

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pesatnya perkembangan teknologi saat ini menuntut masyarakat untuk berpikir cerdas dalam memanfaatkan segala kemudahan akses yang ada. Salah satu kemudahan akses yang bisa dirasakan adalah transaksi pembayaran. Karena perkembangan teknologi, pembayaran transaksi kini dapat dilakukan secara non tunai. Dimana pembayaran non tunai ini dikembangkan oleh para pebisnis *fintech* (*Financial Technology*).

Fintech merupakan bisnis *startup* yang bergerak di bidang bisnis keuangan. Salah satu produk keuangan yang dihasilkan adalah uang elektronik. Kemunculan uang elektronik mendukung masyarakat untuk melakukan transaksi keuangan tanpa menggunakan uang tunai.

Selain uang elektronik, alat pembayaran atau transaksi non tunai lain yang banyak digunakan masyarakat adalah dompet digital (*e-wallet*). Dompet digital adalah alat pembayaran non tunai yang menggunakan layanan elektronik untuk menyimpan data pada alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik yang digunakan untuk menyimpan dana untuk melakukan pembayaran maupun transaksi. Dompet digital berbasis server, akibatnya membutuhkan media seperti PC, tablet, atau Smartphone yang terkoneksi menggunakan server penerbit melalui jaringan internet jika ingin melakukan transaksi (Febrilia, 2020).

E-Wallet juga berkembang seiring dengan penggunaan *e-commerce* dan marketplace di Indonesia seperti Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada dan lain-lain. Melalui *e-wallet*, pembayaran produk atau layanan yang ingin dibeli konsumen dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja dengan menggunakan *smartphone* yang dimilikinya. Hanya dengan mengisi *top-up* saldo dari *e-wallet* yang tersedia di masing-masing *e-commerce* ataupun *marketplace* tersebut (Kusnawan, 2019).

Kemajuan *e-wallet* di Indonesia juga dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam meningkatkan kualitas aplikasi *e-wallet*. Kualitas sering diartikan sebagai tolak ukur yang harus dicapai oleh karakteristik tertentu dalam memenuhi persyaratan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Terdapat lima dimensi kualitas layanan menurut pendapat ahli yaitu *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (reliabilitas), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati), terhadap kepuasan dan memungkinkan pelanggan setia pada layanan atau pelayanan yang disediakan (Lubis, 2017).

Berdasarkan data Bank Indonesia tahun 2019, terdapat 38 dompet digital yang memiliki izin resmi. Namun menurut survei yang dilakukan oleh iPrice dan App Annie, ternyata Go-pay masih menjadi dompet digital terkuat yang masih digunakan hingga akhir 2019. Diikuti oleh OVO di posisi kedua dan kemudian Dana yang berhasil menurunkan Link Aja ke tempat keempat (Devita, 2019).

Selama pandemi saat ini, pembayaran non tunai menjadi pilihan yang tepat untuk digunakan. Generasi milenial yang kini menjadi *trendsetter* semua terobosan baru di dunia juga menggunakan istilah *cashless society* yang semakin akrab dengan istilah tersebut beberapa tahun terakhir, apalagi pemerintah mendukung tren tersebut melalui Bank Indonesia sebagai badan hukum publik yang telah mencanangkan Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT). Sebagai generasi milenial, mahasiswa kini juga memanfaatkan kemajuan teknologi dan berpartisipasi di dalamnya. Hal tersebut ditunjukkan berdasarkan hasil survei perusahaan *fintech* tentang penggunaan *e-wallet* di Indonesia (Dewi 2020).

Hasil observasi data BPS tahun 2018 menunjukkan data pengguna internet mengalami peningkatan hingga 40% yang memungkinkan penggunaan dompet digital secara masif juga berdampak hal yang sama (Sulistiyowati, 2020). Terkait jumlah pengguna internet, Kominfo menunjukkan bahwa 49,52% pengguna internet merupakan generasi milenial (generasi yang lahir tahun '90-an dan '00-an) (Kusnawan, 2019).

Berdasarkan uraian data yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti memilih mahasiswa Universitas Negeri Medan sebagai objek penelitiannya. Hal ini didukung karena pada dasarnya mahasiswa aktif suatu universitas saat ini adalah generasi milenial yang berarti pengguna internet juga dianggap sebagai pengguna dompet digital yang masif.

Kepuasan dan loyalitas pelanggan merupakan tolak ukur keberhasilan suatu kualitas layanan. Kepuasan terhadap sesuatu dapat diartikan sebagai tingkat puas seseorang karena telah mampu membandingkan ekspektasi dengan kenyataan suatu layanan atau jasa. Loyalitas pelanggan adalah loyalitas seseorang terhadap suatu produk atau jasa. Loyalitas pelanggan juga bisa disebut sebagai wujud dan kelanjutan kepuasan pelanggan terhadap fasilitas layanan atau layanan yang ditawarkan. Loyalitas pelanggan dapat diukur dengan melakukan pembelian atau menggunakan layanan / layanan ini secara berkelanjutan (Askari, 2014).

Dalam hal ini, diperlukan metode yang dapat membantu untuk menganalisis atau melihat pengaruh yang dimiliki antara kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan perantara rasa puas yang dimiliki. Metode yang sekiranya digunakan untuk menganalisis penelitian ini adalah *Structural Equation Modelling* atau yang sering disingkat dengan SEM. Sebelum melakukan analisis pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan menggunakan SEM, peneliti juga akan melihat bagaimana hubungan antar variabel indikator terhadap variabel latennya. Peneliti juga akan melihat bagaimana persentase pengguna dompet digital di Universitas Negeri Medan berdasarkan asal fakultas, jenis *e-wallet* yang paling sering digunakan dan jenis transaksinya. Metode yang dapat melihat persentase ini disebut juga dalam statistika deduktif yang berupa teknik menyajikan data kedalam bentuk diagram ataupun grafik.

SEM merupakan gabungan dari dua metode yaitu analisis faktor dan pemodelan persamaan simultan. Kedua metode tersebut merupakan metode statistik yang berbeda (terpisah), dimana analisis faktor berkembang dalam psikometri dan persamaan simultan dikembangkan dalam ekonometrika (Ghozali, 2017).

Analisis faktor merupakan alat yang digunakan agar dapat mereduksi faktor-faktor atau komponen-komponen yang mempengaruhi suatu variabel menjadi beberapa bagian indikator. Indikator berguna sebagai alat untuk mengukur bagaimana pengaruh suatu variable tersebut (Artaya, 2018).

Persamaan simultan merupakan model ekonometrika yang mempunyai variabel endogen dan eksogen dalam suatu persamaan. Metode estimasi yang bisa digunakan pada persamaan simultan adalah ADF, *Two-Stage Least Squares Estimation* (2SLS), *Three-stage Least Squares* (3SLS), *The Reduced-Form Equations* dan *Indirect Least Square* (ILS) (Bekti, 2014).

Kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan merupakan variabel laten yang akan diukur dalam penelitian ini. Untuk itu analisis menggunakan SEM merupakan pilihan yang tepat untuk digunakan. Sebab, variabel-variabel tersebut hanya dapat diukur secara tidak langsung atau dapat dikatakan sebagai variabel yang tidak teramati (*unobserved variable*) dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan yang menanyakan tentang kepuasan pelanggan terhadap suatu fasilitas pelayanan. Responden atau sampel akan diminta untuk menjawab kuesioner yang merupakan indikator atau *manifest variable* dengan jenis jawaban skala likert yaitu dengan 5 kategori jawaban, sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju. Hal lain yang dimiliki analisis SEM terlihat dari keunggulannya dibandingkan dengan metode statistik multivariat lainnya karena dalam persamaan struktural ini variabel laten termasuk dalam kesalahan pengukuran dalam model (Ghozali, 2017).

Analisis SEM memiliki banyak metode estimasi parameter model yang digunakan. Salah satunya adalah metode MLE yang akan digunakan dalam penelitian ini. Metode estimasi model MLE dapat digunakan jika asumsi normalitas multivariat terpenuhi. Ini menunjukkan bahwa data harus berdistribusi normal. Ukuran sampel juga sangat penting dalam metode ini. Jika ukuran sampel mencapai 400 – 500 maka akan membuat uji kesesuaian model tidak sesuai. Sehingga akan lebih baik jika ukuran sampel yang digunakan adalah 200 – 400 (Sarwono, 2010).

Beberapa penelitian lain yang juga menggunakan metode SEM antara lain dilakukan oleh Ika Febrilia, dkk (Febrilia, 2020) yang melakukan penelitian tentang minat menggunakan *Cashless Payment System*, Pribanus Wantara (Wantara, 2015) yang meneliti hubungan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di perpustakaan dengan bantuan AMOS sebagai alat untuk menampilkan hasil dari semua data yang diperoleh, serta penelitian oleh Tiurida Lily Anita (Anita, 2019) yang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan di *e-commerces* terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan dengan hasil bahwa variabel kualitas pelayanan mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan kemudian variabel kepuasan pelanggan mempengaruhi variabel loyalitas pelanggan.

Dalam penelitian ini, akan dikaji bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan menggunakan metode SEM. Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penulis akan melakukan penelitian dengan judul **Analisis Pengaruh Kualitas Layanan E-Wallet Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (SEM)**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor dan jenis hubungan apakah yang paling mempengaruhi loyalitas pelanggan *e-wallet* ?
2. Bagaimanakah persamaan struktural yang terbentuk dari pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan ?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat luasnya masalah yang akan diteliti, maka akan diberikan batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online*.
2. Objek penelitian adalah Mahasiswa/I Universitas Negeri Medan (tingkat pendidikan sarjana).
3. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*.
4. Ukuran sampel ditentukan dengan menggunakan tabel *Krejcie*.
5. Metode estimasi parameter yang digunakan adalah *Maximum Likelihood Estimation*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor dan jenis hubungan yang paling mempengaruhi loyalitas pelanggan *e-wallet* .
2. Mengetahui persamaan struktural yang terbentuk dari pengaruh langsung kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, berguna untuk menambah pengetahuan atas penggunaan analisis menggunakan SEM.
2. Bagi pembaca, berguna sebagai referensi atau rujukan dalam membuat penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sama.
3. Bagi bisnis *fintech*, dapat menjadi pertimbangan dalam mengembangkan dan meningkatkan kualitas layanannya.