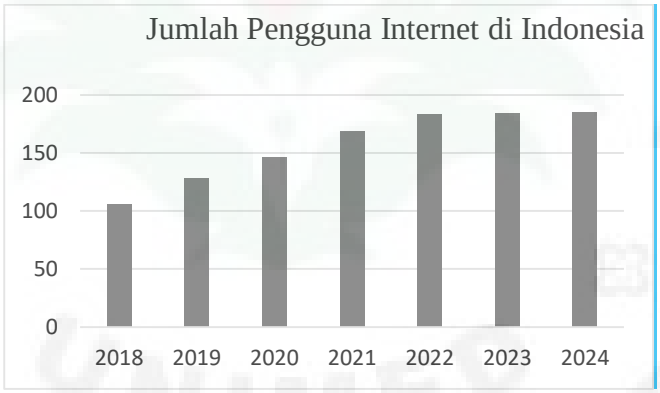
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Berbagai aspek kehidupan masyarakat telah mengalami perubahan yang sangat signifikan akibat perkembangan teknologi informasi di era digital. Salah satu buktinya adalah meningkatnya jumlah pengguna internet di Indonesia setiap tahunnya, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.1. Berdasarkan DataReportal (2024), jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 185,3 juta orang atau sekitar 66,5% dari total populasi penduduk Indonesia.



Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia
Sumber: DataReportal

Peningkatan penggunaan internet tidak terlepas dari meningkatnya penetrasi smartphone di Indonesia yang menjadi sarana utama masyarakat dalam mengakses layanan digital (Kusuma, 2024). Kondisi tersebut mendorong digitalisasi di berbagai aspek kehidupan masyarakat, sehingga berbagai aplikasi digital terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan pengguna, termasuk aplikasi *aggregator* kupon dan diskon (Sari & Diana, 2024). Kehadiran aplikasi tersebut memberikan kemudahan bagi konsumen dalam memperoleh informasi dan mengakses berbagai penawaran dari sejumlah *merchant* melalui satu *platform*. Namun, banyaknya pilihan aplikasi digital juga membuat pengguna semakin memiliki pertimbangan dalam menentukan aplikasi yang akan terus digunakan.

Di Indonesia, salah satu aplikasi *aggregator* kupon dan diskon adalah Qpon. Qpon merupakan aplikasi yang menyediakan berbagai *voucher* diskon untuk kategori makanan dan minuman, pakaian, kecantikan, serta hiburan (Play Store, 2025). Meningkatnya minat masyarakat terhadap promosi digital turut mendorong peningkatan jumlah unduhan aplikasi tersebut. Berdasarkan Androidrank (2025), jumlah unduhan Qpon mencapai 13.787.659 pada Desember 2025 sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.2.



Gambar 1.2 Jumlah Unduhan Aplikasi Qpon di Google Play
Sumber: Androidrank

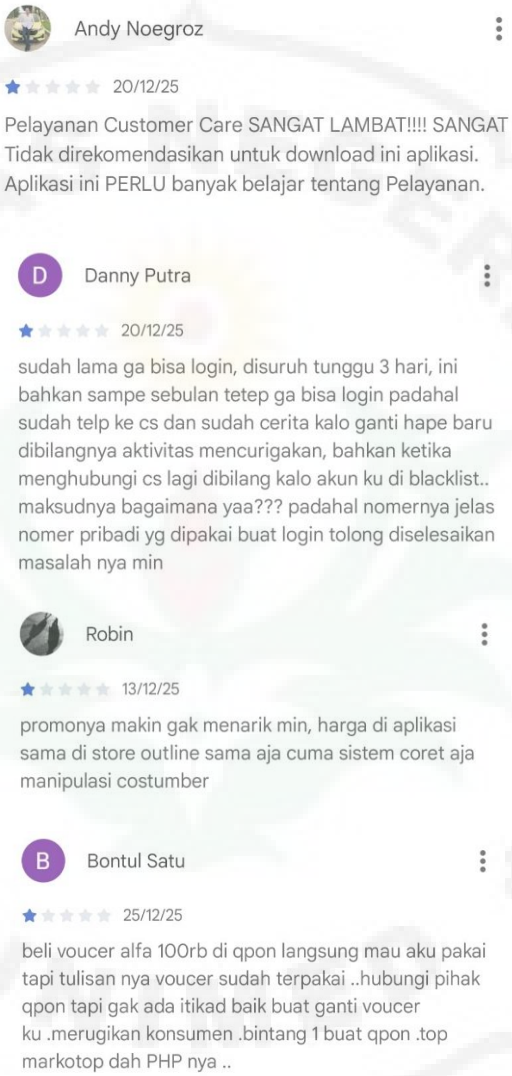
Namun, tingginya jumlah unduhan tidak selalu mencerminkan penggunaan berkelanjutan, karena keberhasilan jangka panjang suatu aplikasi lebih ditentukan oleh manfaat yang dirasakan serta kepuasan pengguna. Sejalan dengan hal tersebut, Susilo et al. (2023) mengemukakan bahwa banyaknya jumlah unduhan tidak menjamin pengguna akan terus menggunakan suatu aplikasi. Ketika aplikasi tidak mampu memenuhi harapan pengguna, mereka cenderung beralih atau menghentikan penggunaannya. *Rating* aplikasi di Google Play Store mengalami fluktuasi selama periode Juni 2025 hingga Januari 2026, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.3. Fluktuasi tersebut mengindikasikan bahwa pengalaman dan kepuasan pengguna terhadap aplikasi belum sepenuhnya konsisten.



Gambar 1. 3 Rata - Rata *Rating* Aplikasi Qpon di Google Play
Sumber: Androidrank, 2025

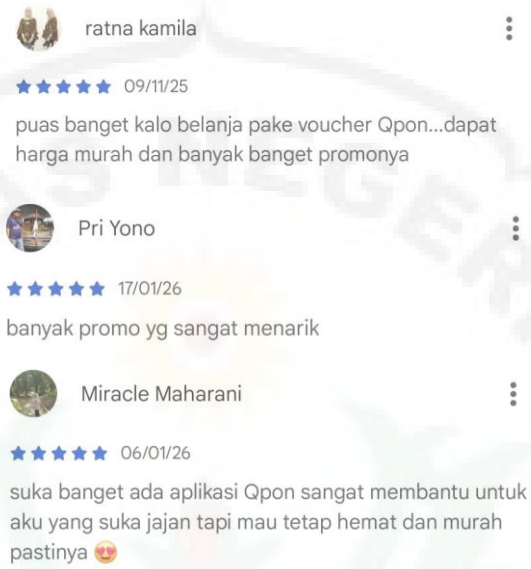
Untuk memperkuat fenomena tersebut, penulis melakukan observasi awal terhadap *review* aplikasi Qpon di Google Play Store. Hasil observasi menunjukkan berbagai permasalahan yang mengindikasikan adanya ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman pengguna. Dari sisi persepsi kegunaan *(perceived usefulness),* pengguna mengeluhkan kegagalan penukaran *voucher* yang telah dibayar, ketidakakuratan informasi *merchant*, serta gangguan sistem seperti *voucher* yang hilang atau akun yang tidak dapat diakses. Berbagai permasalahan tersebut menunjukkan bahwa manfaat aplikasi yang dirasakan pengguna belum sepenuhnya sesuai dengan harapan.

Dari sisi kepuasan pengguna *(user satisfaction),* pengguna juga mengeluhkan lambatnya respons *customer service* serta proses *refund* yang memerlukan waktu cukup lama. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pengalaman penggunaan aplikasi belum mampu memenuhi harapan sebagian pengguna. Permasalahan tersebut dapat memengaruhi keputusan pengguna untuk tetap menggunakan aplikasi Qpon pada masa mendatang. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji sejauh mana persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna berperan dalam membentuk niat penggunaan berkelanjutan (*continuance intention*) terhadap aplikasi Qpon.



Gambar 1. 4 Ulasan Keluhan Pengguna Qpon
Sumber: Google Play Store, 2025

Di sisi lain, tidak semua pengguna memberikan penilaian negatif. Sejumlah pengguna menilai bahwa Qpon masih memberikan manfaat, terutama melalui ketersediaan dan keberagaman pilihan promo. Ulasan positif tersebut menunjukkan bahwa Qpon masih memiliki potensi untuk memenuhi kebutuhan pengguna dalam memperoleh promo dan *voucher*. Temuan tersebut menunjukkan bahwa permasalahan Qpon tidak terletak pada konsep aplikasinya, melainkan pada kualitas layanan dan keandalan teknis yang belum mampu mengoptimalkan potensi aplikasi secara menyeluruh.



Gambar 1. 5 Ulasan Positif Pengguna Qpon
Sumber: Google Play Store, 2025

Permasalahan pada persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna tersebut berdampak pada menurunnya niat penggunaan berkelanjutan (*continuance intention*). Beberapa pengguna menyatakan tidak berniat menggunakan kembali aplikasi Qpon dan cenderung beralih ke aplikasi lain yang dianggap lebih andal. Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan pengguna. Untuk memperoleh bukti yang lebih kuat mengenai fenomena tersebut, penulis melakukan pra-survei terhadap 30 mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan yang telah menggunakan aplikasi Qpon dalam tiga bulan terakhir. Mahasiswa tersebut dipilih karena merupakan pengguna aktif aplikasi dan media digital. Hasil pra-survei tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 1.1 Hasil Pra-survei Persepsi Kegunaan Aplikasi Qpon pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UNIMED

No.	Pernyataan	Ya/Membantu	Kurang	Tidak
1	Apakah aplikasi Qpon membantumu menyelesaikan kebutuhan mencari promo/diskon dengan lebih cepat dan lancar	8 (26,7%)	12 (40%)	10 (33,3%)

2	Qpon lebih efisien dibanding mencari promo secara manual	6 (20%)	13 (43,3%)	11 (36,7%)
3	Informasi outlet, lokasi, dan ketersediaan *voucher* selalu akurat	4 (13,3%)	16 (53,3%)	10 (33,3%)
4	Qpon memberikan manfaat nyata dalam kehidupan sehari-hari	8 (26,7%)	10 (33,3%)	12 (40%)

Sumber: Data Pra-survei, 2026

Berdasarkan Tabel 1.1, persepsi kegunaan aplikasi Qpon masih tergolong rendah. Hanya 13,3% responden yang menilai informasi aplikasi selalu akurat dan 20% yang menyatakan Qpon lebih efisien dibandingkan mencari promo secara manual. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa manfaat yang dirasakan oleh pengguna belum sepenuhnya memenuhi harapan mereka.

Tabel 1.2 Hasil Pra-Survei Kepuasan Pengguna Aplikasi Qpon pada Mahasiswa Jurusan Manajemen UNIMED

No.	Pernyataan	Puas/Sesuai	Biasa/Kurang	Tidak puas
1	Pengalaman penggunaan sesuai ekspektasi awal	5 (16,7%)	14 (46,7%)	11 (36,7%)
2	Merasa nyaman dan menyenangkan saat menggunakan Qpon	6 (20%)	12 (40%)	12 (40%)
3	Tidak pernah merasa menyesal atau kecewa setelah menggunakan Qpon	5 (16,7%)	10 (33,3%)	15 (50%)
4	Puas secara keseluruhan dengan aplikasi Qpon	6 (20%)	9 (30%)	15 (50%)

Sumber: Data Pra-survei, 2026

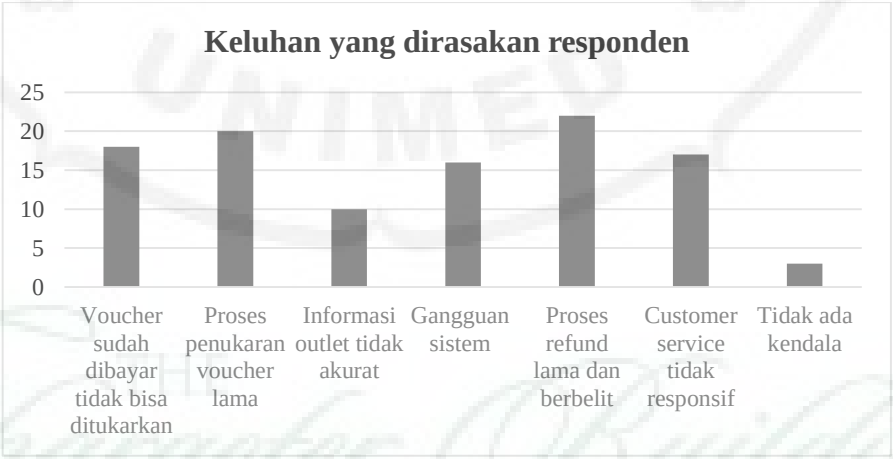
Sebagaimana terlihat pada Tabel 1.2, tingkat kepuasan Qpon juga tergolong rendah. Sebanyak 50% responden menyatakan tidak puas secara keseluruhan dan pernah merasa kecewa setelah menggunakan aplikasi. Temuan ini sejalan dengan rendahnya persepsi kegunaan yang telah dipaparkan sebelumnya.

Tabel 1.3 Hasil Pra-Survei Niat Penggunaan Berkelanjutan Aplikasi Qpon pada Mahasiswa jurusan manajemen UNIMED

No.	Pernyataan	Ya/Positif	Ragu - ragu	Tidak/Negatif
1	Berencana terus menggunakan Qpon ke depan	7 (23,3%)	12 (40%)	11 (36,7%)
2	Tetap memilih Qpon dibanding aplikasi promo lain	8 (26,7%)	10 (33,3%)	12 (40%)
3	Berencana lebih sering menggunakan Qpon	4 (13,3%)	10 (33,3%)	16 (53,3%)

Sumber: Data Pra-survei, 2026

Berdasarkan Tabel 1.3, sebanyak 53,3% responden tidak berencana lebih sering menggunakan Qpon dan 40% lebih memilih beralih ke aplikasi promo lain. Pra-survei juga mengidentifikasi kendala utama yang dirasakan pengguna, di mana proses *refund* yang lama dan kegagalan penukaran *voucher* menjadi keluhan terbanyak, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.6.

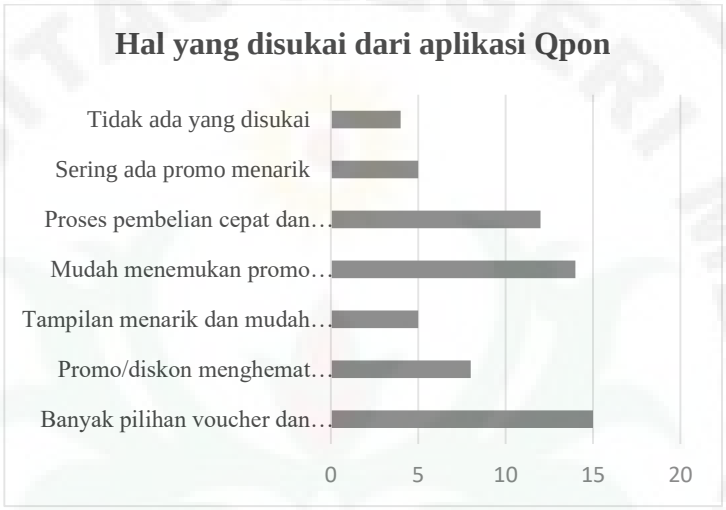


Gambar 1.6 Data Keluhan yang dirasakan pengguna Qpon di jurusan Manajemen UNIMED

Sumber: Data Pra-survei, 2026.

Di sisi lain, pra-survei menunjukkan bahwa Qpon masih memiliki beberapa keunggulan yang diapresiasi responden, terutama keberagaman *voucher*, kemudahan menemukan promo, serta proses pembelian *voucher* yang

dinilai praktis. Namun, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 1.7, masih terdapat beberapa responden yang menyatakan bahwa mereka belum merasakan manfaat dari penggunaan aplikasi tersebut.



Gambar 1.7 Data yang disukai pengguna Qpon di jurusan Manajemen UNIMED.

Sumber: Data Pra-survei, 2026.

Temuan pra-survei menunjukkan bahwa Qpon memiliki potensi manfaat, terutama dari sisi pilihan *voucher* dan kemudahan memperoleh promo. Namun, potensi tersebut belum dioptimalkan akibat berbagai kendala teknis dan layanan. Secara keseluruhan, hasil pra-survei menunjukkan bahwa rendahnya persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna diikuti oleh rendahnya niat penggunaan berkelanjutan.

Selain fenomena empiris yang telah dipaparkan sebelumnya, terlihat bahwa permasalahan pada aplikasi Qpon tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis, tetapi juga menyangkut persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna yang berdampak pada niat penggunaan berkelanjutan. Selanjutnya, untuk memperkuat urgensi penelitian, dilakukan identifikasi kesenjangan penelitian (*research gap*) berdasarkan hasil penelitian terdahulu.

Selain fenomena lapangan yang telah diuraikan, tinjauan terhadap literatur juga menunjukkan adanya inkonsistensi hasil penelitian terdahulu yang semakin memperkuat urgensi penelitian ini. Dari sisi pengaruh persepsi kegunaan terhadap

niat penggunaan berkelanjutan, sejumlah penelitian menemukan pengaruh yang positif dan signifikan, di antaranya Lestari et al. (2022) pada aplikasi DANA, 'Aisy et al. (2024) pada dompet digital ShopeePay, serta Fahrizal et al. (2023) pada aplikasi *food delivery*. Penelitian Rinwantin (2025) menunjukkan bahwa persepsi kegunaan belum mampu meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan secara signifikan. Sementara itu, Putra et al. (2023) menjelaskan bahwa pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat penggunaan berkelanjutan terjadi melalui kepuasan pengguna sebagai variabel mediasi.

Niat penggunaan berkelanjutan cenderung meningkat ketika pengguna merasa puas terhadap aplikasi. Temuan tersebut dibuktikan oleh penelitian Asyraf et al. (2025) dan Ubaidillah et al. (2023), yang menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan dari kepuasan pengguna terhadap niat penggunaan berkelanjutan. Sebaliknya, Olivia & Marchyta (2022) menunjukkan bahwa pengaruh kepuasan bersifat tidak langsung dan bergantung pada konteks *platform* yang diteliti. Perbedaan hasil tersebut mengindikasikan bahwa hubungan antarvariabel tidak bersifat universal, melainkan dipengaruhi oleh karakteristik *platform* yang menjadi objek penelitian.

Selain menunjukkan inkonsistensi hasil, penelitian mengenai niat penggunaan berkelanjutan masih didominasi pada konteks *e-wallet, mobile payment, marketplace, food delivery***,** dan media sosial. Penelitian yang secara khusus mengkaji aplikasi *aggregator voucher* dan promo digital seperti Qpon masih sangat terbatas. Padahal, aplikasi jenis ini memiliki karakteristik yang berbeda dari *platform* digital lainnya, seperti ketergantungan pada akurasi informasi *merchant,* keberhasilan penukaran *voucher* secara *real-time,* serta kualitas layanan pascatransaksi. Karakteristik tersebut menunjukkan adanya kesenjangan konteks penelitian**,** sehingga penelitian mengenai pengaruh persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna terhadap niat penggunaan berkelanjutan pada aplikasi Qpon masih perlu dilakukan.

Berdasarkan fenomena lapangan, hasil pra-survei, dan *research gap* yang ditemukan, terdapat urgensi yang tinggi untuk mengkaji secara mendalam faktor-faktor yang memengaruhi niat penggunaan berkelanjutan aplikasi Qpon. Penelitian

ini difokuskan pada mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2023 Universitas Negeri Medan karena kelompok ini merupakan pengguna aktif teknologi digital yang memiliki tingkat literasi digital tinggi, responsif terhadap promosi digital, serta sering memanfaatkan aplikasi berbasis *voucher* dan diskon dalam aktivitas konsumsi sehari-hari. Karakteristik tersebut menjadikan mahasiswa jurusan manajemen angkatan 2023 sebagai responden yang relevan untuk mengevaluasi manfaat dan kepuasan penggunaan aplikasi Qpon. Atas dasar itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis **"Pengaruh Persepsi Kegunaan Dan Kepuasan Pengguna Terhadap Niat Penggunaan Berkelanjutan Aplikasi Qpon (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Medan)".**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah peneliti uraikan, maka dapat identifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Jumlah unduhan Qpon meningkat pesat, namun *rating* di Google Play fluktuatif, menunjukkan kepuasan pengguna tidak sejalan dengan popularitas aplikasi.
2. Pengguna mengalami kesulitan menukarkan *voucher*, keterbatasan *merchant*, dan gangguan teknis, sehingga manfaat aplikasi tidak sesuai ekspektasi.
3. Lambatnya penanganan keluhan dan proses *refund* yang lama menimbulkan kesenjangan signifikan antara ekspektasi awal dan pengalaman aktual pengguna, sehingga berimplikasi pada rendahnya kepuasan pengguna terhadap aplikasi Qpon.
4. Rendahnya persepsi kegunaan aplikasi Qpon menyebabkan pengguna kurang merasakan manfaat nyata dari penggunaannya, sehingga berpotensi menurunkan niat mereka untuk terus menggunakan aplikasi tersebut di masa mendatang.
5. Masih terdapat perbedaan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna terhadap niat penggunaan

berkelanjutan dan masih terbatas penelitian mengenai niat penggunaan berkelanjutan pada aplikasi *aggregator* promo di kalangan mahasiswa.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada pengaruh persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna terhadap niat penggunaan berkelanjutan pada aplikasi Qpon, dengan objek penelitian mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2023 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Medan yang pernah melakukan transaksi menggunakan aplikasi Qpon minimal dua kali. Variabel yang diteliti meliputi persepsi kegunaan (X1), kepuasan pengguna (X2), dan niat penggunaan berkelanjutan (Y).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah ditetapkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah persepsi kegunaan berpengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan aplikasi Qpon pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2023 Universitas Negeri Medan?
2. Apakah kepuasan pengguna berpengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan aplikasi Qpon pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2023 Universitas Negeri Medan?
3. Apakah persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna secara simultan berpengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan aplikasi Qpon pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2023 Universitas Negeri Medan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan terhadap niat penggunaan berkelanjutan aplikasi Qpon pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2023 Universitas Negeri Medan.

2. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pengguna terhadap niat penggunaan berkelanjutan aplikasi Qpon pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2023 Universitas Negeri Medan.
3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna secara simultan terhadap niat penggunaan berkelanjutan aplikasi Qpon pada mahasiswa Jurusan Manajemen angkatan 2023 Universitas Negeri Medan.

1.6 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah diuraikan, manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna terhadap niat penggunaan berkelanjutan dalam konteks penggunaan aplikasi digital, khususnya aplikasi *aggregator* promo.
2. Bagi Perusahaan

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi pengelola aplikasi Qpon dalam meningkatkan manfaat aplikasi, kualitas layanan, serta kepuasan pengguna guna mendorong penggunaan berkelanjutan aplikasi. Selain itu, hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu diperbaiki berdasarkan persepsi dan pengalaman pengguna. Dengan demikian, perusahaan dapat merumuskan strategi pengembangan aplikasi dan peningkatan layanan yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pengguna.
3. Bagi Akademisi

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber rujukan bagi pengembangan penelitian selanjutnya, khususnya yang berkaitan dengan niat penggunaan berkelanjutan, persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna pada aplikasi digital.

4. Manfaat Teoritis

   Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian mengenai *Expectation Confirmation Model* (ECM), khususnya terkait pengaruh persepsi kegunaan dan kepuasan pengguna terhadap niat penggunaan berkelanjutan pada aplikasi *aggregator voucher* digital.