevan dan berbasis data. Pertama, Universitas Telkom terletak di Kota Bandung, yang menurut data Insight Asia (2024) merupakan kota dengan tingkat penggunaan dompet digital tertinggi di Indonesia, yaitu sebesar 69,4%. Ini menjadikan mahasiswa di wilayah ini sebagai representasi yang potensial dari pengguna aktif dompet digital.

DANA juga memiliki potensi besar dalam hal kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan. Dalam industri yang sangat kompetitif, bagaimana DANA

membangun kualitas pelayanan dan memanfaatkan kemudahan penggunaan dapat berdampak signifikan pada kepuasan pengguna dan mencapai loyalitas pengguna. Setiap perusahaan harus memiliki strategi yang tepat agar mereknya terus diminati oleh konsumen dari waktu ke waktu. Layanan dompet digital memiliki berbagai macam kelebihan, namun beberapa layanan masih memiliki kekurangan seperti yang dialami oleh salah satu platform dompet digital DANA. Hal tersebut merupakan sebuah kesalahan yang dapat membuat loyalitas pengguna menjadi menurun. Dampak dari adanya permasalahan tersebut, beberapa masyarakat memberikan ulasan yang negatif terhadap platform DANA. Berikut adalah beberapa ulasan negatif tentang *platform* Dana:

**Tabel 1.2 Ulasan Negatif Pengguna DANA**

No	Foto	Tanggal	Ulasan
1		29 Oktober 2024	Ga ngebatu baru nyoba langsung eror susah nyari bantuan kemana email susah di tlfm cs nya juga susah ternyata apk bad dan banyak yg ngerasain klo apk nya eror gangguan terus orang urgent bgt jdi buang waktu mending apus aja buat smua jangan sampe nyesel daftarin ini apk saya benerbner kecewa bgt
2		2 November 2024	pelayanan call center sangat buruk

3	<p><b>kecewa dan komplain</b></p> <p>★★★★★ Jum · Siboyyyyyy</p> <p>admin ya slow respon padahal lagi butuh" ya uang ya gabisa masuk ke akun padahal aku uda chat juga di cs yaa slow respon dan jawab ya ga nyambung tolong di perbaiki dan kembalikan akun saya terimakasih</p>	1 November 2024	kecewa karena admin ya slow respon padahal lagi butuh" ya uang ya gabisa masuk ke akun padahal aku uda chat juga di cs yaa slow respon dan jawab ya ga nyambung tolong di perbaiki dan kembalikan akun saya terimakasih
4	<p><b>Error</b></p> <p>★★★★★ 30 Okt · Setya999</p> <p>E-wallet paling ga worth it. CS yg tidak bisa menyelesaikan masalah hanya disuruh menunggu terus sampe berbulan tidak ada penyelesaian yg pasti. Buat kalian yg masih ada akun DANA segera pindah aja ke ewallet lain yg lebih problem solving dan responnya cepat tidak menggunakan BOT</p>	30 Oktober 2024	E-wallet paling ga worth it. CS yg tidak bisa menyelesaikan masalah hanya disuruh menunggu terus sampe berbulan tidak ada penyelesaian yg pasti. Buat kalian yg masih ada akun DANA segera pindah aja ke ewallet lain yg lebih problem solving dan responnya cepat tidak menggunakan BOT

Sumber: Ulasan Konsumen di AppStore 2024

Dalam beberapa waktu terakhir, terdapat sejumlah ulasan negatif dari pengguna yang menunjukkan adanya kendala signifikan dalam menggunakan DANA. Sebagai contoh, beberapa pengguna mengalami kesulitan dalam mengoperasikan aplikasi DANA dan merasa kecewa karena kurangnya akses mudah ke layanan bantuan. Pada tanggal 29 Oktober 2024 dari iyaaaaaaa pada ulasan aplikasi DANA di App Store, seorang pengguna mengeluhkan kesulitan menghubungi layanan pelanggan untuk mendapatkan solusi, yang membuat pengguna merasa bahwa aplikasi tidak mendukung penggunaan yang efektif dan fleksibel.

Selain itu, kualitas pelayanan menjadi sorotan dalam sejumlah ulasan negatif. Misalnya, pada 2 November 2024 dari gijbsbh pada ulasan aplikasi DANA di App Store, seorang pengguna memberikan ulasan mengenai buruknya layanan call

center DANA. Keluhan ini mencerminkan adanya masalah dalam layanan pelanggan, yang seharusnya dapat berfungsi sebagai sarana utama untuk menangani keluhan dan menyelesaikan masalah pengguna. Pelayanan yang kurang optimal ini tentunya dapat berdampak pada persepsi pelanggan tentang kualitas platform.

Tidak hanya itu, aspek kepuasan pelanggan juga menjadi isu penting. Pada 1 November 2024 dari Siboyyyy pada ulasan aplikasi DANA di App Store, seorang pengguna mengeluhkan lambatnya respons admin dalam menangani masalah akses akun yang membuat pengguna merasa tidak puas. Lambatnya respons ini dapat menyebabkan penurunan kepuasan pelanggan, terutama bagi pengguna yang memiliki kebutuhan transaksi mendesak. Kepuasan pelanggan yang rendah berpotensi mengurangi loyalitas pengguna dalam jangka panjang.

Aspek loyalitas pengguna juga terpengaruh akibat masalah-masalah ini. Pada 30 Oktober 2024 dari Setya999 pada ulasan aplikasi DANA di App Store, seorang pengguna menyebutkan bahwa DANA adalah “e-wallet yang tidak worth it,” dan menyarankan pengguna lain untuk berpindah ke platform yang lebih responsif. Hal ini menunjukkan bahwa kurangnya solusi yang memadai dari pihak DANA dapat memicu loyalitas yang menurun dan mendorong pengguna untuk beralih ke platform pesaing.

Ulasan-ulasan negatif dari pengguna ini menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan sangat berperan dalam menentukan loyalitas pengguna terhadap aplikasi dompet digital.

Berdasarkan data pada tabel 1.2 dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang dimiliki platform DANA masih tergolong kurang baik seperti *user interface* (UI) yang berat dan tidak responsif, serta pelayanan dari *customer service* yang tidak solutif. Jika pengguna mengalami kesulitan, bug, atau masalah teknis secara

terus-menerus dalam menggunakan platform DANA, mereka cenderung merasa tidak puas dan mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan dengan layanan tersebut. Ketidakpuasan pengguna dapat memicu keputusan untuk mencari alternatif yang lebih baik. Dalam table tersebut juga terdapat ulasan negatif mengenai kemudahan penggunaan aplikasi DANA yang bisa mempengaruhi loyalitas pelanggan.



**Gambar 1.4 Ulasan Pengguna Aplikasi DANA**

Sumber: Aplikasi X (2024)

Berdasarkan gambar 1.4 @aenisanto di aplikasi X mengatakan bahwa “Banyak banget masalah yg dibuat Dana ya? Jadi malas mau pake aplikasi DANA. Masalahnya tiap hari banyak yg muncul.” Pernyataan tersebut menunjukkan adanya indikasi ketidakpuasan dari pengguna terhadap layanan aplikasi DANA, yang berpotensi berdampak pada loyalitas pelanggan. Ketika pelanggan secara terbuka mengungkapkan rasa frustrasi atau ketidaknyamanan atas masalah yang sering muncul.

Untuk meneliti lebih lanjut mengenai loyalitas pelanggan terhadap aplikasi DANA, peneliti perlu melakukan pra-survei. Pra-survei ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai loyalitas terhadap aplikasi DANA. Peneliti melakukan pra survei kepada 30 mahasiswa Universitas Telkom yang menggunakan aplikasi dompet digital Dana, untuk mendapatkan gambaran awal

mengenai persepsi mereka terhadap loyalitas pelanggan. Berikut adalah hasil yang diperoleh dari pra survei yang telah disebarakan:

**Tabel 1.3 Hasil Pra Survei Variabel Loyalitas Pelanggan**

No	Dimensi	Pernyataan	Persentase	
			Ya	Tidak
1	Adanya pembelian ulang	Saya sering melakukan pembelian ulang menggunakan aplikasi Dana.	76.7% (23 Orang)	23.3% (7 Orang)
2	Pembelian dengan Kuantitas Lebih Banyak	Tertarik untuk memilih penawaran yang lebih besar di aplikasi Dana.	40% (12 Orang)	60% (18 Orang)
3	Adanya Frekuensi Kunjungan yang Lebih Sering	Lebih sering menggunakan Dana untuk bertransaksi dibandingkan dengan aplikasi lain.	30% (9 Orang)	70% (21 Orang)
4	Pemberian Rekomendasi kepada Orang Lain	Merekomendasikan penggunaan Dana kepada orang lain sebagai dompet digital.	40% (12 Orang)	60% (18 Orang)
5	Menunjukkan Daya Tahan dari Pesaing	Saya tetap menggunakan aplikasi Dana meskipun ada pesaing lain yang menawarkan layanan serupa.	90% (27 Orang)	10% (3 Orang)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Dalam hal loyalitas, dari tabel 1.3 sebagian besar responden (70%) tidak sering menggunakan Dana untuk bertransaksi, hal tersebut menunjukkan bahwa masih banyak pelanggan yang tidak loyal menggunakan aplikasi Dana.

Menurut Popon Srisusilawati et al. (2023 : 2) Loyalitas pelanggan adalah pembelian berulang yang sebenarnya dari suatu produk atau layanan, ini termasuk membeli lebih banyak produk atau layanan yang sama dari perusahaan yang sama atau produk pengganti lainnya, merekomendasikan perusahaan tersebut kepada orang lain, dan mungkin menggunakan produk dari waktu ke waktu.

Menurut (Ni Made Widnyan et al., 2020) Loyalitas merupakan suatu komitmen yang dipegang oleh konsumen terhadap suatu produk atau merek tertentu. Loyalitas pelanggan merupakan dorongan perilaku untuk melakukan pembelian secara berulang-ulang dan untuk membangun kesetiaan pelanggan terhadap suatu

produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut membutuhkan waktu yang lama melalui suatu proses pembelian yang berulang-ulang tersebut.

Menurut (Avania & Widodo, 2023) Loyalitas konsumen adalah tindakan pembelian yang dilakukan secara sukarela dan berulang oleh konsumen, serta dianggap sebagai indikator yang dapat dipercaya untuk meramalkan peningkatan penjualan.

Menurut (Pertiwi et al., 2022) faktor-faktor yang berdampak terhadap Loyalitas Pelanggan, yaitu: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan, studi literature Manajemen Pemasaran.

Pernyataan tersebut juga dibuktikan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Septyarani & Nurhadi, 2023) menunjukkan bahwa Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan secara parsial. Sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Marwan Effendi et al., 2023) menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan dipengaruhi oleh kepuasan pelanggan. Adanya persamaan dari temuan ini, memberikan dasar yang kuat bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.



**Gambar 1.5 Ulasan Pengguna Aplikasi Dana**

Sumber: Aplikas X (2023)

Berdasarkan gambar 1.5 @dudukgemetar di aplikasi X mengatakan bahwa “aplikasi ewallet yg bagus aman terpercaya apa ya? dah kapok pake dana, ada masalah bukannya bantu malah kabur gitu aja gaada kejelasan.” Pernyataan tersebut menggambarkan ketidakpuasan yang mendalam dari pengguna terhadap layanan aplikasi DANA, khususnya dalam hal penanganan masalah. Ketika pengguna merasa bahwa aplikasi tidak memberikan solusi atau kejelasan atas keluhan yang mereka sampaikan.

Untuk meneliti lebih lanjut mengenai kepuasan pelanggan terhadap aplikasi DANA, peneliti perlu melakukan pra-survei. Pra-survei ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai kepuasan terhadap aplikasi DANA. Peneliti melakukan pra survei kepada 30 mahasiswa Universitas Telkom yang menggunakan aplikasi dompet digital Dana, untuk mendapatkan gambaran awal mengenai persepsi mereka terhadap kepuasan pelanggan. Berikut adalah hasil yang diperoleh dari pra survei yang telah disebarakan:

**Tabel 1.4 Hasil Pra Survei Variabel Kepuasan Pelanggan**

No	Dimensi	Pernyataan	Persentase	
			Ya	Tidak
1	Kualitas Produk atau Layanan	Layanan yang ditawarkan oleh Dana sesuai dengan harapan.	46.7%	53.3%
			(14 Orang)	(16 Orang)
2	Pelayanan	Pelayanan yang diberikan oleh aplikasi Dana memenuhi harapan saya.	40%	60%
			(12 Orang)	(18 Orang)
3	Faktor Emosional	Saya merasa puas secara emosional setelah menggunakan aplikasi Dana.	16.7%	83.3%
			(5 Orang)	(25 Orang)
4	Periklanan yang Menarik	Iklan dari aplikasi Dana menarik perhatian saya.	33.3%	66.7%
			(10 Orang)	(20 Orang)
5	Memberikan Kemudahan	Aplikasi Dana memberikan kemudahan dalam bertransaksi.	23.3%	76.7%
			(7 Orang)	(23 Orang)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Di sisi lain, tingkat kepuasan pelanggan dari tabel 1.4 menunjukkan hasil 83.3% responden yang tidak puas secara emosional saat menggunakan aplikasi Dana, hal

ini menunjukkan bahwa ekspektasi pengguna terhadap kepuasan masih belum terpenuhi.

Menurut Kotler (2002) dalam Arman Syah (2021:111) 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. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang. Jika kinerja yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan tersebut akan merasa dikecewakan, jika kinerja memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk tersebut.

Menurut Tjiptono (2020:90) Kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan dan pemakaiannya. Kepuasan Pelanggan dibentuk oleh 3 indikator, antara lain: 1) Kepuasan pada kualitas produk, 2) Kepuasan pada harga produk 3) Kepuasan pada pelayanan yang diberikan karyawan.

Menurut (Madiawati et al., 2020) Kepuasan konsumen adalah tingkat dimana konsumen menilai bahwa manfaat yang diberikan oleh suatu produk telah sesuai atau memenuhi harapan mereka.

Menurut (Septiana & Artiningsih, 2021) Kepuasan pelanggan berhubungan erat dengan loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang dipuaskan akan menjadi pelanggan yang loyal. Pelanggan yang loyal dapat menjadi pemasar bagi perusahaan dengan memberikan rekomendasi dan informasi positif kepada calon pelanggan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa yang mencakup lima dimensi utama: ketanggapan, kehandalan, empati, jaminan, dan bukti langsung. Persepsi ini tidak selalu memerlukan pengalaman langsung menggunakan jasa, melainkan dipengaruhi oleh harga, tahap pelayanan, dan

momen pelayanan. Dalam konteks aplikasi Dana, fitur seperti antarmuka yang sederhana, panduan jelas, dan navigasi yang mudah meningkatkan kenyamanan pengguna dan tingkat kepuasan. Sebaliknya, kesulitan seperti tampilan membingungkan atau akses fitur yang rumit dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian (Juniantara & Sukawati, 2018) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hal ini dapat dinyatakan bahwa hubungan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan sangat kuat.

Sementara itu, Penelitian sebelumnya yang dilakukan (Winarno & Dewi, 2023) menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin mudah suatu aplikasi digunakan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Dalam konteks aplikasi Dana, kemudahan penggunaan seperti antarmuka yang intuitif, proses registrasi yang sederhana, serta kecepatan dalam menyelesaikan transaksi menjadi faktor kunci yang meningkatkan pengalaman positif pelanggan. Dengan demikian, pengembang aplikasi perlu fokus pada aspek desain dan fungsionalitas untuk memastikan bahwa pengguna dapat berinteraksi dengan aplikasi secara efisien dan efektif. Adanya persamaan dari temuan ini, memberikan dasar yang kuat bagi peneliti untuk melakukan penelitian mengenai Kepuasan Pelanggan yang dipengaruhi oleh Kualitas pelayanan dan Kemudahan Penggunaan.



**SZuhri** @zuhri\_zTo · 26/03/24



@XiaomiHyperOS\_ ada **masalah** dengan @danawallet kah?

Penggunaan **Aplikasi DANA** di xiaomi12T5G saya rasa bermasalah.

Mulai lag, cek mutasi sering tidak bisa yg sedangkan di hp lain sangat normal dan lancar.

Coba @XiaomiHyperOS\_ cek dan lerbaki secara menyeluruh. Ku rasa ini bug.

### **Gambar 1.6 Ulasan Pengguna Aplikasi DANA**

Sumber: Aplikasi X (2024)

Berdasarkan gambar 1.6 @zuhri\_zTo di aplikasi X mengatakan bahwa “Penggunaan Aplikasi DANA di xiaomi12T5G saya rasa bermasalah. Mulai lag, cek mutasi sering tidak bisa yg sedangkan di hp lain sangat normal dan lancar. Coba @XiaomiHyperOS\_ cek dan lerbaki secara menyeluruh. Ku rasa ini bug.” Pernyataan tersebut menunjukkan adanya permasalahan dalam pengalaman pengguna aplikasi DANA, khususnya terkait performa teknis pada perangkat tertentu. Ketika aplikasi mengalami lag atau tidak berfungsi sebagaimana mestinya, seperti fitur cek mutasi yang sering gagal, hal ini mencerminkan bahwa kemudahan penggunaan (*ease of use*) belum sepenuhnya optimal dan konsisten di berbagai perangkat.

Untuk meneliti lebih lanjut mengenai kemudahan penggunaan terhadap aplikasi DANA, peneliti perlu melakukan pra-survei. Pra-survei ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai kemudahan penggunaan terhadap aplikasi DANA. Peneliti melakukan pra survei kepada 30 mahasiswa Universitas Telkom yang menggunakan aplikasi dompet digital Dana, untuk mendapatkan gambaran awal

mengenai persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan. Berikut adalah hasil yang diperoleh dari pra survei yang telah disebarakan:

**Tabel 1.5 Hasil Pra Survei Variabel Kemudahan Penggunaan**

No	Dimensi	Pernyataan	Persentase	
			Ya	Tidak
1	Mudah dipelajari ( <i>easy to learn</i> )	Aplikasi Dana mudah untuk dipelajari.	93.3% (28 Orang)	6.7% (2 Orang)
2	Dapat dikontrol ( <i>controllable</i> )	Penggunaan aplikasi Dana dapat dikontrol dengan baik.	80% (24 Orang)	20% (6 Orang)
3	Fleksibel ( <i>flexible</i> )	Aplikasi Dana fleksibel dalam penggunaannya sesuai kebutuhan.	80% (24 Orang)	20% (6 Orang)
4	Mudah digunakan ( <i>easy to use</i> )	Aplikasi Dana mudah digunakan dalam kegiatan sehari-hari.	80% (24 Orang)	20% (6 Orang)
5	Jelas dan dapat dipahami ( <i>clear and understandable</i> )	Aplikasi Dana memiliki fitur yang mudah dipahami.	66.7% (20 Orang)	33.3% (10 Orang)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Dari tabel 1.5 hasil pra-survei terhadap 30 responden menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna merasa bahwa Dana memberikan kemudahan dalam penggunaan dasar, meskipun terdapat 33,3% responden yang menilai informasi dalam aplikasi belum cukup jelas dan mudah dipahami.

Menurut Jogiyanto (2007:115), pengertian kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem teknologi tertentu akan bebas dari suatu usaha. Masyarakat dalam hal ini sudah terbiasa hidup dengan gaya modern dan mengikuti perkembangan zaman, dimana lebih suka cara yang mudah aman dan pastinya relatif murah. Berdasarkan pengertian dari kemudahan dapat disimpulkan secara luas bahwa kemudahan ini adalah suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang merasakan percaya bahwa sistem informasi dan teknologi ini mudah digunakan, pasti seseorang akan menggunakannya. Begitu sebaliknya, apabila seseorang

merasa percaya bahwa sistem teknologi tidak mudah digunakan, pasti seseorang tersebut tidak akan menggunakannya.

Menurut (Rodiah & Melati, 2020) Indikator yang digunakan pada variabel persepsi kemudahan penggunaan yaitu mudah dipelajari, mudah dikontrol, jelas dan mudah dipahami, fleksibel, mudah menjadi terampil, dan mudah digunakan.

Menurut (Rila Anggraeni, 2015), persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan penggunaan yang positif akan secara langsung mempengaruhi niat penggunaan. Niat penggunaan (*intention to use*) adalah kecenderungan perilaku untuk tetap menggunakan suatu teknologi. Banyak pemasar yang mengalami kesulitan ketika meneliti pengadopsian inovasi, karena seringkali konsumen yang memiliki niat berperilaku tidak selalu mengejawantahkan niat berperilaku mereka ke dalam perilaku penggunaan, sehingga di dalam model penerimaan teknologi ditambahkan prediktor perilaku, yaitu penggunaan aktual (*actual use*).

Penelitian terdahulu digunakan sebagai kajian empiris dalam penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh (Lee et al., 2006) persepsi kemudahan penggunaan memiliki pengaruh langsung terhadap niat penggunaan. Kemudahan penggunaan IIT (*image interactivity technology*) memungkinkan pengguna untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan tentang produk pakaian yang mengarah ke niat perilaku positif (misalnya niat untuk membeli, niat untuk kembali ke situs, dan niat untuk merekomendasikan toko online), yang berarti kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Belum banyak penelitian yang secara spesifik menggunakan aplikasi Dana sebagai objek penelitian dalam konteks loyalitas pelanggan di kalangan mahasiswa.

Berdasarkan berbagai penelitian, kemudahan penggunaan terbukti memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Cahyono & Sari, 2022). Ketika pengguna merasa aplikasi dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan mudah, mereka akan memiliki persepsi yang lebih baik terhadap layanan tersebut. Dalam

kasus aplikasi Dana, fitur-fitur seperti antarmuka yang sederhana, navigasi yang jelas, dan proses transaksi yang cepat menjadi aspek-aspek yang meningkatkan kepuasan pengguna.

Hubungan antara kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan ini bersifat positif (Suhendar et al., 2022). Artinya, semakin mudah sebuah aplikasi digunakan, semakin tinggi pula kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pengguna. Pelanggan akan menilai layanan sebagai berkualitas jika mereka dapat dengan cepat dan efisien menyelesaikan kebutuhannya melalui aplikasi tanpa hambatan. Sebaliknya, jika aplikasi sulit digunakan, pelanggan cenderung menganggap kualitas pelayanannya rendah meskipun fitur yang ditawarkan lengkap.

Dalam konteks aplikasi Dana, kemudahan penggunaan berkontribusi signifikan pada kualitas pelayanan. Hal ini mencakup proses pendaftaran yang mudah, ketersediaan fitur yang relevan dengan kebutuhan pengguna, serta respon aplikasi yang cepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan positif antara kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan pada aplikasi Dana, yang diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembang untuk terus meningkatkan layanan yang lebih user-friendly dan berkualitas. Maka dari itu perlu dilakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan.



**jigjagon** @Zigzagoon112 · 08/02/24



Membalas @danawallet

Hallo @danawallet , bisa bantu **masalah** saya ? saya udh cape chat dengan bot tanpa ada respon untuk mengadukan **masalah** saya. cara untuk menghubungi CS **dana** ini sulit sekali yaa. Saya mengalami **masalah** tentang **dana** pengembalian dari gagal transfer ke akun Bank dari **aplikasi DANA**.



### Gambar 1.7 Ulasan Pengguna Aplikasi Dana

Sumber: Aplikasi X (2024)

Berdasarkan gambar 1.7 @Zigzagoon di aplikasi X mengatakan bahwa “Hallo @danawallet , bisa bantu masalah saya ? saya udh cape chat dengan bot tanpa ada respon untuk mengadukan masalah saya. cara untuk menghubungi CS dana ini sulit sekali yaa. Saya mengalami masalah tentang dana pengembalian dari gagal transfer ke akun Bank dari aplikasi DANA.” Pernyataan tersebut menunjukkan adanya kesulitan yang dialami pengguna dalam mengakses layanan pelanggan (customer service) aplikasi DANA, khususnya terkait pengaduan masalah transaksi. Ketika pengguna merasa harus menghadapi chatbot tanpa solusi nyata dan sulitnya berkomunikasi langsung dengan pihak yang berwenang, hal ini mengindikasikan bahwa aspek dukungan teknis dan layanan bantuan, belum optimal.

Untuk meneliti lebih lanjut mengenai kualitas pelayanan terhadap aplikasi DANA, peneliti perlu melakukan pra-survei. Pra-survei ini bertujuan untuk menggali informasi mengenai kualitas pelayanan terhadap aplikasi DANA. Peneliti melakukan pra survei kepada 30 mahasiswa Universitas Telkom yang menggunakan aplikasi dompet digital Dana, untuk mendapatkan gambaran awal

mengenai persepsi mereka terhadap kualitas pelayanan. Berikut adalah hasil yang diperoleh dari pra survei yang telah disebarkan:

**Tabel 1.6 Hasil Pra Survei Variabel Kualitas Pelayanan**

No	Dimensi	Pernyataan	Persentase	
			Ya	Tidak
1	Tangibles	Aplikasi Dana memiliki kualitas visual yang mendukung kenyamanan pengguna saat mengakses fitur-fitur.	90%	10%
			(27 Orang)	(3 Orang)
2	Reliability	Saya merasa aplikasi Dana dapat diandalkan untuk memenuhi kebutuhan saya.	36.7%	63.3%
			(11 Orang)	(19 Orang)
3	Responsiveness	Respons layanan pelanggan Dana cepat dalam menanggapi keluhan.	43.3%	56.7%
			(11 Orang)	(17 Orang)
4	Assurance	Saya merasa aman menggunakan aplikasi Dana untuk transaksi keuangan.	36.7%	63.3%
			(11 Orang)	(19 Orang)
5	Emphaty	Aplikasi Dana menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan secara pribadi.	70%	30%
			(21 Orang)	(9 Orang)

Sumber: Data Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 1.6 kualitas pelayanan Dana memunculkan beberapa perhatian, seperti pada 63,3% reponden merasa aplikasi Dana tidak berfungsi dengan baik dan mengalami kendala. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di aplikasi Dana masih kurang.

Menurut Kasmir (2017:47) menyatakan bahwa kualitas pelayanan di definisikan sebagai tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun karyawan.

Menurut (Prasetio et al., 2025) Kualitas pelayanan ditandai oleh selisih antara ekspektasi pelanggan dan kenyataan yang mereka alami, yang secara nyata memengaruhi pandangan mereka terhadap keseluruhan bisnis.

Menurut (Imelda Megawati, 2017) Faktor - faktor kualitas pelayanan yang meliputi Tangible yang memiliki dimensi daya tarik fasilitas fisik, kelengkapan fasilitas operasional restoran, daya tarik produk yang ditawarkan dan penampilan karyawan. Empathy memiliki dimensi memahami pelanggan, perhatian personal karyawan terhadap pelanggan, serta ketepatan jam operasi perusahaan. Responsiveness, yang memiliki dimensi kecepatan karyawan memberikan pelayanan, kesediaan para karyawan membantu para pelanggan, serta kemampuan karyawan merespon apa yang kebutuhan dan keluhan pelanggan. Reliability, memiliki dimensi layanan yang akurat, menepati janji, dan keandalan dalam menangani masalah pelanggan. Kemudian yaitu (Assurance), memiliki dimensi kepercayaan pelanggan, keamanan pelanggan, kemampuan dan pengetahuan karyawan dan konsistensi perusahaan.

Hubungan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sangat berkaitan seperti pada penelitian (Thung, 2019) dan (Septiana & Artiningsih, 2021) variabel paling dominan yaitu kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang baik, akan mengubah pandangan pelanggan terhadap produsen atau penjual yang menawarkan barangnya dengan memberikan pelayanan yang baik. Dengan begitu akan menarik konsumen untuk membeli barang yang ditawarkan karena akan merasa dihargai oleh penjual. Dengan pelayanan yang baik pula akan membuat konsumen untuk melakukan pembelian ulang kepada penjual tersebut, sehingga akan timbul loyalitas pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Abdullah & Kasmi, 2021) juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka. Pelanggan yang puas dengan pelayanan yang diberikan cenderung lebih percaya pada layanan tersebut,

lebih sering menggunakannya, dan bahkan merekomendasikannya kepada orang lain.

Sebagian besar penelitian sebelumnya mengenai loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan, dan kemudahan penggunaan lebih banyak menggunakan objek penelitian seperti GoPay, OVO, dan ShopeePay. Sementara itu, penelitian yang secara spesifik menggunakan platform DANA sebagai objek masih sangat terbatas. Padahal DANA berada pada peringkat ketiga platform dompet digital yang paling banyak digunakan di Indonesia. Pemilihan DANA sebagai objek penelitian bukan hanya karena posisinya sebagai salah satu platform besar, tetapi juga karena adanya kontradiksi antara popularitas dan kualitas pengalaman pengguna, yang menjadikannya objek menarik untuk dianalisis secara ilmiah.

Penelitian terdahulu, seperti oleh (Septyarani & Nurhadi, 2023), (Marwan Effendi et al., 2023), dan (Winarno & Dewi, 2023), telah meneliti pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan, namun belum banyak yang memasukkan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI PADA APLIKASI DANA.”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Dana?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi Dana?

3. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Dana?
4. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Dana?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi Dana?
6. Bagaimana pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?
7. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis:

1. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi dana.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi dana.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi dana.
4. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi dana.
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi dana.
6. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.
7. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini akan menambah wawasan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dalam layanan dompet digital. Dengan menggali interaksi antara kemudahan penggunaan, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan, penelitian ini memperkaya literatur mengenai faktor psikologis dan emosional yang memengaruhi loyalitas pengguna aplikasi digital. Penelitian ini berpotensi untuk mengembangkan teori yang ada mengenai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Adanya variabel mediasi kepuasan pelanggan memberikan pemahaman baru tentang bagaimana kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan bekerja secara tidak langsung dalam membangun loyalitas pelanggan. Ini dapat memperdalam teori-teori yang relevan, seperti *Technology Acceptance Model* (TAM) dan teori kualitas pelayanan. Dengan menempatkan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi, penelitian ini berkontribusi pada pemahaman yang lebih mendalam tentang peran variabel mediasi dalam memperkuat pengaruh variabel independen (kemudahan penggunaan dan kualitas pelayanan) terhadap variabel dependen (loyalitas pelanggan). Temuan ini dapat menjadi landasan dalam penelitian lanjutan yang ingin mengeksplorasi peran mediasi dalam hubungan antar variabel dalam studi perilaku konsumen digital.

### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi pengembang aplikasi DANA dalam menciptakan antarmuka yang lebih mudah digunakan dan meningkatkan aspek-aspek kualitas pelayanan yang langsung berpengaruh pada kepuasan pengguna. Misalnya, hasil penelitian dapat menunjukkan bahwa fitur navigasi yang sederhana dan dukungan pelanggan yang cepat sangat menentukan kepuasan pelanggan. Dengan memahami ini, pengelola aplikasi dapat mengoptimalkan fitur-fitur tersebut untuk mempertahankan pengguna. Dengan memahami bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor mediasi yang penting, pengelola aplikasi DANA dapat mengembangkan strategi loyalitas yang fokus pada

peningkatan kepuasan. Misalnya, dengan memberikan layanan personalisasi, penanganan keluhan yang cepat, dan penyediaan reward bagi pelanggan yang setia, aplikasi dapat meningkatkan kemungkinan pengguna tetap setia menggunakan layanan DANA. Temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan oleh tim pemasaran DANA untuk menyoroti fitur-fitur utama yang menjadi daya tarik pengguna, seperti kemudahan akses dan kecepatan pelayanan. Dengan mengedepankan aspek-aspek ini dalam kampanye pemasaran, DANA dapat memperkuat brand image sebagai aplikasi dompet digital yang mudah dan berkualitas, sehingga dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Selain DANA, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi pengelola aplikasi dompet digital lainnya di Indonesia untuk memperhatikan pentingnya kualitas pelayanan dan kemudahan penggunaan sebagai cara meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Sebagai contoh, aplikasi digital lainnya seperti OVO, LinkAja, dan GoPay dapat menerapkan temuan ini dalam mengembangkan fitur-fitur yang berorientasi pada kebutuhan dan preferensi pengguna.

### **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika penulisan yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi mengenai penjelasan secara umum, ringkasan padat tentang isi dari penelitian. Isi dari bab ini meliputi: objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

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

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

#### **BAB III METODE PENELITIAN**

Memuat penjelasan mengenai metode dan teknik penelitian yang akan dilakukan, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi serta sampel, pengumpulan data, dan teknis analisis data.

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

Memuat penjelasan mengenai karakteristik objek penelitian, hasil penelitian, dan pembahasan dari hasil penelitian.

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

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