

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era serba modern dan canggih saat ini, gaya hidup masyarakat semakin praktis dan instan, hal ini terjadi karena tuntutan kebutuhan sehari-hari dan didukung pula oleh kemajuan teknologi. Perkembangan internet salah satunya, internet menjadi penunjang munculnya berbagai fasilitas. Contohnya *e-wallet*. *E-wallet* mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hadirnya *e-wallet* sekarang yang memberikan kemudahan melalui jaringan internet yang saat ini diminati oleh beberapa lapisan masyarakat. *E-wallet* memberikan keuntungan bagi penjual dan pelanggan yang dimana saat ini sangat efisien, praktis dan dapat menghemat waktu. Melakukan transaksi online menjadi sangat mudah, sederhana dan tidak repot. Oleh sebab itu *e-wallet* saat ini semakin banyak dan berkembang, seperti Dana, Ovo, Shopee Pay, Jenius, Gopay.

*E-wallet* tidak hanya memudahkan penggunaannya untuk melakukan transaksi jual beli online, tetapi juga berfungsi untuk menyimpan data dan instrument. Pembayaran menjadi alat pembayaran pengganti kartu serta rekening uang elektronik. Keuntungan yang dapat diperoleh dengan adanya *E-wallet* yaitu efektif dan efisien melakukan pembayaran, tidak repot menghitung dan menunggu uang kembalian, dan tidak khawatir jika tidak membawa dompet ([www.bukuwarung.com](http://www.bukuwarung.com)).

Kehadiran *e-wallet* di Indonesia juga didukung dengan kondisi, sudah banyak perusahaan yang menerapkan system nontunai. *E-wallet* sangat populer ditengah masyarakat karena kemudahannya saat menggunakannya, pengguna hanya mendaftar dan mengisi aplikasi singkat dengan sesuai persyaratan yang sesuai tanpa pemeriksaan hal yang lainnya. Karena *e-wallet* sangat diminati dan ada beberapa masyarakat pasti merasa resah atau ketakutan dalam transaksi online, biasanya *e-wallet* menawarkan promo promo yang menguntungkan bagi si penggunanya.

Salah satu contoh alat transaksi online yang diteliti dalam penelitian ini adalah Gopay. Gopay adalah salah satu fitur layanan yang terdapat pada aplikasi Gojek. PT Gojek Indonesia merupakan perusahaan yang asli dari Indonesia yang dibangun pada tahun 2010 oleh Nadiem Makariem, dengan memiliki misi meningkatkan kesejahteraan Indonesia melalui efisiensi pasar Gojek memberikan layanan berupa jasa yaitu salah satunya adalah *e-wallet* atau yang dinamakan pada Gojek yaitu Gopay. Gopay merupakan layanan e-money yang digunakan melakukan transaksi transaksi yang terdapat pada layanan aplikasi Gojek. Berikut hasil riset dompet digital yang terkenal di Indonesia tahun 2019 – 2020.



**Gambar 1. 1Daftar aplikasi e-wallet terbesar di Indonesia**

Pada saat ini persaingan antar e-wallet di Indonesia sangatlah tinggi, seperti yang tercantum dalam ([www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id)) Fintech yang sering menawarkan promo adalah Gopay dan Ovo. Ovo memberikan penawaran uang kembali (*cashback*) 60% di beberapa *merchant* yaitu Grabcar, Grabbike dan Grabfood dalam sepekan, sedangkan Gopay menawarkan *cashback* 50%. Upaya promosi ini terbukti mencari konsumen atau membuat konsumen tertarik. Gopay mencatat, jumlah pengguna aktif rerata naik 90% dan mitra mikro tumbuh 69 kali. Sedangkan transaksi di luar ekosistem Gojek tumbuh 25 kali sejak diperkenalkan.

Loyalitas memiliki peran penting bagi industri *e-wallet* karena sama saja meningkatkan kinerja dan dapat mengetahui bahwa seberapa loyal pelanggan terhadap industri *e-wallet* dan memperhatikan beberapa tahapan untuk memenuhi kebutuhan dalam beberapa tahapan tersebut. Agar perusahaan juga memiliki peluang yang besar untuk membentuk pelanggan yang loyal.

Loyalitas merupakan bentuk sikap positif pelanggan terhadap perusahaan dengan merekomendasikannya menggunakan cara positif dari mulut ke mulut. Loyalitas konsumen ada karena adanya tuntutan pilihan dan dukungan dari sebuah produk, merek atau perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Pelanggan yang setia akan menandai dengan cara pembelian yang berulang produk dan layanan dari perusahaan itu, mereka akan merekomendasikan perusahaan itu kepada orang lain dan akan mempertahankan walaupun terdapat komen yang buruk atau ulasan buruk agar produk itu tetap ada dan mendukung perusahaan tersebut (Hichri & Moez, 2021).



**Gambar 1. 2**Persaingan Dompet Digital

Sumber : ([www.katadata.co.id](http://www.katadata.co.id))

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting untuk meningkatkan keuntungan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan dapat memberikan dampak pada loyalitas pelanggan untuk tetap menggunakan fitur layanan dari Gojek yaitu Gopay. Gopay dikembangkan untuk mencari cara bagaimana semua orang dapat menggunakan uang bagi masyarakat kecil agar sama dengan masyarakat menengah lainnya. Lalu Gopay memberikan pelayanan dan keamanan terkini yang dapat menjamin data dan transaksi bagi setiap penggunanya aman. Pelayanan dan keamanan akan mendorong sikap positif konsumen terhadap gopay, sikap positif ini akan berimplikasi pada kepuasan dapat digunakan untuk memprediksi loyalitas pelanggan (Kusumawati dan Karisma, 2019).

Dalam Gopay terdapat fitur tambahan yaitu PayLater, dimana fitur ini memberikan kemudahan bagi pelanggannya yang belum mengisi atau Top up Gopay untuk bisa membeli produk yang diinginkan dengan membayar belakangan. Kepuasan konsumen akan berdampak kepada reputasi atau ekuitas suatu perusahaan. Bagi pelanggan existing, Reputasi ini juga akan berdampak pada peningkatan loyalitas konsumen. Sementara bagi non pelanggan, reputasi ini akan meningkatkan preferensi untuk membeli atau menggunakan. Sehingga, kepuasan yang meningkat juga akan meningkatkan reputasi pada perusahaan (Gustafsson dkk, 2005).

Kepuasan seseorang dalam menggunakan produk atau jasa merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan keuntungan suatu perusahaan. Kepuasan seseorang dalam melakukan penggunaan jasa menentukan loyalitas seseorang untuk tetap menggunakan jasa suatu perusahaan tersebut, semakin baik

konsumen memberikan penilaian kepuasan mereka terhadap produk atau jasa perusahaan maka akan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan tersebut, dalam artian semakin tinggi kepuasan seharusnya akan sejalan dengan semakin tinggi juga loyalitas. Kepuasan yang timbul dari persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa dari perusahaan berpengaruh terhadap keinginan pelanggan untuk kembali menggunakan produk atau jasa tersebut. Pelanggan yang merasa puas akan hal itu memiliki ketahanan terhadap pengaruh negatif suatu perusahaan (Atmaja, 2016).

Kepercayaan pelanggan merupakan salah satu faktor penting pembentuk loyalitas. Menurut Hairany & Sangen (2014), kepercayaan diciptakan oleh kemitraan yang memiliki kehandalan dan integritas. Kepercayaan pelanggan menurut Muhammad dan Siti (2015) sangat bagus untuk misi jangka panjang, karena kepercayaan akan berimplikasi terhadap loyalitas dan memberikan keuntungan bagi perusahaan. Kepercayaan pihak konsumen dalam melakukan transaksi didasari keyakinan bahwa perusahaan akan melakukan kewajibannya dengan baik sesuai dengan yang diharapkan konsumen. Untuk itu jika terdapat kepercayaan akan melahirkan minat transaksi dan juga mempengaruhi loyalitas (Siregar, 2021).

## 1.2 Rumusan Masalah

Saat ini era modern saat canggih dan praktis, hal ini terjadi karena tuntutan kebutuhan sehari-hari dan didukung dengan adanya kemajuan teknologi. Salah satu contoh kemajuan teknologi adalah *E-wallet*, hadirnya *E-wallet* memberikan keuntungan bagi pelanggan untuk melakukan transaksi *online* menjadi mudah dan efisien. Banyak sekali *E-wallet* yang terdapat di Indonesia dan mereka harus saling berusaha untuk menjaga hubungan terhadap pelanggannya. Maka dari itu perusahaan perlu mengetahui bagaimana pelayanan mereka yang telah mereka berikan terhadap pelanggannya, karena terkadang mereka tidak mengetahui apakah kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas pelanggan sesuai dengan yang mereka harapkan.

Oleh karena penjelasan diatas, maka penting untuk meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan, kepuasan dan loyalitas pelanggan. Dalam penelitian ini mengambil objek penelitiannya adalah Gopay, yang dimana Gopay salah satu *E-wallet* yang banyak dikenali. Penelitian ini menyusun dengan judul “Pengaruh Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan pengguna Gopay”.

1. Apakah ada pengaruh kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ?
2. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan ?
3. Apakah ada pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan ?

## 1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepercayaan pelanggan

terhadap loyalitas pelanggan.

2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap kepercayaan pelanggan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan dengan tujuan yang ada diatas, maka kegunaan dari penelitian ini adalah manfaat teoritis dan praktis :

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini dapat memberikan suatu informasi kepada perusahaan tentang kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan dan kepercayaan pelanggan.

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini memberikan sebuah pengetahuan tentang apakah terdapat pengaruh dari kepercayaan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan yang diteliti.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Terdapat batasan penelitian dalam hal ini yang bertujuan untuk menghindari terjadinya kesalahan pada pengerjaan penelitian ini. Batasan yang telah ditentukan adalah sebagai berikut :

- a) Objek dalam penelitian ini adalah Gopay.
- b) Subjek penelitian ini adalah pelanggan yang memakai *e-wallet* Gopay dengan sampel sebanyak 150 orang.
- c) Variable yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari kepuasan pelanggan, kepercayaan pelanggan, dan loyalitas pelanggan.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan ini disajikan kedalam 5 bab yang diuraikan penulis secara berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Didalam bab ini dijelaskan secara umum mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijelaskan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan model penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Didalam bab ini dijelaskan mengenai desain penelitian, teknik pengumpulan data, sampel penelitian, definisi operasional, ruang lingkup variable, dan metode analisis data.

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

Dalam bab ini menjelaskan mengenai data atau hasil analisis data yang sudah tersedia.

### **BAB V PENUTUP**

Dalam bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan, saran penelitian selanjutnya, implikasi mejerial, dan keterbatasan penelitian.