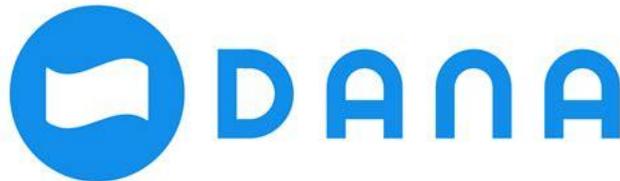


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

DANA didirikan oleh Vincent Iswara yang juga menjabat sebagai CEO pada tahun 2018 dengan menawarkan layanan awal seperti pembayaran digital, poin loyalitas, layanan keuangan lainnya dengan PT Elang Mahkota Teknologi (EMTEK) sebagai investor utama. Logo perusahaan DANA adalah sebagai berikut:



Gambar 1.1 Logo Perusahaan Dana

Sumber: PR Newswire, n.d., diakses pada 23 oktober 2023

Aplikasi DANA sendiri dimiliki oleh PT Aliansi Teknologi Indonesia (ATI). DANA dihadirkan di Indonesia dengan harapan masyarakat Indonesia menjadi lebih produktif, efisien dan kompeten serta sebagai wujud dukungan terhadap program pemerintah mengenai penghematan produksi dan distribusi uang fisik yang berpengaruh terhadap peningkatan literasi keuangan masyarakat Indonesia.

DANA yang memiliki kantor pusat di Jalan Gatot Subroto, Kuningan Barat, Kota Jakarta Selatan ini, pada umumnya adalah aplikasi dompet *digital* yang melayani transaksi nontunai dan nonkartu secara praktis dan aman serta dapat diakses secara *online* maupun *offline* melalui *smartphone* maupun *gadget* lainnya. Layanan yang ditawarkan oleh DANA kini bermacam-macam, melalui aplikasi DANA, pengguna dapat membeli pulsa, *top-up games*, mengisi *e-money*, dan banyak lagi hal lainnya. Tidak hanya itu, DANA juga aplikasi dompet *digital* yang *open platform* di mana DANA dapat digunakan sebagai metode pembayaran di aplikasi lainnya seperti *e-commerce* yang tentunya dengan konsep seperti ini pengguna menjadi lebih mudah dalam mengakses DANA sebagai metode

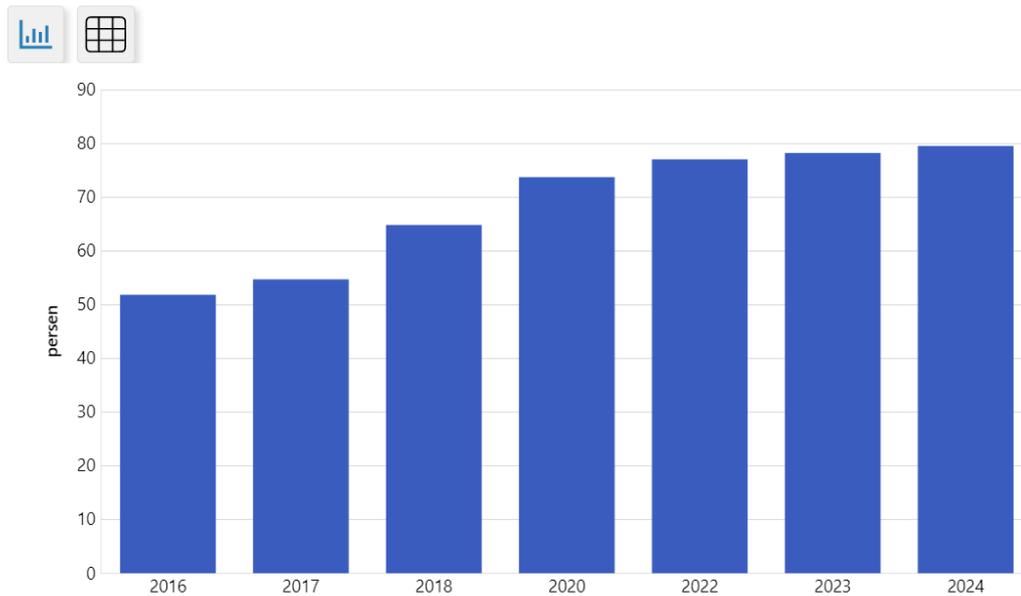
pembayaran. Dengan kelebihan dan kemudahan yang ditawarkan oleh DANA, menempatkan DANA sebagai platform *e-wallet* paling populer nomor tiga di Indonesia setelah Gopay dan OVO.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan dan perkembangan teknologi selalu mengarah kepada pemecahan masalah yang menjadi dasar kemajuan berbagai bidang dari mulai industri, transportasi, hingga telekomunikasi yang memberikan kemudahan untuk menjalankan kehidupan sehari-hari. Kemajuan teknologi ini juga semakin didukung dengan adanya komputer yang seiring waktu digunakan dan dikembangkan dalam berbagai bidang, kini dengan adanya perkembangan teknologi mengubah kebiasaan banyak orang dalam belajar, bekerja, maupun dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

Salah satu bukti perkembangan dan kemajuan dari teknologi adalah internet. Internet yang awalnya hanya dapat digunakan oleh kalangan tertentu saja, kini dapat dinikmati oleh masyarakat luas di seluruh dunia termasuk di Indonesia. Dilansir dari artikel cloudeka.id yang berjudul Cloudeka.id (2023) dijelaskan bahwa internet masuk ke Indonesia pada 1992 yang pada saat itu dikenal dengan istilah Paguyuban *Network*. Masuknya internet ke Indonesia juga diikuti dengan adanya penyedia jasa internet pertama di Indonesia yang bernama IPTEKNET dan IndoNet.

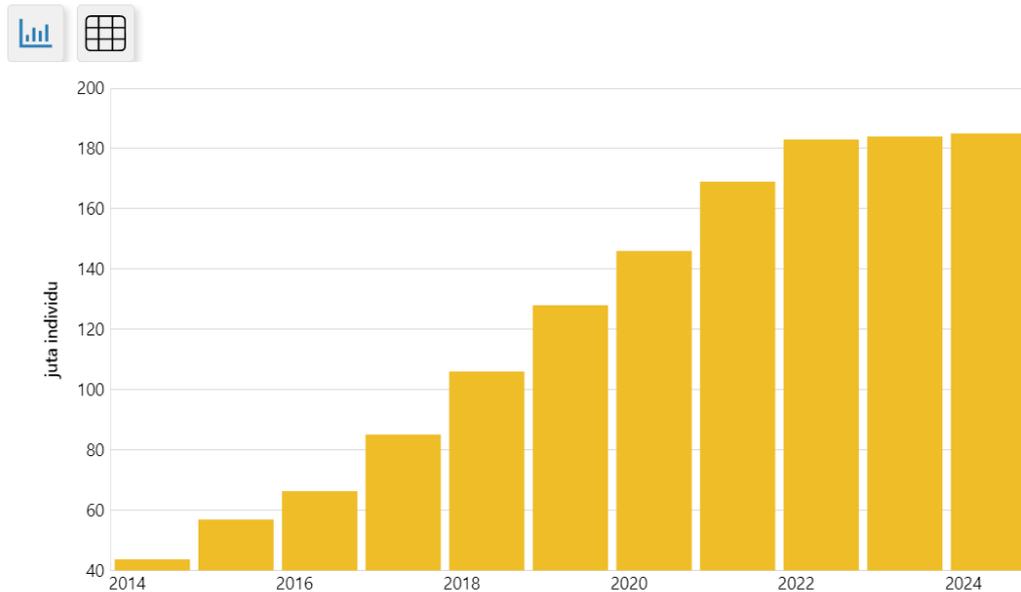
Kini di tahun 2024 penetrasi internet di Indonesia sudah mencapai 78,19% menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). *Timeline* pertumbuhan dan penetrasi internet di Indonesia sejak tahun 2016 hingga 2024 dapat dilihat pada gambar 1.2 berikut:



Gambar 1.2 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia

Sumber: databoks.katadata.co.id diakses pada 23 Oktober 2023

Perkembangan teknologi di Indonesia telah berkembang secara pesat dan menyeluruh hingga ke berbagai lapisan masyarakat. Sejak masa pandemi Covid-19 pengguna internet di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang disebabkan oleh pembatasan aktivitas di luar rumah oleh pemerintah. Berdasarkan data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020 yang diakses dalam artikel yang ditulis oleh Ahdiat (2024), penetrasi pengguna internet di Indonesia bertambah menjadi 73,79% dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 2018 dengan angka 64,80%. Hingga kini, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada gambar 1.2 menunjukkan tingkat penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2023 telah mencapai 78,19% yang mana pada tahun sebelumnya yaitu 2022 tingkat penetrasi internet di Indonesia menurut sumber yang sama hanya sebesar 77,02%. Untuk jumlah pengguna internet di Indonesia menurut databoks, dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.3 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia 2024

Sumber: databoks.katadata.co.id, diakses pada 1 April 2024

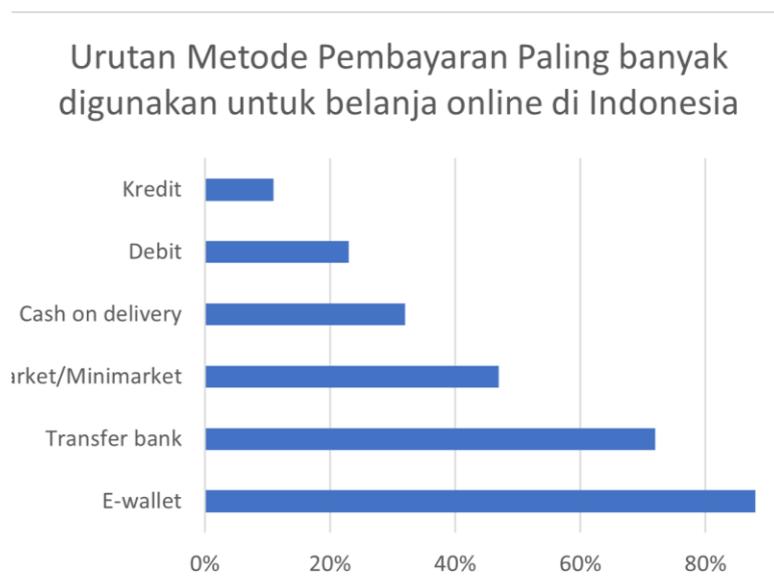
Menurut laporan databoks.katadata.co.id yang ditulis oleh Annur (2024a). Terdapat 183,3 juta pemakai internet di Indonesia pada awal tahun 2024 dengan angka penetrasi internet sebesar 66.5%. Hal ini menyiratkan adanya peningkatan pengguna internet di Indonesia semenjak tahun sebelumnya yaitu sebesar 1,5 juta pengguna. Semenjak 2014 peningkatan penetrasi internet di Indonesia sudah meningkat sekitar 141,3 juta pengguna.

Internet telah membuka jalan untuk perkembangan teknologi lainnya termasuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi khususnya di Indonesia yang mencakup sebagian besar kegiatan manusia. Sebaran pengguna internet di Indonesia yang sudah cukup merata dan dengan dorongan dari adanya pandemi covid-19 menciptakan sebuah kebiasaan baru untuk masyarakat Indonesia di mana penggunaan internet kini tak luput dari kegiatan sehari-hari. Mulai dari kegiatan belajar dan mengajar yang dapat dilakukan secara daring, karyawan yang kini bisa melakukan *work from home* dengan bantuan teknologi, media sosial, dan kegiatan jual beli yang sudah bersifat *online* melalui e-

commerce.

Pertumbuhan transaksi *online*, khususnya melalui *e-commerce*, di Indonesia meningkat pesat sejak 2020 akibat *lockdown* selama pandemi. Seiring waktu, tren transaksi berbasis digital di Indonesia terus bertambah karena kemudahan dan kecepatan yang ditawarkan. Menurut Kominfo (2021), transaksi digital di Indonesia meningkat sebesar 33,2% pada tahun 2021, dengan total nilai transaksi mencapai Rp337 triliun. Dilansir dari Kominfo (2021) Gubernur Bank Indonesia Perry Warjio mengatakan peningkatan transaksi melalui *e-commerce* ini tak luput dari kebijakan pemerintah yang mendorong perkembangan *digital* kepada masyarakat serta karena terus mengakselerasi perkembangan *fintech* dan bank *digital*. Bank Indonesia juga menemukan peningkatan pada penggunaan uang elektronik sebanyak 32,3% atau sebanyak Rp266 triliun.

Seiring dengan berkembangnya *e-commerce* dan penggunaannya, dompet *digital* juga mengalami peningkatan pengguna karena menjadi metode pembayaran yang paling banyak digunakan di Indonesia untuk belanja *online* seperti pada gambar berikut:

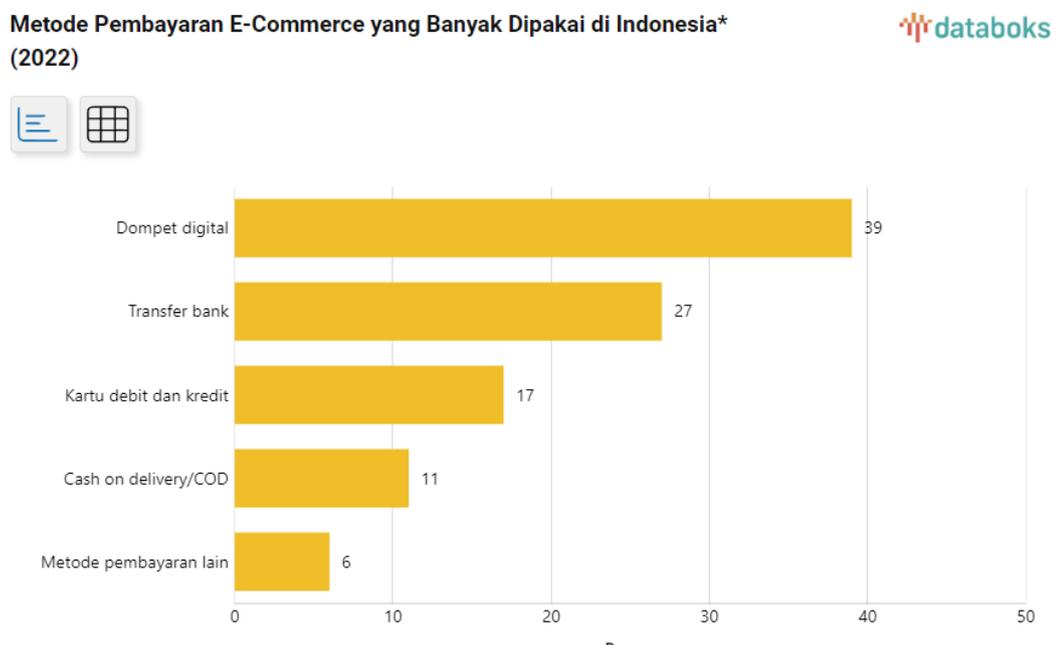


Gambar 1.4 Urutan metode pembayaran paling banyak digunakan untuk belanja *online* di Indonesia tahun 2021 menurut Neurosensum dalam Antara

Sumber: *antaranews.com*, diakses pada 23 oktober 2023

Menurut studi Cakti (2021) dalam Neuroserum seperti yang terlampir pada gambar 1.4, metode pembayaran paling banyak diadaptasikan dalam kehidupan masyarakat Indonesia adalah dompet *digital* atau *e-wallet* dengan persentase 88%, kemudian diikuti oleh transfer bank sebesar 72%, pembayaran *cash on delivery* (COD) 47%, pembayaran melalui minimarket sebesar 32%, 23% untuk pembayaran menggunakan kartu debit, dan 11% adalah pembayaran menggunakan kartu kredit.

Hasil survei databoks juga menunjukkan dompet *digital* yang menjadi metode pembayaran *e-commerce* yang paling banyak digunakan di Indonesia. Data tersebut dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.5 Metode pembayaran *e-commerce* yang banyak dipakai di Indonesia, 2022

Sumber: databoks.co.id, diakses pada 24 Juli 2024

Hasil survei *we are social* yang ditulis oleh Annur (2024b) dalam *databoks.co.id* menemukan pembayaran *e-commerce* paling banyak digunakan di Indonesia adalah dengan melalui dompet *digital* yaitu sebesar 39%, diikuti oleh

transfer bank 27%, kartu debit dan kredit 17%, *cash on delivery/COD* 11%, dan 6% metode pembayaran lainnya.

Survei lainnya juga dilakukan oleh *Insight Asia* dalam katadata.co.id yang menunjukkan dominasi dompet *digital* sebagai metode pembayaran yang paling diminati di Indonesia dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1.6 Urutan Metode Pembayaran Paling di Minati menurut *Insight Asia* dan Katadata.co.id

Sumber: katadata.co.id, diakses pada 9 April 2024

Survei yang dilakukan oleh Katadata.co.id seperti pada gambar 1.5 yang ditulis oleh Dhanesworo (2022) dilakukan pada tahun 2022 dengan jumlah responden sebanyak 1300 orang di seluruh Indonesia secara *online*. Survei diperoleh dari Katadata.co.id. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa dompet *digital* adalah pilihan utama bagi 74% responden, kemudian diurutkan kedua ada pembayaran secara tunai sebesar 49%, Transfer bank 24%. Qris 21%. *Paylater* 18%, Kartu debit 17%, dan *VA transfer* sebesar 16%. Survei dari InsightAsia.com, juga mengatakan bahwa pertumbuhan dompet *digital* di Indonesia telah

mengalami kenaikan sebesar 58.6% dan volume transaksinya meningkat sebesar 37.49%.

Menurut Asosiasi *Fintech* Pendanaan Bersama Indonesia (AFPI) dalam artikel yang berjudul Sejarah Perkembangan *Fintech* di Indonesia (2024), Seiring dengan perkembangan penetrasi internet dan *e-commerce* di Indonesia, metode pembayaran non-tunai sebenarnya sudah lama dikenal di Indonesia, istilah ini dikenal dengan nama *Fintech* atau *Financial Technology*. *Fintech* menawarkan kemudahan untuk nasabah bank untuk melakukan transaksi dimana saja hanya menggunakan *handphone* secara *online* tanpa perlu datang ke bank.

Awal mula *fintech* di Indonesia dimulai dari adanya layanan *e-banking* yang pertama kali diperkenalkan pada 1988 oleh Bank Internasional Indonesia namun dikembangkan secara besar besaran oleh Bank BCA pada tahun 2001 melalui layanan Klik BCA. Sistem pembayaran nontunai berbasis *digital* sudah mulai digunakan oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2015 dan di tahun berikutnya mulai bermunculan aplikasi-aplikasi penyedia jasa pembayaran nontunai berbasis *e-wallet* atau dompet *digital*.

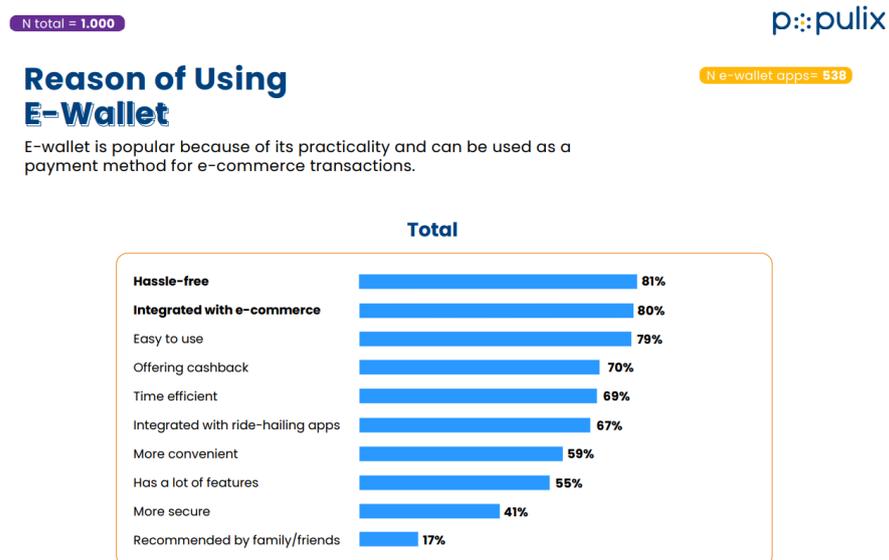
Menurut studi dari Neurosensum mengenai penggunaan dompet *digital*, ditemukan sebanyak 44% pengguna baru dompet *digital* atau *e-wallet* di Indonesia pada tahun 2020 dan salah satu pemicunya yaitu dengan adanya belanja *online* melalui *e-commerce*. Neurosensum menyatakan bahwa setiap tahun terdapat setidaknya satu *e-wallet* atau dompet *digital* baru yang diluncurkan.

Dompet *digital* adalah aplikasi elektronik yang menjadi alternatif metode pembayaran yang juga berfungsi untuk menyimpan dan memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi (Wulandari, 2023). Menurut Situmorang (2021), dompet *digital* merupakan sebuah akun yang dilindungi oleh kata sandi dan bersifat prabayar sehingga memungkinkan pengguna untuk menyimpan uang untuk melakukan transaksi secara *online*, seperti membeli makanan, membeli barang, maupun tiket penerbangan.

Rahmayani et al. (2018) menjelaskan *e-wallet* adalah sebuah layanan elektronik yang berfungsi untuk menyimpan informasi alat pembayaran, seperti kartu atau uang elektronik, serta bisa digunakan untuk menaruh dana yang

memungkinkan proses pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa *e-wallet* dapat menjadi pengganti dompet konvensional yang dapat digunakan untuk menyimpan kartu, menyimpan uang, dan melakukan pembayaran.

Maraknya penggunaan dompet *digital* saat ini mencerminkan perilaku konsumen dalam mengadaptasi perubahan khususnya dalam bidang *fintech* atau teknologi finansial. Beberapa alasan masyarakat Indonesia lebih memilih menggunakan dompet *digital* sebagai metode pembayaran berdasarkan survei Populix (2022) adalah sebagai berikut:



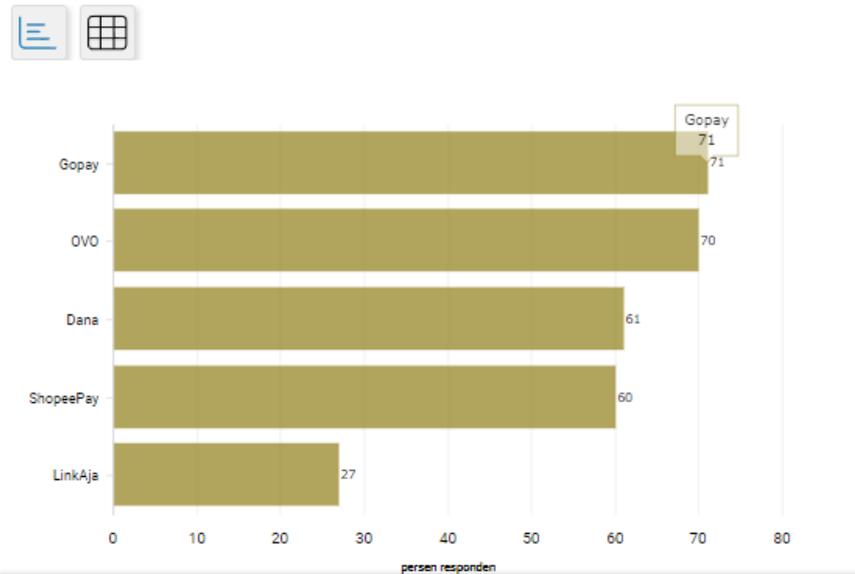
Gambar 1.7 Alasan penggunaan dompet *digital* menurut Populix
 Sumber: Populix, diakses pada 25 Agustus 2024

Informasi pada gambar 1.7 menunjukkan alasan pertama masyarakat menggunakan dompet *digital* adalah karena *Hassle-free* atau tidak rumit ketika digunakan, dan yang kedua adalah karena sudah terintegrasi dengan aplikasi *e-commerce* sehingga pembayaran dapat dilakukan secara cepat bahkan tanpa meninggalkan aplikasi *e-commerce* tersebut. Beberapa kelebihan lainnya yaitu mudah untuk digunakan, terintegrasi dengan layanan transportasi, memudahkan pengguna karena tidak perlu membawa uang fisik, dan lain lain.

Perusahaan penyedia dompet *digital* di Indonesia cukup banyak, berikut adalah merek dompet digital yang pernah digunakan oleh orang Indonesia pada 2022:

Merek Dompet Digital yang Pernah Digunakan Responden
(September 2022)

databoks



Gambar 1.8 Merek Dompet *Digital* yang Pernah Digunakan Responden
(September 2022)

Sumber: databoks.co.id, diakses pada 23 oktober 2023

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *Insight Asia* pada 2022 yang diakses melalui databoks.co.id yang ditulis oleh Ahdiat (2023) mengenai *E-Wallet Industry Outlook 2023*, melalui survei yang dilakukan pada 1300 masyarakat di Jabodetabek, Medan, Bandung, Makassar, Semarang, Palembang, dan Pekanbaru, didapatkan hasil seperti gambar 1.8 dimana Gopay menempati posisi pertama dengan 71% responden yang menggunakan Gopay, diikuti oleh OVO di posisi kedua yang hanya berbeda 1% yaitu 70%, kemudian DANA dengan 61%, ShopeePay 60%, dan di posisi terakhir yaitu LinkAja dengan 27%.

Survei dompet *digital* yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia lainnya dapat dilihat pada gambar 1.9 berikut:

N total = 1.000

p::pulix

Most Used E-Wallet Apps

N e-wallet apps = 538

GoPay and Dana are the most used e-wallet, followed by OVO and ShopeePay.



Gambar 1.9 Data dompet digital paling banyak digunakan di Indonesia menurut survei populix 2022

Sumber: info.populix.co, diakses pada 26 Juli 2024

Laporan survei oleh Populix (2022) yang dilakukan pada 1000 responden di Indonesia yang berjudul *Consumer Preference Towards Banking and E-Wallet Apps* menemukan *e-wallet* GoPay dan Dana menjadi dompet *digital* yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Hasil survei ini juga menemukan alasan utama masyarakat menggunakan *e-wallet* adalah karena kemudahan dalam menggunakannya atau praktis dan juga karena *e-wallet* terintegrasi dengan *e-commerce* sebagai metode pembayaran.

Persaingan perusahaan penyedia layanan dompet *digital* di Indonesia semakin ketat seiring dengan berkembangnya zaman dan juga semakin banyak kemudahan yang ditawarkan dari masing-masing penyedia layanan. Menanggapi hal tersebut, maka setiap perusahaan penyedia layanan dompet *digital* harus dapat memberikan layanan yang lebih baik dibandingkan kompetitornya agar dapat bersaing di pasaran.

DANA adalah perusahaan berlisensi *fintech* yang didirikan dan beroperasi sejak 2018 di Indonesia. DANA merupakan layanan *e-wallet* atau dompet *digital*

yang dapat memudahkan proses jual beli dengan transaksi secara non tunai bahkan non kartu secara *digital* melalui aplikasi. DANA dapat digunakan untuk menyimpan uang dan juga melakukan pembayaran seperti pulsa, listrik, dan juga platform lainnya yang bekerja sama dengan DANA. Salah satu keunggulan dari DANA adalah konsepnya yang *open platform* sehingga menjadikannya salah satu pilihan metode pembayaran yang mudah digunakan di berbagai platform.

Konsep *open platform* yang digunakan oleh DANA memudahkan proses pembayaran walaupun dari aplikasi lain. Sebagai contoh untuk membayar produk yang dibeli di aplikasi *e-commerce* pelanggan hanya perlu memilih metode pembayaran menggunakan *e-wallet* DANA dan aplikasi *e-commerce* tersebut akan langsung mengarahkan pembelian ke aplikasi DANA dengan saldo DANA yang dimiliki oleh pelanggan. Kemudahan ini membuat dompet *digital* DANA pada 2023 sudah mencatatkan jumlah pengguna aplikasi sebanyak 150 juta dengan total jumlah transaksi meningkat 137% dibandingkan tahun 2022 dengan total mitra yang bekerja sama dengan metode pembayaran DANA sebanyak 500.000 mitra.

Survei dompet *digital* seperti gambar 1.8 dan 1.9 menunjukkan bahwa dengan kemudahan dan ekosistem aplikasi DANA yang luas, masih terdapat kekurangan yang dimiliki oleh DANA sehingga masih berada pada posisi kedua dan ketiga di bawah Gopay dan juga OVO, padahal DANA pada 2020 menempati urutan pertama sebagai *top of mind* dompet *digital* menurut laporan CIMB Niaga (2020). Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah kualitas layanan DANA masih optimal atau tidak. Penelitian oleh Deviani et al. (2022) menemukan masalah yang pada aplikasi DANA melalui media sosial X yang menjelaskan bahwa kualitas layanan yang diberikan DANA kurang optimal.

Salah satu cara untuk melihat kinerja layanan aplikasi DANA adalah dengan melihat apakah masih terdapat keluhan dari pengguna aplikasi. Untuk itu penelitian ini mengumpulkan 100 sampel keluhan yang dibagi menjadi tiga kategori yaitu keluhan *customer service*, kendala sistem, dan kendala transaksi. Keluhan *customer service* berisi keluhan pengguna terhadap *customer service* DANA, kendala sistem merepresentasikan keluhan pengguna terhadap sistem baik

fitur maupun aplikasi DANA yang merugikan, sedangkan kendala transaksi menunjukkan keluhan pengguna terhadap kendala transaksi yang mereka alami. Data dikumpulkan dari tanggal 23-27 Oktober 2023 melalui media sosial X @Dana.id. Hasilnya adalah ditemukan bahwa *customer service* merupakan keluhan paling utama yang sering kali dikeluhkan oleh pelanggan DANA yaitu sebanyak 48%, di posisi kedua adalah keluhan kendala pada transaksi dengan 39%, dan posisi terakhir ditempati oleh kendala pada sistem dengan total 14%.

Hasil keluhan konsumen DANA tersebut menimbulkan pertanyaan apakah aplikasi DANA memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan harapan konsumen terhadap performa aplikasi DANA. Kepuasan pelanggan penting untuk dicapai karena dapat membantu perusahaan bertahan di pasaran. Meraih dan mempertahankan kepuasan konsumen jauh lebih murah dibandingkan mendapatkan konsumen baru karena untuk mendapatkan konsumen baru diperlukan biaya seperti iklan, biaya pengenalan konsumen terhadap layanan perusahaan, biaya untuk mengetahui secara spesifik kebutuhan pelanggan baru, dan biaya lainnya Tjiptono & Diana (2022). Kepuasan pelanggan adalah hal yang harus diupayakan oleh perusahaan agar dapat mempertahankan kelangsungan perusahaan di pasaran (Qurratu'aini Salsabila & Sari, 2022).

Sugiat & Sudirman (2024) mengatakan kepuasan pelanggan dapat menjadi salah satu faktor penentu loyalitas pelanggan pada suatu perusahaan namun kepuasan pelanggan bukanlah satu-satunya faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Dalam konteks perusahaan penyedia dompet *digital* di Indonesia, kepuasan pelanggan memainkan peran krusial dalam menentukan keberlangsungan bisnis. Ketika kepuasan pelanggan terpenuhi, hal ini tidak hanya meningkatkan eksistensi perusahaan di pasar, tetapi juga mendorong pelanggan untuk terus menggunakan layanan yang ditawarkan.

DANA adalah perusahaan yang berbasis elektronik atau *digital*, maka diperlukan tolak ukur yang dapat mengukur kualitas layanan elektronik dari aplikasi DANA untuk dapat menentukan pengaruhnya terhadap kepuasan pengguna aplikasi DANA. Tjiptono (2022) mengembangkan teknik analisis untuk objek yang bersifat elektronik dengan dimensi yang disebut E-SERVQUAL yang

pada mulanya dijelaskan oleh Parasuraman et al. (1985) sebagai berikut:

1. *Efficiency*, adalah kesanggupan konsumen dalam menggunakan *website*, menemukan produk maupun informasi yang di perlukan dan meninggalkan *website* dengan mudah tanpa hambatan.
2. Reliabilitas, adalah fungsionalitas teknis *website* terutama pada sejauh apa situs tersebut dapat bekerja serta berfungsi sebagaimana seharusnya.
3. *Fulfillment*, adalah seberapa akurat janji dan layanan yang diberikan situs, ketersediaan produk, serta pengiriman produk yang sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
4. Privasi, adalah jaminan dari situs mengenai data pribadi konsumen tidak akan digunakan maupun diberikan kepada pihak lainnya dan keamanan kartu kredit konsumen terjamin.
5. *Responsiveness*, adalah sejauh apa kemampuan situs untuk memberikan informasi yang tepat kepada konsumen ketika terjadi permasalahan serta situs harus memiliki mekanisme untuk menangani pengembalian produk dan memberikan garansi secara *online*.
6. Kompensasi, adalah pengembalian uang maupun biaya pengiriman dan juga juga penanganan produk apabila terjadi masalah.
7. Kontak, adalah keperluan konsumen dalam berbicara dengan pihak pengelola layanan secara *online* dan bukan melalui mesin.

Berdasarkan uraian permasalahan yang dialami DANA demi memenuhi kepuasan konsumen tersebut, maka penelitian ini akan mengangkat judul **“ANALISIS *E-SERVICE QUALITY* APLIKASI DANA DALAM MEMENUHI *CUSTOMER SATISFACTION* DENGAN MENGGUNAKAN DIMENSI *E-SERVQUAL*”**.

1.3 Perumusan Masalah

Perkembangan teknologi informasi terutama pada *fintech* khususnya dompet *digital* di Indonesia semakin pesat melihat banyaknya perusahaan

penyedia layanan dompet *digital* dan sikap masyarakat yang menerima adanya perubahan perilaku dengan pembayaran menggunakan dompet *digital* yang kini tidak hanya pada *e-commerce* saja namun juga dalam kehidupan sehari-hari.

DANA adalah aplikasi dompet *digital* yang sudah beroperasi sejak 2018. Pada 2020 DANA menjadi *top of mind* dompet *digital* menurut laporan CIMB Niaga dan menjadi dompet *digital* kedua setelah Gopay sebagai dompet *digital* paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia versi Populix, dan DANA menempati posisi ketiga setelah Gopay dan OVO sebagai dompet *digital* yang sering digunakan masyarakat Indonesia menurut databoks. Namun pada 2022 penelitian Deviani et al. (2022) menyatakan kualitas layanan dan yang kurang optimal, selain itu pada akun @Dana.id di aplikasi X menunjukkan masih banyaknya keluhan pengguna terkait layanan yang diberikan DANA sehingga mengindikasikan walaupun pengguna DANA sudah mencapai 170.000.000 dan sebagai salah satu dompet *digital* yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia, masih terdapat keluhan-keluhan pengguna yang bahkan tidak terjawab oleh admin atau *customer service* DANA pada akun X @Dana.id. Hal ini menimbulkan pertanyaan apakah kualitas layanan DANA masih belum optimal dengan banyaknya keluhan pengguna tersebut, padahal kepuasan konsumen adalah hal yang penting untuk perusahaan agar bisa terus bertahan dan bersaing di pasaran.

DANA adalah perusahaan yang berbasis daring atau elektronik, sehingga diperlukan indikator kualitas layanan elektronik untuk dapat mengukur bagaimana kualitas layanan DANA. Untuk itu, digunakan dimensi dari *E-Service Quality* atau *E-SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Tjiptono (2022), yang terdiri atas *Efficiency, Fulfillment, Reliability, Privacy, Responsiveness, Compensation*, dan *Contact*, untuk melihat bagaimana pengaruh masing-masing dimensi tersebut secara individu terhadap kepuasan konsumen, dan juga secara simultan terhadap kepuasan konsumen agar DANA dapat mengetahui sektor mana saja yang harus dipertahankan dan diperbaiki beserta alasannya demi kualitas layanan yang optimal dan kepuasan konsumen yang tercapai.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah dimensi *Efficiency* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi dompet *digital* DANA?
2. Apakah dimensi *Fulfillment* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi dompet *digital* DANA?
3. Apakah dimensi *Reliability* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi dompet *digital* DANA?
4. Apakah dimensi *Privacy* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi dompet *digital* DANA?
5. Apakah dimensi *Responsiveness* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi dompet *digital* DANA?
6. Apakah dimensi *Compensation* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi dompet *digital* DANA?
7. Apakah dimensi *Contact* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi dompet *digital* DANA?
8. Apakah keseluruhan dimensi *E-Service Quality* secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen pada aplikasi dompet *digital* DANA?
9. Apa saja kendala yang dikeluhkan oleh pengguna aplikasi DANA?
10. Apakah aplikasi DANA sudah memenuhi kepuasan pelanggannya?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana kualitas layanan elektronik aplikasi DANA dengan menggunakan dimensi E-SERVQUAL.
2. Mengetahui kendala apa saja yang sering dikeluhkan oleh pengguna aplikasi DANA.
3. Mengetahui apakah aplikasi DANA sudah memenuhi kepuasan pelanggannya.
4. Mengetahui pengaruh dimensi *efficiency* terhadap kepuasan konsumen aplikasi DANA.

5. Mengetahui pengaruh dimensi *fulfillment* terhadap kepuasan konsumen aplikasi DANA.
6. Mengetahui pengaruh dimensi *reliability* terhadap kepuasan konsumen aplikasi DANA.
7. Mengetahui pengaruh dimensi *privacy* terhadap kepuasan konsumen aplikasi DANA.
8. Mengetahui pengaruh dimensi *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen aplikasi DANA.
9. Mengetahui pengaruh dimensi *compensation* terhadap kepuasan konsumen aplikasi DANA.
10. Mengetahui pengaruh dimensi *contact* terhadap kepuasan konsumen aplikasi DANA.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini bisa dimanfaatkan perusahaan sebagai evaluasi dalam rangka meningkatkan kualitas layanan elektronik agar dapat melayani konsumen dengan lebih baik.

2. Bagi Penulis

Penelitian ini sebagai sarana penambah ilmu dan pengalaman serta sebagai bentuk implementasi ilmu pengetahuan yang telah dipelajari selama masa perkuliahan.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berisikan penjelasan singkat tentang laporan penelitian secara sistematis yang terdiri atas:

1. BAB I PENDAHULUAN

BAB ini menjelaskan isi penelitian secara singkat, padat, dan umum. Gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, hingga sistematika penulisan tugas akhir dijelaskan dalam bab ini.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian ini diisi teori yang digunakan penelitian baik secara umum maupun khusus. Selanjutnya diikuti dengan kerangka pemikiran serta hipotesis apabila dibutuhkan.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Bagian bab 3 ini mendeskripsikan pendekatan yang digunakan, metode, teknik analisis hingga akhirnya menjawab permasalahan penelitian. Uraian pada bab 3 ini berisikan Jenis Penelitian, Variabel Operasional, Populasi & Sampel, Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian bab 4 ini berisikan penjelasan hasil penelitian yang dituliskan secara sistematis sesuai rumusan masalah dan tujuan yang telah ditentukan. Bab 4 ini menjelaskan hasil penelitian sesuai dengan olahan data yang telah dilakukan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

kesimpulan dan saran penelitian berada pada bagian ini.