

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.2 Profile Perusahaan

DANA merupakan layanan dompet digital yang digunakan untuk transaksi nontunai dan nonkartu secara digital. DANA diluncurkan oleh PT Espay Debit Indonesia Koe pada tanggal 11 November 2018 hingga akhir Juni 2019 sebagai salah satu alat pembayaran secara digital di Indonesia. DANA sebuah layanan open-platfrom dimana dapat membantu memberikas solusi bagi kegiatan transaksi digital non tunai baik secara online maupun offline (Yesidora, 2022).



Gambar 1.1 Logo DANA  
*Sumber: Dana (2022)*

DANA dipimpin oleh Vincent Henry Iswaratioso, Country Head Alipay Indonesia beliau sebelumnya menjabat sebagai co-founder dari layanan payment digital INDOMOG. Layanan open-platfrom yang ada pada DANA memiliki kelebihan dari segi adopsi penggunaannya dimana DANA tidak mengacu pada satu platfrom tertentu yang mengikatnya seperti GO-PAY yang memiliki pembayaran terbatas hanya untuk melahkukan transaksi pada aplikasi GO-JEK saja. DANA memiliki keunikan dimana kelebihanannya untuk memasukkan kartu kredit maupun debit user ke dalam aplikasi, dengan kelebihan DANA tersebut user tidak perlu melahkukan top-up sebelum melahkukan transaksi. Selain itu, penggunaan DANA juga mempermudah pembayaran jika bekerjasama dengan kasir user hanya perlu meletakkan layar smartphone di atas scanner. Aplikasi DANA dapat

menggunakan QR Code dari perusahaan lain contohnya seperti gopay, ovo dan link aja.

### **1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan**

#### a. Visi

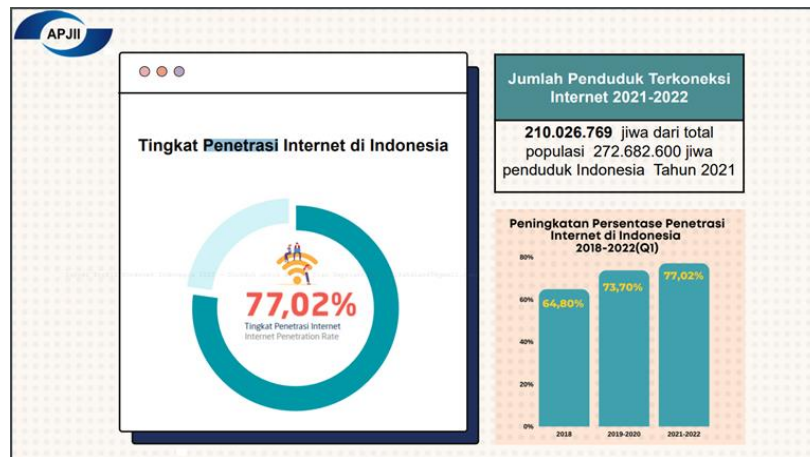
Menjadi pilar dan penggerak ekonomi digital bagi seluruh Masyarakat Indonesia.

#### b. Misi

Memasyarakatkan platform pembayaran elektronik yang terlengkap, termudah, dan terpercaya, yang bersifat non-tunai.

### **1.1 Latar Belakang**

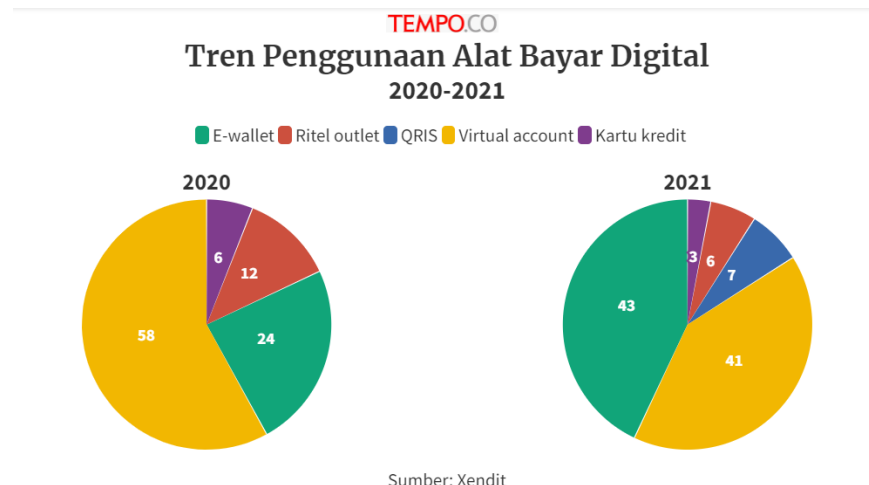
Pada era digitalisasi saat ini, kemajuan teknologi berkembang dengan pesat di seluruh negara-negara di dunia. Kondisi tersebut juga mempengaruhi Indonesia untuk mengikuti pesatnya kemajuan teknologi yang ada. Salah satu bidang yang harus diikuti kemajuannya yaitu bidang industri digital dimana masyarakat diharapkan dapat menggunakan teknologi digital dengan sebaik mungkin dan dapat mengikuti perkembangan teknologi digital semaksimal mungkin (Kominfo, 2018). Teknologi digital merupakan sebuah teknologi informasi melibatkan seluruh kegiatan yang dilakukakan secara digital tidak dengan tenaga manusia dimana sistem yang digunakan serba otomatis dan canggih yang dapat terbaca oleh sistem komputer (Danuri, 2019). Pesatnya perkembangan teknologi mempengaruhi tingginya penggunaan smartphone dan internet saat ini. Smartphone saat ini bukan hanya sebagai alat komunikasi melainkan untuk keperluan lain seperti browsing internet, membaca *e-book*, belanja, transfer uang, games dan berbagai fitur lainnya yang dapat mempermudah aktivitas pekerjaan manusia. Berikut ini adalah survey jumlah pengguna internet di Indonesia yang diambil dari APJII tahun 2021.



Gambar 1.2 Penetrasi Penggunaan Internet di Indonesia

Sumber: APJII (2021)

Berdasarkan Gambar 1.2 Internet telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Sebagai hasil survey yang dilahkukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), pengguna internet di Indonesia mencapai 210.26 juta jiwa, mengalami kenaikan dari tahun 2020 yakni sebanyak 196.71 juta jiwa. Dari hasil survey yang didapat melalui APJII sebanyak 89,03% pengguna internet terhubung melalui smartphone. Internet berperan besar pada perubahan berbagai sektor terutama pada sector keuangan. Saat ini masyarakat lebih memilih transaksi secara online karena mempermudah dan mempercepat kegiatan transaksi yang dilahkukan tanpa harus datang ke bank (APJII, 2021).

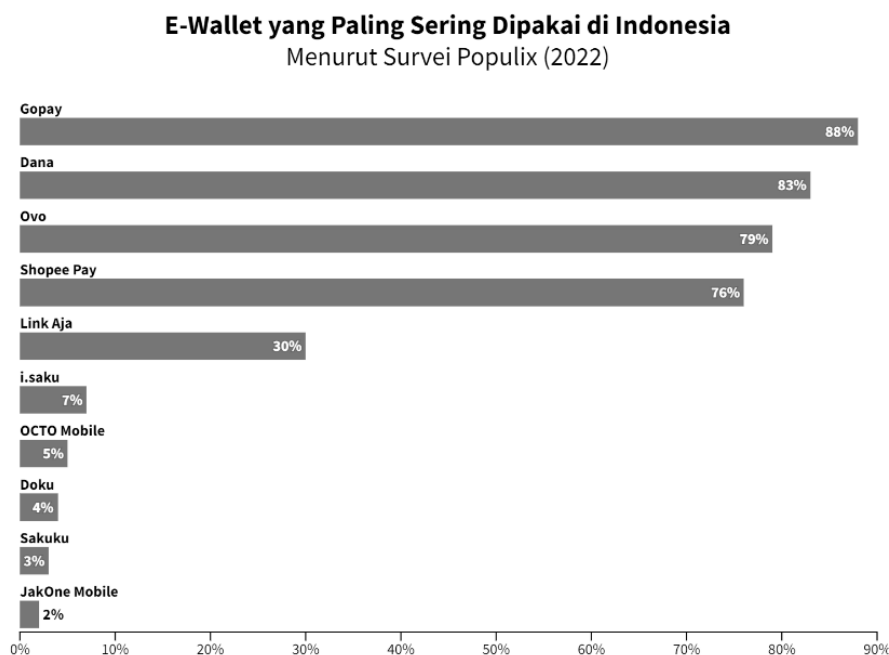


Gambar 1.3 Tren Penggunaan Alat Bayar Digital  
Sumber: Xendit

Berdasarkan Gambar 1.3 dapat dilihat hasil survey yang dilahkukan oleh perusahaan teknologi finansial (*fintech*) Xendit pada tahun 2021 kenaikan

penggunaan dompet digital mengalami lonjakan yang signifikan dimana banyak masyarakat menggunakan platform pembayaran digital sebanyak 43% pengguna melakukakan transaksi keuangan. Dibandingkan dengan tahun 2020 hanya sebesar 24% masyarakat menggunakan platform pembayaran digital. Peningkatan penggunaan dompet digital akan semakin bertambah dengan hadirnya QR Code atau QRIS (*Quick Response Indonesia Standard*) yang membuat pembayaran semakin cepat dan mudah (Tempo.com, 2022).

Fenomena meningkatnya penggunaan dompet digital membuat banyak perusahaan berlomba-lomba membuat aplikasi transaksi elektronik. Dompet digital menambah kemajuan di Indonesia yang membuat perusahaan-perusahaan ingin selalu meningkatkan kualitas aplikasi dompet digital. Transaksi elektronik atau pembayaran non tunai disebut dengan istilah *cashless society* dimana transaksi yang dilakukakan menggunakan uang elektronik tanpa menggunakan uang tunai (Paydia, 2022). Bank Indonesia sebagai badan hukum publik mendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dimana mendukung trend pembayaran tanpa menggunakan kartu atau penggunaan dompet digital. Dimana di Indonesia sendiri banyak jenis dompet digital antara lain seperti Ovo, DANA, Gopay, LinkAja, ShopeePay, Dompetku, dan lain-lain (Silalahi, Safira, Hubara, & Sari, 2022). Daftar 10 aplikasi pembayaran elektronik yang sering dipakai masyarakat Indonesia sebagai berikut:

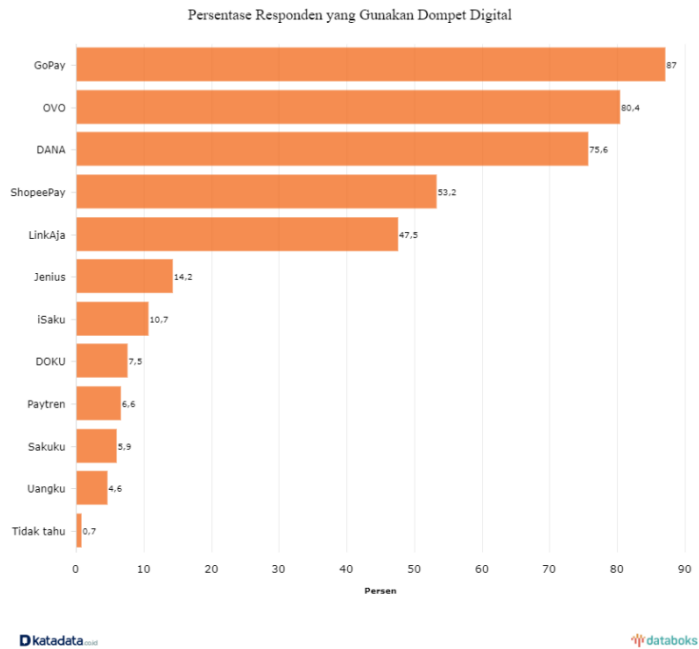


Gambar 1.4 *E-Wallet* yang Paling Sering Dipakai di Indonesia  
Sumber: Populix (2022)

Bedasarkan Gambar 1.4 tersebut 10 dompet digital yang paling sering digunakan di Indonesia hasil survey Populix. Hasil survey yang dilahkukan dompet digital 3 teratas yaitu Gopay, DANA, dan OVO. Untuk informasi tambahan, Survei yang didapat oleh Gopay sebesar 88% penggunaan dan Gopay merupakan transaksi yang dimiliki oleh Gojek. Urutan ke dua diduduki oleh DANA sebesar 83% penggunaan dan DANA berhasil mendapatkan empat lisensi yang terdata di Bank Indonesia antara lain sebagai uang elektronik, dompet digital, pengiriman uang dan likuiditas keuangan digital. Dan untuk urutan ketiga diduduki oleh OVO sebesar 79% penggunaan dan OVO pada tahun 2017 sudah mendapatkan lisensi izin uang elektronik (Hasya, 2022).

Aplikasi pembayaran dompet digital yang ada di Indonesia terus berkembang, DANA merupakan salah satu penyedia layanan dompet digital yang digunakan di Indonesia. DANA bergerak pada bidang teknologi finansial didirikan oleh perusahaan rintisan Indonesia yang menyediakan infrastruktur pembayaran non-tunai baik digunakan secara online maupun offline dengan keamanan yang terjamin (Katadata.co.id, 2022). DANA menyediakan layanan fitur *Premium* dimana fitur tersebut memberikan kemudahan pembayaran dan fitur yang disediakan lebih baik dari sebelumnya. DANA dapat digunakan untuk melahkukan transaksi makanan, jasa, hiburan dan melahkukan transaksi digital lainnya (Gunawan, 2021). DANA termasuk dalam dompet digital baru pada kalangan masyarakat namun DANA dapat bersaing dengan dompet digital lainnya dimana DANA mampu memberikan pelayanan baik dan sesuai dengan harapan konsumen, hal tersebut tentunya membuat DANA berhasil meraih peringkat ketiga aplikasi dompet digital yang paling sering digunakan kalangan masyarakat di Indonesia.

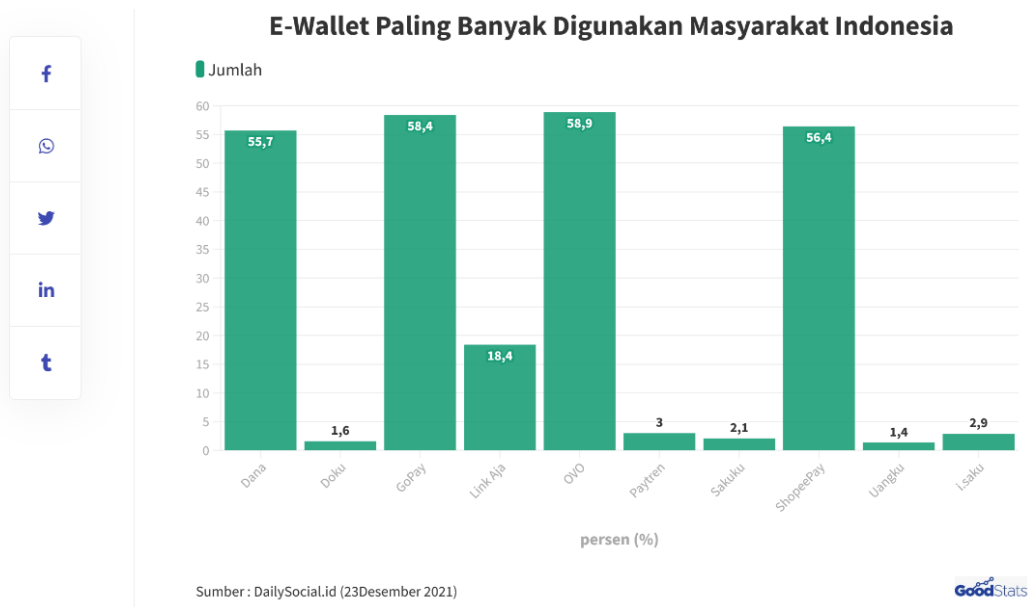
PT Espay Debit Indonesia Koe selaku pengelola uang elektronik DANA berkomitmen untuk terus mendukung upaya pemerintah dalam kegiatan transaksi elektronik. Dimana DANA memberikan berbagai layanan kerja sama online yang sudah terhubung dengan BPJS Kesehatan, Bukalapak, TIX ID, Mobile Legends, Lazada, Unipin, UC Browser, Google Play dan masih banyak lagi. Sedangkan untuk layanan offline DANA sudah terhubung dengan Ramayana, HokBen, Baskin Robbins, Domino's Pizza, KFC, Kopi Kenangan, dan masih banyak lagi layanan online dan offline yang diberikan DANA untuk para penggunanya (Xdana.com, 2021). Berikut data penggunaan dompet digital DANA di Indonesia pada tahun 2020:



Gambar 1.5 Presentase Penggunaan Dompet Digital Tahun 2020

*Sumber:* (Databoks, 2020)

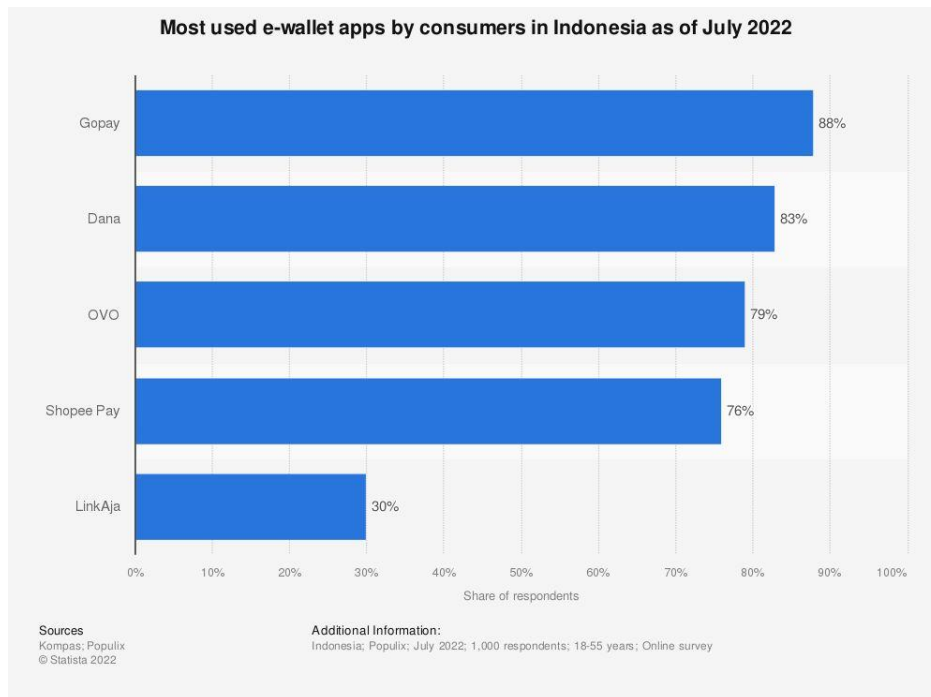
Berdasarkan Gambar 1.5 hasil survey yang dilahkukan oleh Databoks presentase penggunaan dompet digital pertama diduduki oleh Gopay sebesar 87% pengguna. Penggunaan dompet dompet digital kedua diduduki oleh OVO sebesar 80,4% pengguna. Untuk urutan penggunaan dompet digital ketiga diduduki oleh DANA sebesar 75,6% pengguna (Databoks, 2020). DANA termasuk dalam dompet digital baru pada kalangan masyarakat namun DANA dapat bersaing dengan dompet digital lainnya dimanan DANA mampu memberikan pelayanan baik dan sesuai dengan harapan konsumen, hal tersebut tentunya membuat DANA berhasil meraih peringkat ketiga aplikasi dompet digital yang paling sering digunakan kalangan masyarakat di Indonesia. Berikut data penggunaan dompet digital DANA di Indonesia pada tahun 2021:



Gambar 1.6 E-wallet Paling Banyak Digunakan Masyarakat Indonesia

*Sumber:* (Goodstats.id, 2021)

Berdasarkan Gambar 1.6 hasil survey yang dilakukakan DailySocial.id presentase penggunaan dompet digital DANA sebesar 55,7% pengguna. Dilihat dari hasil survey pada tahun 2020 ke tahun 2021 DANA mengalami penurunan dari 75,6% pengguna menjadi 55,7% pengguna (Goodstats.id, 2021). Dengan adanya layanan yang disediakan DANA masih banyak kekurangan atas layanan yang diberika contohnya seperti terbatasnya transaksi pembayaran DANA yang bisa bekerja sama, satu akun hanya dapat digunakan pada satu smartphone hal tersebut dapat menimbulkan resiko tinggi saat pengguna melaklukan penggantian nomor, tidak semua layanan gratis biaya transfer dan keluhan respon DANA pada layanan transfer terpending yang terjadi pada penggguna membuat banyak pengguna mengeluh akan lambatnya respon yang diberikan (Pradana, 2022). Hal tersebut dapat memicu penurunan penggunaan yang diakibatkan oleh pelayanan buruk yang dilaklukan oleh perusahaan. Melihat betapa pentingnya layanan yang diberikan oleh suatu penyedia layanan dompet digital dalam menciptakan loyalitas pelanggan, maka perusahaan harus menciptakan kepuasan pelanggan dan memperhatikan kualitas layanan yang diberikan.



Gambar 1.7 Penggunaan E-wallet di Indonesia

*Sumber:* (Statista.com, 2022)

Berdasarkan Gambar 1.7 hasil survey yang dilakukakan oleh Statista DANA mengalami peningkatan penggunaan yang cukup pesat dari tahun 2021 dimana DANA mencapai sebesar 83% penggunaan yang sebelumnya pada tahun 2021 hanya sebesar 55,7%. Peningkatan tersebut mungkin terjadi karena DANA memberikan tiga kali promosi untuk berbagai layanan dalam melakukakan transaksi pembayaran seperti pembelian makanan, membayar tagihan, sampai dengan pemberian kupon kepada pengguna yang mengintregasikan kartu kredit atau debit ke DANA (Suhendry, 2021). Walaupun DANA menawarkan kemudahan, promosi dan keamanan bagi setiap pengguna DANA, banyak kendala-kendala yang dialami pada pengguna DANA seperti *cashback* yang tidak sesuai dengan promosi yang diberikan, gagalnya proses transaksi dan kerusakan pada mesin QR Code (Suhendry, 2021). Layanan yang diberikan DANA perlu ditingkatkan kembali agar penggunaan dari masyarakat terus meningkat dan loyalitas masyarakat terus meningkat.



Tabel 1.1 Keluhan Pengguna Dompot Digital DANA

No	Keluhan	Permasalahan
1.	<p><b>Jangan sampai anda menyesal!</b> 1t lalu ★★★★★ eatandcapture</p> <p>One of the worst Customer Care Experience ever.</p> <p>1. Whatsapp Customer Care tidak pernah ada response. Tidak berguna. Hanya auto reply untuk kirim email.</p> <p>2. Telepon CS sangat susah untuk dihubungi, menyedot banyak pulsa, bertele-tele dan tidak dapat memberikan penyelesaian.</p> <p>3. Dokumen yang diminta selalu berulang-ulang, dengan CS yang berbeda-beda. Case tidak pernah terselesaikan. Dokumen yang diminta semakin aneh dan mengganggu privasi. Verifikasi akun sudah seperti pengajuan pinjaman online illegal. Sangat sangat disesalkan.</p> <p>Semoga dana bisa survive dan menjadi lebih baik. Inget, era digital customer care sangat diperlukan karena kantor fisik sudah tidak ada. Mohon dengan sangat, dapat dan harus diperbaiki.</p> <p>Terima kasih</p>	<p>Review yang dilahkukan oleh pelanggan DANA menyampaikan ketidakpuasan pelayanan yang diberikan oleh Customer Care, pada review tersebut lambatnya yang diberikan oleh DANA terkait masalah yang dialami oleh pelanggan. Hal tersebut membuktikan terdapat permasalahan dalam indikator kualitas layanan DANA.</p>
2.	<p><b>Kekecewaan</b> 29 Okt ★★★★★ parah01</p> <p>Sangat mengecewakannnnnn upgrade premium ngk bisa,, hub custservice ngk ada sama skali membantu, kecewaaaa sladoku sampe skrng ngk bisa digunakan... parah</p>	<p>Review yang dilahkukan oleh pelanggan DANA menyapaikan kekecewaan yang dirasakan oleh pelanggan akibat upgrade aplikasi ke premium terdapat kendala. Hal tersebut membuktikan terdapat permasalahan dalam indikator kepuasan pelanggan DANA.</p>
3.	<p>. 1t lalu ★★★★★ komangpuspa</p> <p>Udah hampir 1 tahun make dana, baru kali ini kecewa . Trf ke bank statusnya menunggu dari kemaren</p>	<p>Review yang dilahkukan oleh pelanggan DANA menyampaikan bahwa ia telah menggunakan DANA selama satu tahun lebih akibat terkendalanya transfer yang tertunda. Hal tersebut membuktikan terdapat permasalahan dalam indikator loyalitas pelanggan.</p>

Sumber: data olahan penulis (2022)

Penurunan yang terjadi pada tahun 2021 diakibatkan oleh kualitas layanan yang memburuk seperti respon lambat yang diberikan oleh DANA terhadap keluhan pelanggan mengenai transaksi saat transfer tertunda. Berbagai keluhan

yang disampaikan oleh pelanggan menunjukkan bahwa adanya ketidakpuasan atas pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan atas kualitas layanan yang diberikan harus menjadi perhatian bagi perusahaan karena berdampak bagi loyalitas pelanggan dalam melakukan pembelian ulang produk atau jasa. Terdapat beberapa faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas layanan, kualitas produk dan harga (Chaniago, 2020). Berdasarkan data keluhan yang disampaikan oleh pelanggan pada playstore aplikasi Dana, banyak pelanggan yang mengeluhkan terkait kualitas layanan yang diberikan seperti customer service yang tidak responsive atas keluhan yang disampaikan oleh pelanggan dan kekecewaan atas proses transfer yang tertunda. Kualitas pelayanan merupakan elemen penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan dikarenakan pelanggan yang terpuaskan dan mengalami mood baik terhadap pelayanan akan memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan, membangun kualitas layanan dan kepuasan pelanggan merupakan dasar bagi terbentuknya *loyalty* pelanggan (Subawa & Sulistyawati, 2020). Adapun untuk faktor lain yang mempengaruhi loyalitas pelanggan seperti harga atau biaya atas layanan yang diberikan tidak banyak dikeluhkan oleh pelanggan. Oleh karena itu, penulis melakukan penelitian terkait pengaruh kualitas layanan yang diberikan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada perusahaan Dana. Supriyanto, Wiyono, & Burhanuddin (2021) telah meneliti terkait pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan untuk mengukur pengaruh loyalitas pelanggan pada industry keuangan.

Kualitas layanan (*Service Quality*) merupakan perbedaan sebuah kualitas yang diberikan pelanggan (*perceived quality*), yaitu pelayanan yang diberikan setelah pelanggan menerima layanan, dengan kualitas yang diinginkan pelanggan (*expected quality*) dimana layanan yang diterima pelanggan buruk dari layanan yang diinginkan, maka keinginan (*interest*) pelanggan akan menurun (Kotler, 2019). *Service Quality* adalah perbedaan antara harapan layanan dan layanan persepsi (Fery Siswadi et al., 2019). Selain itu, kualitas layanan dapat diartikan sebagai sebuah model untuk menilai layanan berdasarkan persepsi kinerjanya (Iradianty & Aditya, 2020). Pengukuran kualitas layanan memiliki lima dimensi yaitu : Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Keyakinan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Nyata (*Tangibles*) yang digunakan pelanggan sebagai persepsi dan perbandingan terhadap kualitas pelayanan dengan layanan yang diharapkan dan diinginkan pelanggan (Parasuraman, 1988).

Kualitas layanan perusahaan dikatakan berhasil dan memenuhi harapan pelanggan saat pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan. Kepuasan pelanggan sangatlah penting bagi perusahaan karena hal tersebut dapat mengukur seberapa baik pelayanan yang perusahaan berikan dan sejauh mana kualitas yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Pentingnya kepuasan pelanggan menjadi salah satu kesuksesan perusahaan penyedia layanan untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat penilaian pelanggan setelah membeli barang atau jasa untuk membandingkan hasil yang dirasakan dengan harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2007).

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukakan oleh (Supriyanto, Wiyono, & Burhanuddin, 2021) yang berjudul “*Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Loyalty of Bank Customers*” mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh tidak langsung terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Penelitian serupa yang dilakukakan oleh (Aini & Sitompul, 2021) menyebutkan bahwa kualitas layanan *e-wallet* diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menumbuhkan rasa loyal pelanggan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, penulis membahas betapa pentingnya mengetahui kualitas layanan dan kepuasan pelanggan dompet digital DANA untuk mengetahui loyalitas pelanggan pada DANA. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi loyalitas pelanggan terkait kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang telah diberikan oleh DANA. Berdasarkan fenomena yang dipaparkan, maka penulis bermaksud untuk melakukakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan pada DANA di Indonesia”**

### **1.3 Perumusan Masalah**

Dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin maju, kemajuan teknologi informasi semakin berkembang baik pada bidang jasa maupun non jasa. Salah satu bidang yang harus diikuti kemajuannya yaitu bidang industri digital dimana masyarakat diharapkan dapat menggunakan teknologi digital dengan sebaik mungkin dan dapat mengikuti perkembangan teknologi digital semaksimal mungkin (Kominfo, 2018).

Menurut (APJII, 2021) Internet berperan besar pada perubahan berbagai sektor terutama pada sektor keuangan. Penggunaan dompet digital mengalami

lonjakan yang signifikan dimana banyak masyarakat menggunakan platform pembayaran digital. Bank Indonesia sebagai badan hukum publik mendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) dimana mendukung trend pembayaran tanpa menggunakan kartu atau penggunaan dompet digital. Dimana di Indonesia sendiri banyak jenis dompet digital antara lain seperti Ovo, DANA, Gopay, LinkAja, Shopeepay, Dompetchu, dan lain-lain (Silalahi, Safira, Hubara, & Sari, 2022). Salah satu platform pembayaran digital yang sering digunakan yaitu dompet digital DANA. DANA bergerak pada bidang teknologi finansial didirikan oleh perusahaan rintisan Indonesia yang menyediakan infrastruktur pembayaran non-tunai baik digunakan secara online maupun offline dengan keamanan yang terjamin (Katadata.co.id, 2022).

Namun ditemukan masalah terkait loyalitas penggunaan dompet digital DANA dapat dilihat pada Gambar 1.6. survei yang dilakukan oleh DailySocial.id presentase penggunaan dompet digital DANA sebesar 55,7% pengguna. Dilihat dari hasil survei pada tahun 2020 ke tahun 2021 DANA mengalami penurunan dari 75,6% pengguna menjadi 55,7% pengguna, karena pengguna dompet digital belum sepenuhnya puas akan layanan yang diberikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa layanan yang kurang memuaskan dapat menurunkan loyalitas pelanggan dan perusahaan harus memberikan perhatian khusus agar loyalitas pelanggan semakin meningkat (Zahra & Rachmawati, 2019).

Hal ini terjadi dimana penurunan tersebut diakibatkan oleh kualitas layanan yang memburuk seperti respon lambat yang diberikan oleh DANA terhadap keluhan pelanggan mengenai transaksi saat transfer terpending. Oleh karena itu perusahaan harus memperhatikan keluhan pelanggan terhadap kualitas layanan yang diberikan. Menurut Kotler (2019) Kualitas layanan (*Service Quality*) merupakan perbedaan sebuah kualitas yang diberikan pelanggan dari perusahaan (*perceived quality*), yaitu pelayanan yang diberikan setelah pelanggan menerima layanan, dengan kualitas yang diinginkan pelanggan (*expected quality*) dimana layanan yang diterima pelanggan buruk dari layanan yang diinginkan, maka keinginan (*interest*) pelanggan akan menurun. Jika pelanggan puas akan pelayanan yang diberikan tentu saja menimbulkan dampak positif, yang mungkin akan berdampak pada loyalitas pelanggan terhadap perusahaan yang memberikan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Berdasarkan perumusan masalah diatas, dapat di rumuskan pertanyaan penelitian seperti dibawah ini:

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan dan positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada DANA?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan dan positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada DANA?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan dan positif loyalitas pelanggan terhadap kualitas layanan pada DANA?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dan positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada aplikasi DANA
2. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dan positif kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi DANA
3. Untuk mengetahui pengaruh signifikan dan positif loyalitas pelanggan terhadap kualitas layanan pada aplikasi DANA

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Aspek Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi dampak positif dalam aspek teoritis dengan memberi wawasan dan pembelajaran bagi peneliti dan mahasiswa terkait dibidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen yang terkait dengan kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

##### **1.5.2 Aspek Praktis**

Penelitian ini diharapkan bisa memberi dampak positif dalam aspek praktis yakni sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan, dapat memberi atau menjadi pertimbangan dalam bidang pemasaran khususnya yang berkaitan dengan perilaku konsumen yang terkait dengan kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.
2. Bagi penelitian selanjutnya, penelitian ini diharapkan bisa menjadi salah satu bahan referensi yang mendukung jika ingin melakukan penelitian terkait kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

3. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan bisa menjadi sarana untuk menambah pengetahuan serta pemahaman terkait kepuasan pelanggan, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini berjudul "*Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada aplikasi DANA*" sistematis dan penjelasan singkat pada penulisan laporan Tugas Akhir yang terdiri dari BAB I sampai dengan BAB V sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab pertama ini penulis memaparkan mengenai Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN**

Bab kedua ini penulis memaparkan mengenai teori yang digunakan sebagai dasar analisis dengan penelitian terdahulu dan gambaran kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ketiga ini penulis memaparkan mengenai metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, sumber data penelitian, metode pengambilan data dan teknik analisis data.

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

Bab keempat ini penulis memaparkan hasil penelitian dan pembahasan berdasarkan rumusan masalah dan tujuan masalah. Berisikan penyajian hasil penelitian dan bagian pembahasan hasil analisis dari hasil penelitian yang diinterpretasikan untuk memperoleh kesimpulan dengan membandingkan penelitian terdahulu.

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

Bab kelima ini penulis memaparkan kesimpulan dan saran yang relevan dari hasil penelitian yang telah dilakukakan serta saran bagi penelitian selanjutnya.