

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi membuat segala aktivitas manusia menjadi lebih mudah baik di bidang ekonomi dan sosial. Pada perkembangan teknologi saat ini dibutuhkan inovasi-inovasi baru agar semua kegiatan manusia menjadi semakin efisien, aman, cepat dan nyaman, terutama pada bidang perekonomian dunia. *The National Digital Research Centre* (NDRC) menyatakan bahwa *financial technology* adalah suatu inovasi baru gabungan antara layanan keuangan dengan teknologi modern (Hadi, 2017:99). Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 bahwa perkembangan teknologi dan sistem informasi terus melahirkan berbagai inovasi, khususnya yang berkaitan dengan financial technology (*fintech*) dalam rangka memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk di bidang jasa sistem pembayaran, baik dari sisi instrumen, penyelenggara, mekanisme, maupun infrastruktur penyelenggaraan pemrosesan transaksi pembayaran.

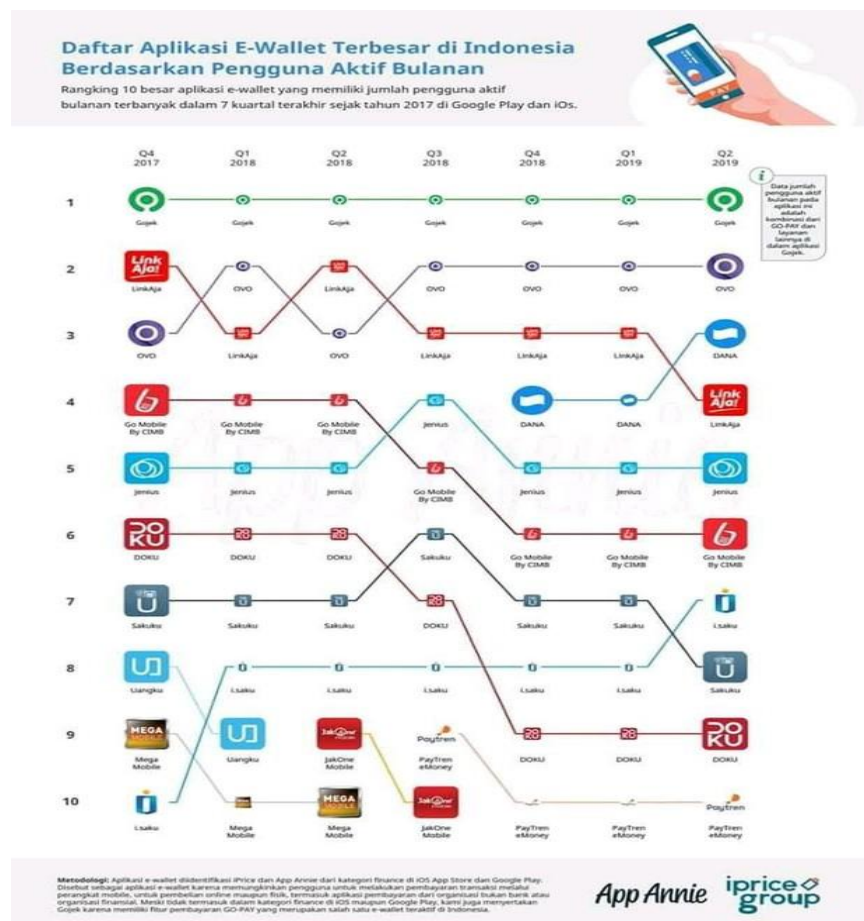
Industri *financial technology* (*fintech*) merupakan salah satu metode layanan jasa keuangan yang mulai populer di era digital sekarang ini. Sistem pembayaran berbasis teknologi menjadi salah satu sektor dalam industri *Fintech* yang paling berkembang di Indonesia. Sektor inilah yang kemudian paling diharapkan oleh pemerintah dan masyarakat untuk mendorong peningkatan jumlah masyarakat yang memiliki akses kepada layanan keuangan. Kehadiran teknologi yang terus berkembang selalu memberi pengaruh terhadap hidup manusia. Setiap terobosannya bahkan dapat mempermudah kebutuhan sehari-hari dalam segala aspek, tidak terkecuali untuk urusan finansial. Beberapa tahun belakangan ini, masyarakat Indonesia pasti sangat akrab dengan istilah *e-wallet* atau dompet digital.

Dompet digital merupakan aplikasi elektronik yang dapat digunakan untuk membayar transaksi secara online. Berbeda dengan uang elektronik yang menggunakan kartu sebagai alat pembayarannya, dompet digital hanya perlu menggunakan aplikasi pada ponsel. Selain menawarkan kemudahan, dompet digital juga dilengkapi dengan sistem perlindungan keamanan berlapis seperti *password* dan *One Time Password* (OTP) yang merupakan kode verifikasi dan dikirimkan melalui pesan singkat, *e-mail*, atau telepon. Dengan layanan ini, Anda

bisa melakukan berbagai transaksi tanpa uang tunai. Hanya dengan saldo yang ada di dalam akun dompet digital, semua pembelian baik secara *offline* atau *online* pun dapat terselesaikan.

Kualitas layanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya.

**Gambar 1. Data Pengguna Aplikasi Pembayaran Online**



Sumber: <https://www.cnbcindonesia.com/> 2021

DANA sebagai pendaatang baru aplikasi *e-wallet* di Indonesia langsung menunjukkan kegigihannya untuk menjadi pioner aplikasi *e-wallet* di Indonesia. Berdasar data riset iPrice Group, DANA memiliki pengguna aktif bulanan yang relatif stabil sejak Q2 2018 hingga Q2 2019. Dana berhasil naik satu peringkat di kuartal 2 2019 menggantikan LinkAja di posisi ketiga," ujar riset iPrice dan App Annie, seperti dikutip **CNBC Indonesia**, Kamis (15/8/2019). Beberapa pengguna "Berbeda dengan jumlah download aplikasi, DANA turun satu peringkat ke posisi 3 digantikan oleh OVO pada Q2 2019. DANA merupakan layanan aplikasi *e-wallet* hasil kerjasama Emtex group dan Ant Financial juga merupakan aplikasi *e-wallet* resmi yang bisa digunakan untuk transaksi di *e-commerce* Bukalapak melalui BukaDompot."

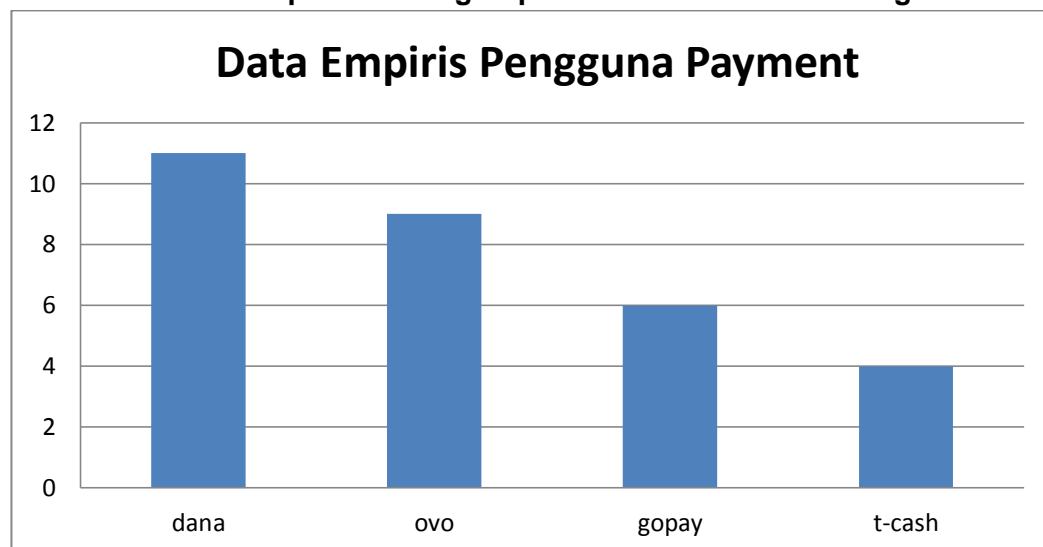
Merek mempunyai sifat khas, sifat khas inilah yang membedakan produk satu produk yang lain, walaupun sejenis. Dikenalnya merek oleh masyarakat membuat pihak perusahaan meningkatkan inovasi produk untuk menghadapi persaingan. Sedangkan bagi produsen merek tentunya bermanfaat untuk melakukan segmentasi pasar, menarik konsumen untuk membeli produk dari merek tersebut Perusahaan harus dapat menciptakan merek yang menarik, mudah diingat serta menggambarkan manfaat dari produk sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Karena persepsi pelanggan terhadap citra merek yang baik dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian. Itulah sebabnya membangun citra merek yang baik menjadi tugas penting bagi perusahaan Untuk menciptakan produk sendiri produsen perlu memfokuskan perhatian kepada hal yang utama yaitu bagaimana membangun *Brand Equity* yang kuat, bagaimana citra merek (nama perusahaan) menjadi yang pertama kali di ingat pelanggan (*Top of mind*), bagaimana mengelola merek sebagai aset terpenting perusahaan sehingga dipercaya. Hal ini didukung oleh penelitian terdahulu Deliana (2016) yang berjudul Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Yamaha Fino Pada Pt. Suraco Jaya Abadi Motor Cab. Pallangga, dengan Hasil Analisis Menunjukkan Bahwa Brand Image Promosi Mempunyai Pengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian .

Dalam persaingan bisnis yang semakin tajam dewasa ini, peranan periklanan semakin jelas. Bagi dunia periklanan, selain sebagai sarana untuk mempengaruhi hati konsumen, juga sebagai arena tarung dalam pikiran pasar sasaran. Semakin pentingnya iklan dalam dunia bisnis dewasa ini, sehingga satu

ciri kekuatan perusahaan terletak pada berapa besar dana yang diperlukan untuk periklanan. Semakin majunya teknologi, sedikit banyak dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk melihat iklan yang di sampaikan. Semakin menariknya suatu iklan yang disajikan akan membuat konsumen untuk tertarik melihat iklan yang disajikan, dan diharapkan juga semakin banyak masyarakat untuk mengkonsumsi produk yang ditawarkan dalam iklan tersebut. Alat komunikasi pemasaran periklanan sendiri memiliki berbagai macam media, antara lain adalah iklan pada media cetak, iklan pada media elektronik, poster, sampel, brosur, dan yang lainnya.

Di era globalisasi seperti sekarang ini sangat mempengaruhi kehidupan perekonomian di suatu Negara. Hal ini terkait juga dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih dengan adanya beberapa stasiun swasta yang ada seperti RCTI, SCTV, Trans TV, TV7, ANTV dan yang lainnya. Dengan banyaknya stasiun televisi yang bermunculan digunakan sebagai suatu kesempatan yang dapat digunakan untuk lebih menarik konsumen untuk melihat tayangan yang beragam di stasiun televisi. Hal tersebut dapat juga digunakan sebagai peluang bagi perusahaan untuk menggunakan iklan dalam menarik konsumen dalam membeli produk yang ditawarkan.

**Gambar 2. Data Empiris Tentang Kepuasan Konsumen FEB Angkatan 2018**



Sumber: Wawancara Langsung Ke Mahasiswa FEB 2018 Dibuat Tahun 2021

dari pra survei yang telah di lakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro Angkatan 2018 yaitu sebanyak 30 mahasiswa/i. Mahasiswa yang memakai aplikasi Go-Pay sebanyak 6 mahasiswa, sedangkan mahasiswa yang memakai aplikasi T-Cash sebanyak 4 mahasiswa,

Mahasiswa yang memakai aplikasi OVO sebanyak 9 mahasiswa Yang memakai aplikasi DANA sebanyak 11.

Adapun Kepuasan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan bisnis terutama pada strata satu dan diploma tiga angkatan 2018 Univeristas Muhammadiyah Metro ketika di wawancarai yaitu kepuasan mahasiswwa dalam menggunakan Aplikasi DANA ini terletak ketika mahasiswa mendapatkan pengaruh yang baik ketika ia memakai produk tertentu contohnya Aplikasi DANA ini, mahasiswa sangat merasa puas atas pelayanan ataupun fitur dari Aplikasi DANA ini sendiri, hal ini dikarenakan aplikasi dana memberikan promo promo yang menarik bagi mahasiswa contohnya : kamu bisa dapat cashback sampai 50% belanja di ramayana atau robinson seluruh indonesia,. Aplikasi DANA adalah dompet digital yang memudahkan penggunanya dalam hal transaksi toko online, tagihan, merchant, dan lain sebagainya. Berikut berbagai kelebihan yang kamu dapat bila menggunakan aplikasi ini. DANA selalu mengadakan promo-promo menarik di sejumlah merchant dan kamu bisa mendapatkan potongan harga sampai *cashback* setiap melakukan transaksi. Misalnya voucher sebesar 50% bila melakukan transaksi di KFC, Hokben, dan lainnya, Dengan DANA, kamu bisa membayar berbagai tagihan meliputi tagihan air, listrik, asuransi, internet, bpjs , TV, cicilan, telepon pasca bayar, dan kabel tv, tanpa perlu keluar rumah. Aplikasi ini juga menyediakan voucher 50% bila pengguna melakukan pembayaran tagihan pada pembayaran kedua maksimal Rp25.000.

Besaran saldo awal saat menggunakan aplikasi dompet digital bisa jadi pertimbangan bagi konsumen, terlebih bila relatif tinggi. Ternyata DANA hanya mensyaratkan biaya Rp10 ribu saja sebagai saldo awal. Kamu bisa menggunakannya untuk berbelanja maupun transfer ke akun DANA lain. Ada baiknya kamu meng-update akun DANA biasa ke premium supaya bisa mendapatkan berbagai fitur dan keuntungan lainnya. Sebagai aplikasi yang menyimpan dana penggunanya, DANA tentu memiliki berbagai proteksi dan keamanan yang ketat. Sampai saat ini DANA telah mendapat 4 lisensi dari BANK INDONESIA berupa soal izin penggunaan *e-money*, *e-wallet*, lembaga keuangan digital, dan juga transfer uang online. Jadi konsumen tidak perlu meragukan kredibilitas dan keamanan aplikasi ini. Dompet digital DANA juga menyediakan fitur pengenalan wajah untuk login alias *face login* Mulanya fitur ini hanya bisa digunakan oleh pengguna DANA Premium, kini sudah bisa dinikmati oleh semua pengguna DANA tanpa terkecuali. Teknologi Face Login tentunya memberikan

perlindungan keamanan yang makin protektif. Tentunya hal ini juga praktis karena pengguna tidak harus selalu mengingat PIN.

DANA (*Digital payment*) memiliki kontribusi yang besar dalam meningkatkan pemahaman masyarakat akan layanan penggunaan aplikasi dan keuangan digital (*fintech*) yang semakin bulan semakin meningkat. Pemahaman ini juga didukung dengan beberapa alasan, yakni kemudahan dalam penggunaan, simpel, efisiensi waktu, tidak perlu repot pergi ke bank, lebih aman, banyaknya promo serta pengelolaan yang lebih baik. Dari hasil penelitian Suwanto dan Suharto (2013) bahwa “kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa mempunyai hubungan yang erat, dimana antara kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa saling mempengaruhi, tetapi dalam penelitian skripsi ini hanya meneliti dari pengaruh bukti fisik, kehandalan dan jaminan terhadap kepuasan konsumen”.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Kehandalan dan Brand Image Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan *Digital Payment* Dana (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Muhammadiyah Metro)**”.

## **B. Identifikasi dan Rumusan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

- a. Banyaknya pesaing produk yang sejenis.
- b. Brand image masih rendah.
- c. Belum maksimal dalam mengiklan Aplikasi Dana
- d. Penggunaan Aplikasi yang terkadang membuat bingung pengguna

### **2. Rumusan masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah variabel Kehandalan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?
- b. Apakah variabel Brand Image berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?
- c. Apakah variabel Kehandalan, brand Image secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut;

1. Untuk mengetahui apakah variabel *Kehandalan* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan DANA di FEB UM Metro.
2. Untuk mengetahui apakah variabel *Brand Image* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan DANA di FEB UM Metro.
3. Untuk mengetahui apakah variabel *kehandalan* dan *Brand Image* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan DANA di FEB UM Metro.

### D. Kegunaan Penelitian

#### 1. Bagi Peneliti

Selain sebagai syarat menyelesaikan pendidikan S1 di Universitas Muhammadiyah Metro, juga dapat menambah wawasan pengetahuan dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen selama menggunakan DANA di kalangan masyarakat.

#### 2. Bagi Akademis

Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan informasi untuk menambah ilmu-ilmu tentang kualitas pelayanan dan hubungan terhadap kepuasan konsumen.

#### 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini berguna bagi si pihak pewaralaba untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan dan menjadi bahan pertimbangan dalam hal perumusan kebijakan pelayanan.

### E. Ruang Lingkup Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini berada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang beralamatkan di Jl. Ki Hajar Dewantara no. 116 Iringmulyo Kota Metro, hal ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam penggunaan *Digital Payment* (DANA) pada Mahasiswa FEB UM Metro.

## **F. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan gambaran mengenai penelitian ini, maka disusunlah sistematika penulisan yang berisi tentang pembahasan di tiap-tiap bab. Adapun sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang penelitian, identifikasi dan perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II KAJIAN LITERATUR**

Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan dalam melaksanakan penelitian. Bab ini juga membahas tentang hasil penelitian relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini memuat mengenai jenis penelitian, objek dan lokasi penelitian, metode penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data.

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

Dalam bab ini dijabarkan mengenai hasil dari pengumpulan dan pengolahan data berupa gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

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

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil pengolahan data dan saran

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**