

## ABSTRAK

Sejak pandemi COVID-19 mulai mewabah di Indonesia saat awal Maret 2020, pemerintah Indonesia melakukan upaya untuk memutus rantai penyebaran COVID-19, yaitu pembatasan sosial dan aktivitas masyarakat. Dengan adanya pembatasan ini, telah terjadi perubahan perilaku transaksi di masyarakat, mayoritas masyarakat telah beralih ke pembayaran digital.

Transaksi pembayaran digital terus meningkat, perubahan kebiasaan masyarakat dalam melakukan pembayaran, dan perkembangan teknologi yang memudahkan, menjadi alasan hal ini terjadi. Banyaknya kolaborasi dan inovasi yang terus dikembangkan *financial technology* selama pandemi juga semakin menarik minat masyarakat dalam bertransaksi digital. Jenis *financial technology* yang sering digunakan masyarakat ialah dompet digital. Objek penelitian ini yaitu dompet digital GoPay dan DANA. GoPay dan DANA merupakan dompet digital yang memiliki pengguna terbanyak dan juga berhasil mendominasi pasar dompet digital di Indonesia.

Persepsi pelanggan terhadap penggunaan pembayaran digital memiliki peran penting. Faktor layanan *platform*, seperti kemudahan, kenyamanan, keamanan, kepercayaan, keterjangkauan, *cashback* serta tidak adanya biaya transaksi berdampak tinggi bagi persepsi pelanggan untuk menilai dompet digital. Kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran *platform* dibandingkan dengan harapan pelanggannya. Untuk meningkatkan kualitas layanan, perusahaan dompet digital harus memahami keinginan dan kebutuhan pelanggannya. Selain itu, dengan meningkatnya persaingan, perusahaan dompet digital juga harus memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan mereka.

Tujuan dilakukannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran kualitas layanan dompet digital GoPay dan DANA dari persepsi pelanggan, mengetahui gambaran kepuasan pelanggan ketika menggunakan dompet digital GoPay dan DANA, dan mengetahui fitur layanan yang perlu diperbaiki dan ditingkatkan oleh dompet digital GoPay dan DANA selama pandemi COVID-19. Penelitian ini menggunakan metode Model Kano untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan. Model Kano dipilih karena model ini dapat mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menganalisis fitur kualitas layanan *platform*, kemudian digambarkan melalui *customer satisfaction mapping*.

Berdasarkan hasil penelitian, fitur layanan GoPay dan DANA terbagi ke dalam kategori “*indifference*”, “*must be*” dan “*one dimensional*”. Hasil menunjukkan bahwa fitur yang berada di kuadran “*indifference*” tidak dapat memenuhi harapan pelanggan. GoPay dan DANA harus memperbaiki fitur yang memiliki nilai koefisien kepuasan pelanggan rendah, serta perlu mempertahankan fitur yang memiliki nilai koefisien kepuasan pelanggan tinggi, kemudian nantinya bisa dilakukan penyempurnaan fitur agar mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi.

**Kata Kunci:** Transaksi Digital, Pembayaran Digital, Dompet Digital, GoPay, DANA, Model Kano, Pandemi COVID-19