

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Tentang Perusahaan

DANA merupakan perusahaan *start up* dari PT Espay Debit Indonesia Koe yang bergerak pada bidang teknologi finansial yaitu dompet digital di Indonesia. DANA menjadikan setiap transaksi nontunai dan nonkartu secara digital, baik online maupun offline dapat berjalan dengan cepat, praktis dan tetap terjamin keamanannya. Aplikasi DANA dirancang oleh programmer yang andal dan mendapat sokongan investor kelas dunia yaitu PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) sebagai pemegang saham mayoritas dan Ant Financial. DANA memberikan performa yang baik di Indonesia dengan terus mengembangkan DANA sebagai dompet digital dengan sistem terbuka yang siap dimanfaatkan untuk mendukung setiap aktivitas ekonomi dan gaya hidup digital semua kalangan masyarakat Indonesia.

DANA memberikan dan menyediakan fitur layanan untuk transaksi secara online dan offline secara digital tanpa menggunakan kartu fisik. Tujuan dari adanya aplikasi ini adalah untuk memudahkan segala transaksi dengan mengadakan kampanye hashtag GANTIDOMPET sehingga membuat orang untuk transaksi secara *cashless*.

Dengan DANA, masyarakat bisa menjadi lebih produktif, efisien, dan kompeten. DANA juga dapat dioptimalkan untuk mendukung komitmen pemerintah menghemat biaya produksi dan distribusi uang fisik, serta meningkatkan literasi dan inklusi keuangan masyarakat Indonesia. Aplikasi DANA membantu pembangunan serta mengembangkan teknologi dan infrastruktur ekonomi digital yang bisa diandalkan oleh masyarakat Indonesia.



**Gambar 1.1**  
**Logo Perusahaan DANA**

*Sumber:* <https://dana.id/> (diakses pada tanggal 27 September 2019)

### 1.1.2 Produk dan Fitur Perusahaan

Aplikasi DANA memiliki berbagai produk dan fitur yakni sebagai berikut:



**Gambar 1.2**  
**Produk dan Fitur DANA**

Sumber: <https://dana.id/> (diakses pada tanggal 27 September 2019)

- a. Menyediakan kemudahan untuk pembayaran  
Semua transaksi pembayaran *online* maupun *offline* menjadi lebih mudah dengan menggunakan *scan* kode QR menggunakan saldo dan kartu Bank yang ada pada aplikasi DANA.
- b. Menyimpan kartu debit dan kartu kredit di aplikasi DANA  
Pembayaran dapat dengan mudah dan lebih cepat dilakukan dengan kartu debit dan kredit yang telah di daftarkan pada aplikasi serta bebas *top up*.
- c. Mengirim uang  
Mengirim uang dengan aplikasi DANA gratis biaya administrasi Bank ke sesama DANA dan antar Bank lain.

## 1.2 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan sistem teknologi informasi yang berbasis internet semakin maju dan berkembang setiap tahunnya. Perkembangan teknologi ini telah mempengaruhi segala aspek kehidupan, mulai dari komunikasi, transportasi, hingga perbankan. Perbankan sungguh sangat dimudahkan dengan adanya perkembangan sistem teknologi informasi yang berbasis internet. Dinamika kehidupan masyarakat dewasa ini, telah melahirkan pola pemikiran baru yang turut berkembang seiring dengan kemajuan zaman. Ketika mekanisme pembayaran dituntut untuk selalu mengakomodir setiap kebutuhan masyarakat dalam hal perpindahan dana secara cepat, aman dan efisien, maka inovasi-inovasi teknologi pembayaran semakin bermunculan dengan sangat pesat. Melihat pada kondisi tersebut, dan patut diingat bahwa perkembangan sistem pembayaran tidak pernah terpisahkan dengan inovasi-inovasi infrastruktur teknologi, maka

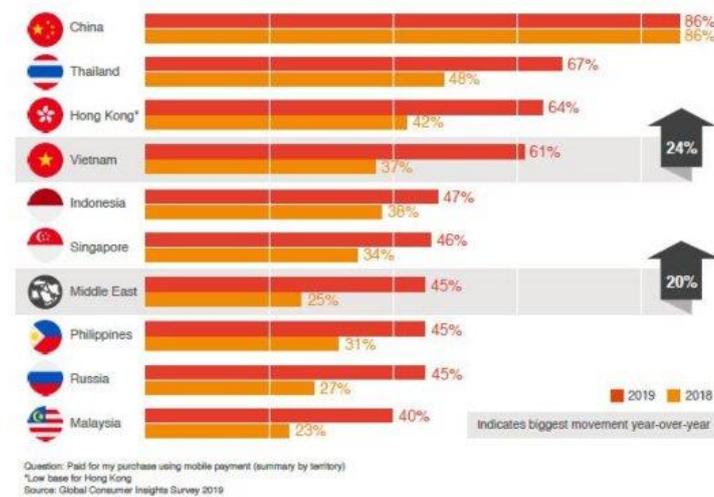
perkembangan sistem pembayaran di Indonesia saat ini mengarah pada upaya penguatan infrastruktur dan pengembangan sistem dengan bertopang pada kemajuan teknologi informasi. Industri pembayaran baik yang melibatkan bank maupun lembaga selain bank berlomba-lomba melakukan pengembangan sistem pembayarannya.

Masyarakat pun dihadapkan pada berbagai macam pilihan instrumen pembayaran. Instrumen pembayaran berbasis kertas *paper based* dan juga *card based* serta *electronic based* juga tidak kalah menarik dan semakin menjadi pilihan bagi masyarakat dalam melakukan transaksi. Pergeseran tren masyarakat dari penggunaan *paper based instrument* seperti cek dan bilyet giro ke penggunaan *card based* dan *electronic based instrument* terlihat dari semakin terbiasanya masyarakat menggunakan alat pembayaran seperti kartu kredit, kartu ATM/Debet, transfer elektronik melalui kliring dan *Real Time Gross Settlement (RTGS)*, *Scriptless Securities Settlement System (SSSS)*, uang elektronik baik yang berbentuk kartu (*card based*) maupun *server based*, pembayaran melalui saluran internet banking mobile payment dan fitur-fitur turunan lainnya. Walaupun tak dapat dipungkiri, ada segmen masyarakat tertentu yang masih atau lebih nyaman menggunakan cek atau Bilyet Giro (BG) (Bank Indonesia : Sistem Pembayaran, 2019).

Kemudian adanya pemberlakuan dan penerapan uang elektronik ini sudah sah setelah Bank Indonesia (BI) mengeluarkan peraturan yang tertuang dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 20/6/PBI/2018 tentang Uang Elektronik. Data terbaru, BI memastikan kelancaran sistem pembayaran tetap terpelihara, baik dari sisi tunai maupun nontunai, pada Februari 2019. Khusus untuk pembayaran nontunai, BI mengungkapkan ada peningkatan tajam. Bahkan, penggunaan uang elektronik mengalami pertumbuhan mencapai 66,6 persen (Lingga, 2019).

Berdasarkan pada survei *PricewaterhouseCoopers (PwC)* terkait dengan *Global Consumer Insights*, menggambarkan bahwa 47% responden di Indonesia menggunakan *mobile payment* untuk bertransaksi pada tahun 2019 (Gambar 1.3). Angka tersebut lebih tinggi jika dibandingkan dengan tahun 2018 yang tercatat masih sekitar 38%. Survei PwC tersebut melibatkan 21.480 responden dari 26 negara dan negara-negara di kawasan Timur Tengah. Di kawasan Asia Tenggara, Indonesia menjadi salah satu negara yang ikut masuk sebagai responden bersama dengan Thailand, Singapura, Filipina, Malaysia, dan Vietnam (Setiadji, 2019).

Figure 4: Biggest growth in mobile payment in Vietnam and Middle East



Gambar 1.3

### Statistik Pertumbuhan *Mobile Payment* di Asia

Sumber: <https://ekonomi.bisnis.com/> (diakses pada tanggal 27 September 2019)

Seiring dengan pertumbuhan pengguna *mobile payment* di Indonesia, beberapa keuntungan yang dirasakan oleh masyarakat adalah sebagai berikut:

#### 1. Lebih Mudah dan Praktis

Sistem yang diterapkan oleh *mobile payment* jauh lebih praktis daripada cara pembayaran tunai. Para pengguna aplikasi *mobile payment*, sudah memahami bagaimana sistem tersebut dapat mempersingkat proses pembayaran. Hal ini karena konsumen hanya melakukan pembayaran dengan di-*tap* tanpa harus repot merogoh dan mengeluarkan uang dari tas. Setelah pembayaran pun konsumen dan kasir tidak perlu menghitung uang kembalian. Kemudian dengan semakin banyak orang yang melakukan transaksi dengan *mobile payment*, jalur antrian pembayaran di kasir atau loket akan semakin pendek.

#### 2. Transaksi Lebih Aman

Salah satu cara menjaga keamanan data nasional pada transaksi *mobile payment* adalah dengan menggunakan *digital signature* yaitu kode identifikasi identitas pengirim pesan yang menjamin keaslian isi pesan elektronik. Kemudian pada aplikasi *mobile payment* setiap akan melakukan pembayaran harus memasukkan pin sehingga tidak bisa digunakan oleh orang lain tanpa sepengetahuan pemilik aplikasi. Selain itu, ada pula sertifikasi *Secure Socket Layer* (SSL) yang membantu menyembunyikan informasi pribadi dari pelanggan *e-commerce* dari pihak ketiga yang mencoba untuk mencuri data.

### 3. Promosi

Berbagai promosi yang diberikan oleh layanan pembayaran digital akan menguntungkan pengguna. Promosi seperti *cashback* atau diskon menjadi salah satu hal yang menarik pengguna untuk menggunakan layanan tersebut. Berdasarkan riset JakPat terhadap 1.625 responden pada Oktober 2018 lalu, sebanyak 65% responden menggunakan pembayaran digital ketika ada program promosi. Sementara, responden lain akan memakai layanan pembayaran digital ketika tidak membawa uang ataupun kartu kredit/debit (60,2%), hampir setiap waktu (42,7%), dan merasa transaksi nontunai lebih baik daripada tunai (24,5%).

### 4. Terdapat Histori Transaksi

Melansir Economy Times, CEO Outlook Asia Capital Manoj Nangpal berpendapat, bila semua transaksi dicatat maka dapat mengulas pengeluaran secara berkala, minimal satu hari sekali. "Jika semua transaksi dicatat, akan sangat mudah bagi orang untuk melacak pengeluaran mereka. Ini juga akan membantu saat mengajukan pengembalian pajak penghasilan dan jika dicermati, orang akan mudah menjelaskan pengeluaran mereka," kata Manoj.

### 5. Disiplin Anggaran

Histori transaksi yang ada pada aplikasi dompet digital memudahkan pengguna untuk mengatur anggaran bulanan di bulan selanjutnya. Jadi penggunaanya dapat menganalisis pengeluaran dalam sebulan, kemudian menerapkan hasil analisis tersebut pada *budgeting* bulan depan. Penganggaran mampu membuat disiplin dalam keuangan karena telah menentukan batasan-batasan di setiap transaksi yang akan dilakukan.

### 6. Risiko Lebih Rendah

Jika dicuri, maka dapat dilakukan pemblokiran pada dompet digital melalui akun yang terhubung di perangkat ponsel. Dengan begitu, uang dalam dompet digital tersebut kemungkinan tidak bisa digunakan lagi. Manoj berujar, "Opsi keuangan digital menawarkan keamanan, apalagi jika di masa depan mulai digunakan ID *biometrik* (sidik jari, pemindaian mata, dan lain-lain), itu menjadi sangat sulit untuk disalin sehingga sangat aman." Layanan dompet digital di Indonesia pun disesuaikan dengan aturan dari regulator. Sejalan dengan regulasi BI, sistem aplikasi penyedia pembayaran digital, Dana

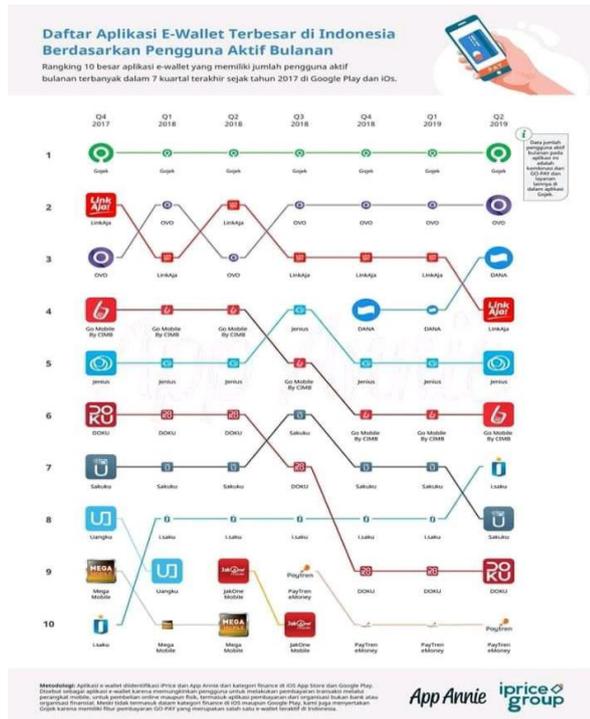
terintegrasi dengan data milik Dukcapil untuk melakukan proses KYC. Melalui data terintegrasi itu, registrasi Dana dapat dilakukan menggunakan KTP dan KK.

#### 7. Keuntungan Tersirat

Secara tidak langsung, tidak memiliki uang tunai membuat Anda bisa menolak seseorang yang ingin meminjam uang. Kelebihan lainnya, Anda dapat membayar jumlah yang tepat tanpa khawatir tidak ada kembalian dari pemilik toko.

Banyaknya keuntungan yang dirasakan oleh konsumen membuka peluang bagi para perusahaan untuk berlomba-lomba memanfaatkan peluang tersebut. Saat ini, pemain *mobile payment* di Indonesia terbagi ke dalam tiga kategori. Pertama, dari perusahaan telekomunikasi ada Dompotku, T-Cash, FlexiCash, Tunai by XL, dan lainnya. Untuk kategori dari perusahaan perbankan ada Mandiri e-Cash, Rekening Ponsel, Mega Virtual, BBM Money, Sakuku by BCA, dan lainnya. Sedangkan dari perusahaan rintisan ada Go-Pay, OVO, Dana, Doku, PayPro, PayAccess, dan lainnya (Imarketlogy: <https://academy.getcraft.com/> diakses pada 13 Januari 2020). Kemudian menurut Isna (2019), tren positif masyarakat tersebut yang banyak menggunakan *mobile payment* membuat perusahaan melakukan strategi promosi dengan cara berkolaborasi dengan perusahaan lain. Contoh kerja sama tersebut, antara lain Go-Pay dengan Alfamart, OVO dengan Tokopedia dan Grab, serta DANA dengan Ramayana.

DANA merupakan layanan aplikasi *e-wallet* hasil kerjasama Emtek group dan Ant Financial yang juga merupakan aplikasi *e-wallet* resmi yang bisa digunakan untuk transaksi di *e-commerce* Bukalapak melalui BukaDompot. Hasil data riset iPrice Group menyebutkan bahwa DANA sebagai pendatang baru aplikasi *e-wallet* di Indonesia langsung menunjukkan kegigihannya untuk menjadi *pioneer* aplikasi *e-wallet* di Indonesia (Gambar 1.4) (<https://www.cnbcindonesia.com/tech/> diakses pada tanggal 27 September 2019).

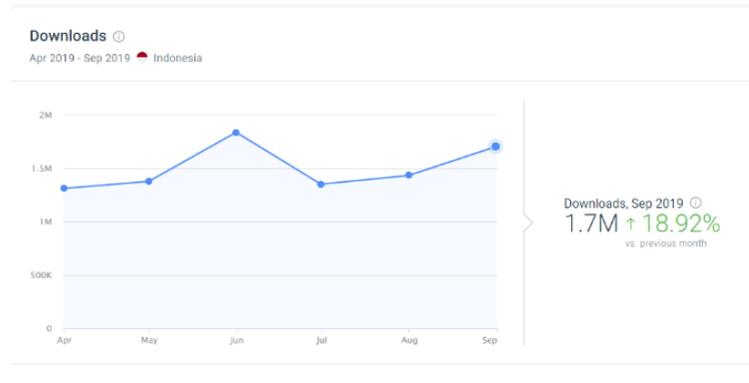


**Gambar 1.4**  
**Ranking 10 Besar Aplikasi E-Wallet**  
 Sumber: <https://www.cnbcindonesia.com>  
 (diakses pada tanggal 27 September 2019)

Kelebihan dari Aplikasi DANA yakni merupakan satu-satunya *platform* yang bisa *approve* dan registrasi *realtime*, sehingga tidak membutuhkan waktu yang lama untuk proses registrasi. DANA juga telah mendapatkan empat lisensi dari Bank Indonesia (BI), yakni soal izin penggunaan *e-money*, *e-wallet*, Lembaga Keuangan Digital (LKD), dan transfer uang online agar dapat meyakinkan konsumen bahwa aplikasi DANA aman untuk bertransaksi. DANA pun memilih konsep *open platform* agar bisa terhubung dengan layanan transaksi digital lain dari vendor yang telah bekerjasama seperti KFC, TIX.ID, Ramayana, dan BBM. Beberapa vendor ini juga sudah terintegrasi dengan sistem aplikasi DANA. Artinya, pengguna bisa mendaftarkan akun Dana di aplikasi lain yang terhubung dengan Dana (<https://tekno.kompas.com/> diakses pada tanggal 13 Januari 2020).

Bandung merupakan kota terbesar yang menggunakan dompet digital di Indonesia. Terbukti menurut hasil survei yang dilakukan oleh DANA tentang penggunaan dompet digital yang dilakukan di keempat kota yang ada di Indonesia menunjukkan bahwa Bandung memiliki hasil tertinggi yaitu sebesar 69,4 persen (<https://www.moneysmart.id/> diakses pada tanggal 4 November 2019).

Seiring dengan berkembangnya aplikasi DANA maka dapat dilihat dari gambar 1.5 bahwa jumlah download aplikasi DANA yang mengalami fluktuasi dari bulan April hingga September pada tahun 2019 menunjukkan kecenderungan naik.

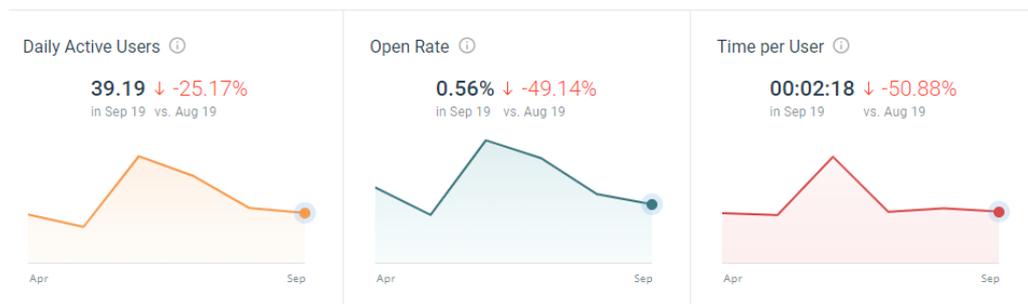


**Gambar 1.5**

**Jumlah Download Aplikasi Dana**

*Sumber:* data hasil olah pribadi melalui [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com) (diakses pada tanggal 27 September 2019)

Namun hal sebaliknya yakni terjadi pada jumlah pengguna aktif harian yang menunjukkan adanya penurunan. Pada gambar 1.6 memperlihatkan adanya *gap* bahwa terjadi sesuatu masalah pada aplikasi DANA sehingga terjadinya penurunan pengguna aktif harian.



**Gambar 1.6**

**Jumlah Pengguna Aktif Harian Aplikasi Dana**

*Sumber:* data hasil olah pribadi melalui [www.similarweb.com](http://www.similarweb.com) (diakses pada tanggal 27 September 2019)

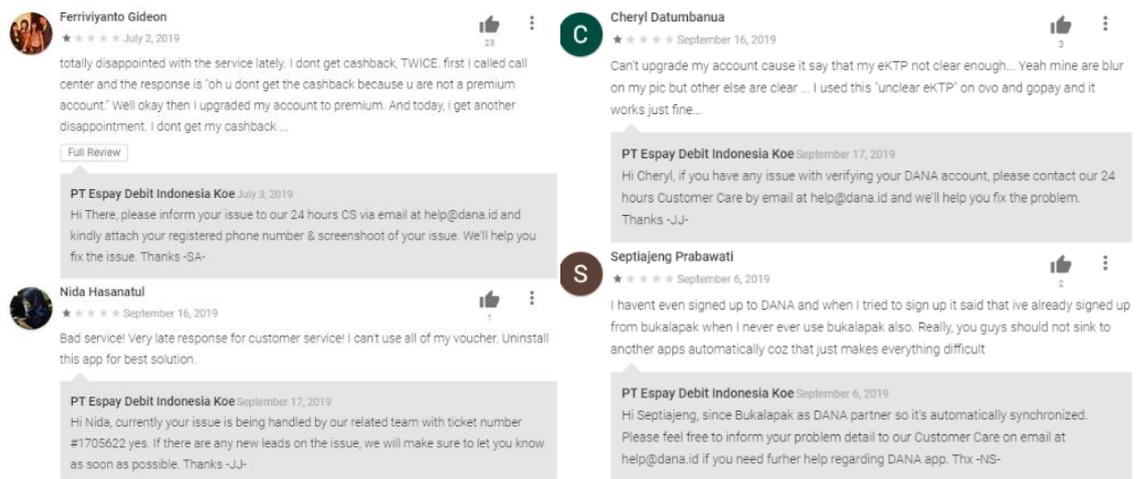
Kotler dan Keller (2016:189) menyatakan. persepsi merupakan proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, dan menginterpretasi masukan informasi guna menciptakan gambaran yang memiliki arti.

Kemudian Kotler dan Keller (2016:153) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul setelah membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan suatu produk atau jasa (atau hasil) dengan harapannya. Jika kinerja gagal memenuhi harapannya, maka pelanggan akan merasa

tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapannya, maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi harapannya maka pelanggan akan merasa sangat puas atau senang.

Menurut Wibowo dalam Mega dan Pratomo (2015), Usage adalah kondisi nyata penggunaan sistem. Dikonsepkan dalam bentuk pengukuran terhadap frekuensi dan durasi waktu penggunaan teknologi.

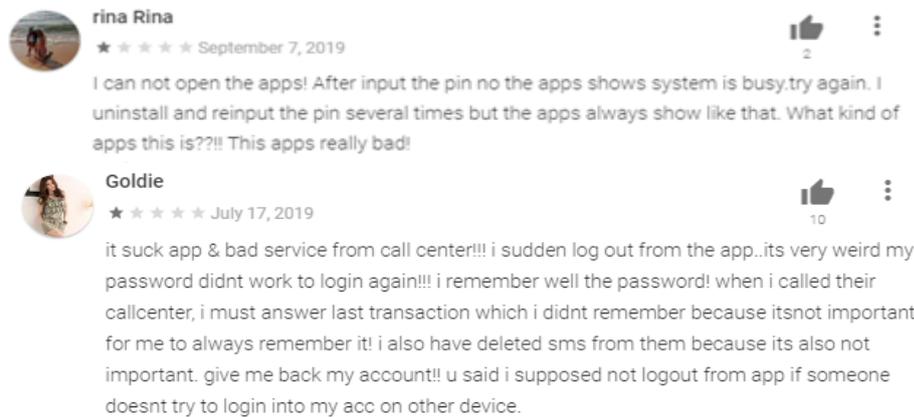
Setelah ditelusuri melalui review konsumen pada *google play store*, ternyata banyak konsumen yang merasa kecewa dengan layanan yang diberikan oleh aplikasi DANA. Kekecewaan yang dirasakan oleh konsumen antara lain adanya ketidaksesuaian promo, penanganan masalah yang lambat, dan aplikasi yang rumit. Hal ini diperkuat dengan adanya tanggapan dari konsumen melalui *review* pada Google Play Store yang memberikan bintang 1 dan menjelaskan alasan mereka (Gambar 1.7).



**Gambar 1.7**  
**Review konsumen**

*Sumber:* Google Play Store (diakses pada 27 September 2019)

Kemudian setelah ditelusuri lebih dalam lagi pada *google play store* dan suara konsumen ternyata terdapat *review* konsumen yang tidak hanya merasa kecewa namun mereka juga mempersepsikan bahwa aplikasi DANA sulit digunakan, tidak dipercaya, dan tidak aman seperti yang ditunjukkan pada gambar 1.8.



## Merasa Tertipu oleh Promo Cashback DANA 100%

Harris Hallatu 9 September 2019 Beri komentar Cashback, Cashless Payment, DANA, Dompet Digital, Fintech, Payment Gateway, Promo

Pada hari Jumat tanggal 6 September 2019, saya tertarik dengan promo *cashback* 100% di aplikasi DANA, yang katanya promo berlaku sampai tanggal 8 September pukul 15.15. Saya melakukan transaksi senilai Rp35.000 sudah termasuk pajak di Yoshinoya Pakuwon Mall Surabaya.

Transaksi dinyatakan berhasil dengan menggunakan DANA *Balance*, namun *cashback* 100% yang dimaksud tidak saya terima. Padahal saya belum pernah bertransaksi menggunakan aplikasi DANA di Yoshinoya sebelumnya, dan saya bukan pengguna baru karena sebelumnya saya sering bertransaksi di Bukalapak memakai DANA.

Beberapa menit setelah transaksi, saya juga mengirimkan email kepada *customer service* DANA untuk menanyakan perihal mengapa saya tidak menerima *cashback* tersebut. Sudah dua kali saya tanyakan tapi belum ada respon.

Sebagai pelanggan yang menggunakan aplikasi ini, saya merasa dirugikan karena saya tertarik makan di Yoshinoya karena adanya promo *cashback* ini.

**Gambar 1.8**  
**Review konsumen**

*Sumber:* Google Play Store (diakses pada tanggal 27 September 2019)

Kemudian untuk mengetahui lebih lanjutnya peneliti melakukan pra survei terhadap masyarakat Bandung sebagai data awal dengan jumlah responden sebanyak 30 orang dengan tujuan agar dapat mengetahui tanggapan responden mengenai performa yang telah dilakukan oleh aplikasi DANA yang ditunjukkan pada tabel berikut.

**Tabel 1.1**  
**Pra Survei Tanggapan Responden Terhadap DANA**

No.	Variabel	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju	
			%	Σ	%	Σ
1	Persepsi Konsumen (Singh et al. 2017)	Aplikasi DANA mudah digunakan	53%	16	47%	14
		Aplikasi DANA berguna untuk saya	60%	18	40%	12
		Saya percaya terhadap aplikasi DANA	57%	17	43%	13
		Aplikasi DANA sangat menarik dan jelas	47%	14	53%	16

No.	Variabel	Pernyataan	Setuju		Tidak Setuju	
			%	Σ	%	Σ
		Saya menggunakan aplikasi DANA karena banyak yang menggunakan	27%	8	73%	22
		Aplikasi DANA membuat saya percaya diri	17%	5	83%	25
		Aplikasi DANA sangat baik	70%	21	30%	9
		Aplikasi DANA aman	33%	10	67%	20
2	Penggunaan (Saunders 2016)	Saya sering menggunakan aplikasi DANA	63%	19	37%	11
3	Kepuasan Konsumen (Singh et al. 2017)	Saya puas dengan aplikasi DANA	43%	13	57%	17

Sumber: Hasil olah data penulis

Berdasarkan pada hasil pra survei tanggapan responden pada tabel 1.1 diatas, dapat dilihat bahwa masih terdapat tanggapan responden yang menyatakan tidak setuju terhadap beberapa pernyataan terkait persepsi konsumen, penggunaan, dan kepuasan konsumen DANA. Dapat dilihat bahwa tanggapan responden pada persepsi konsumen menunjukkan 83% responden tidak setuju bahwa dengan menggunakan aplikasi DANA membuat percaya diri. Hal tersebut berarti aplikasi DANA belum mampu membuat responden nyaman dengan fitur yang telah disediakan. Kemudian pada bagian kedua membahas tentang penggunaan menunjukkan 37% responden tidak setuju dengan seringnya menggunakan aplikasi DANA. Kemudian pada bagian ketiga membahas tentang kepuasan konsumen menunjukkan 57% responden tidak setuju dengan kepuasan dengan aplikasi DANA. Hal tersebut berarti DANA belum mampu memberikan performa yang baik agar membuat konsumen merasa puas.

Merujuk pada penelitian Singh, Srivastava, & Sinha (2017) bahwa terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi orang untuk menggunakan aplikasi *mobile wallet* yakni persepsi konsumen, preferensi, dan kepuasan. Hasil dari penelitian tersebut yakni menemukan hubungan yang kuat antara persepsi, preferensi, dan kepuasan dari penggunaan aplikasi *mobile wallet*. menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan dan positif antara kepuasan konsumen dengan persepsi. Hal tersebut diperkuat dengan adanya korelasi delapan indikator persepsi yang mengarah ke kepuasan. Penelitian

tersebut menegaskan pentingnya persepsi konsumen tentang kepuasan. Persepsi konsumen memainkan peran penting dalam menentukan kepuasan konsumen sehubungan dengan teknologi baru. Teknologi seperti *mobile wallet* memberikan layanan dalam jangkauan dan aksesibilitas konsumen kapan pun. Hal tersebut mengubah persepsi konsumen tentang *mobile technology* dan mendorong konsumen untuk menggunakannya untuk pembayaran tagihan, transfer uang, dan berbelanja. Kemudian hasil penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara persepsi, kepuasan, dan tingkat penggunaan teknologi *mobile wallet*. Hal ini berarti, jika konsumen merasa puas maka tingkat penggunaannya meningkat seiring waktu. Oleh sebab itu peneliti menggunakan variabel kepuasan konsumen sebagai variabel mediator.

Berdasarkan pada penjabaran fenomena diatas dan hasil pra survei tanggapan responden menunjukkan adanya masalah pada aplikasi DANA yang harus diselesaikan dan dicari solusi atas masalah tersebut karena jika tidak maka akan berdampak pada persepsi konsumen terhadap aplikasi DANA yang menyebabkan menurunnya jumlah pengguna aplikasi DANA yang akan menyebabkan kerugian di masa yang akan datang. Oleh sebab itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada aplikasi DANA dengan judul **“Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Penggunaan aplikasi DANA melalui Kepuasan Konsumen sebagai Mediator”**.

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pada latar belakang penulis maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap aplikasi DANA?
2. Bagaimana penggunaan terhadap aplikasi DANA?
3. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap aplikasi DANA?
4. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen DANA?
5. Bagaimana pengaruh kepuasan konsumen terhadap penggunaan aplikasi DANA?
6. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap penggunaan aplikasi DANA?

7. Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap penggunaan aplikasi DANA melalui kepuasan konsumen sebagai mediator?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada latar belakang dan identifikasi masalah penulis maka tujuan dialakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap aplikasi DANA
2. Untuk mengetahui penggunaan terhadap aplikasi DANA
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap aplikasi DANA
4. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap kepuasan konsumen DANA
5. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen terhadap penggunaan aplikasi DANA
6. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap penggunaan aplikasi DANA
7. Untuk mengetahui pengaruh persepsi konsumen terhadap penggunaan aplikasi DANA melalui kepuasan konsumen sebagai mediator

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan dan manfaat sebagai berikut :

1. Bagi Penulis  
Dari hasil dan kegiatan penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan pengetahuan dan informasi dalam bidang pemasaran.
2. Bagi Penelitian Lain  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian lain yang akan meneliti tentang Preferensi Konsumen dan Kepuasan Pelanggan.
3. Bagi Perusahaan  
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai bahan masukan bagi perusahaan yang berkaitan dengan adanya peningkatan kualitas dalam upaya meningkatkan kepuasan konsumen.

## **1.6 Sistematika Penulisan Skripsi**

Sistematika penulisan skripsi ini berisikan tentang penjelasan sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Dalam tinjauan pustaka ini diuraikan landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisis penelitian, penelitian terdahulu dan kerangka penelitian.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini diuraikan tentang jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan metode analisis.

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

Pada bab ini akan menguraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data dan pembahasan atas hasil pengolahan data.

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

Penutupan pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan kepada perusahaan dan pihak lain yang membutuhkan.

