

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang sangat pesat mempengaruhi perkembangan pada sistem pembayaran, dahulu masyarakat menggunakan uang tunai sebagai alat pembayarannya namun kini beralih menggunakan uang digital yang diklasifikasikan sebagai pembayaran non tunai (Tarantang et al., 2019). Perubahan yang terjadi dengan sistem pembayaran berbentuk uang tunai dalam *mobile banking* (M-Banking) dan dompet digital yang dapat diakses menggunakan *smartphone* sehingga pembayaran dilakukan dengan digital *payment*. Digital *payment* adalah layanan berbasis elektronik yang mencakup penggunaan kartu dan uang elektronik untuk melakukan pembayaran, hal ini dirancang untuk memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi karena digital *payment* dirancang untuk pembayaran, pengecekan saldo, hingga pengiriman uang yang dilakukan secara cepat (Iradianty & Rima, 2020).

Pengguna digital *payment* mengalami peningkatan, tercatat pada Bank Indonesia pada tahun 2019 sebesar 145,16 triliun rupiah hingga Oktober 2020 mencapai 163,4 triliun rupiah, hal ini berdampak pada volume pengguna digital *payment* pada Oktober 2020 sebesar 3,78 juta transaksi namun jika dibandingkan tahun 2019 mengalami peningkatan sebesar 5,22 juta transaksi (Puspitasari et al., 2021). Teknologi yang diaplikasikan pada pembayaran digital *payment* di Indonesia sengaja digerakan dengan tujuan untuk

mengurangi pencetakan uang tunai, namun tanpa disadari bahwa perkembangan pembayaran melalui digital *payment* memiliki pengaruh pada penyedia layanannya (Suryanto et al., 2022).

Salah satu dari penyedia layanan yaitu kualitas layanan yang akan memenuhi kebutuhan pelanggan yang mendukung sistem keandalan pada komunitas layanan elektronik. Dalam kualitas layanan terdapat kegunaan yang dapat dirasakan karena memberikan kepuasan dan kenyamanan mengenai apa yang diterima pelanggan (Aboelmaged, 2018). Pelanggan akan memiliki kepuasan terhadap suatu layanan akan cenderung mengalami emosional dan memiliki sikap loyalitas.

Loyalitas merupakan suatu ketertarikan terhadap suatu layanan atau produk sehingga pelanggan akan melakukan pembelian kembali, ketertarikan ini dapat berupa desain yang menarik yang membantu pelanggan menemukan apa mereka cari sehingga pelanggan merasa puas dan bahagia (Chou et al., 2015). Kepuasan dan loyalitas tidak hanya berasal dari desain serta tata letak yang memudahkan pelanggan namun keamanan/privasi menjadi tempat penyimpanan dan perlindungan data sehingga terhindar dari peretas. Perlindungan terhadap privasi pelanggan menjadi faktor penting dalam peningkatan kualitas kenyamanan pelanggan (Haq & Raja, 2018).

Penelitian yang dilakukan oleh Karim et al., (2023) dalam layanan pembayaran *blockchain* dengan variabel keamanan dan privasi, kualitas layanan, serta kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa layanan pembayaran

blockchain memiliki hubungan positif yang signifikan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Muhtasim et al., (2022) mengenai kepuasan pelanggan terhadap layanan dompet digital memiliki beberapa pembeda variabel diantaranya kecepatan transaksi, autentikasi, kinerja perangkat lunak, mekanisme enkripsi dan informasi disediakan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Novyantri & Setiawardani (2021) bahwa suatu perusahaan memerlukan kualitas layanan yang efisien dan desain menarik sehingga dapat digunakan dalam pengecekan dan pengiriman produk, hal tersebut dibutuhkannya staf yang membantu keperluan pelanggan dalam menyediakan informasi yang tepat dan benar. Informasi pelanggan merupakan privasi yang menjadi keamanan, sehingga penelitian ini dimaksudkan untuk mengembangkan penelitian tersebut dengan menambahkan variabel kenyamanan yang dijelaskan oleh Hosseini et al., (2013) bahwa pelanggan memiliki persepsi mengenai kualitas layanan telekomunikasi di India. Myung & Kim (2022) menjelaskan bahwa cara pandang pelanggan mengenai kenyamanan kualitas layanan memberikan nilai kepuasan bagi pelanggan. Selain variabel kenyamanan, penelitian ini juga menambahkan variabel kegunaan kualitas layanan yang mempengaruhi jejaring sosial sehingga informasi yang diterima oleh pelanggan dapat meningkatkan efektifitas (Casaló Luis et al., 2017).

Dengan demikian penelitian ini mengadopsi model penelitian dari Yum & Yoo (2023) untuk meneliti pengaruh kualitas layanan dengan dimensi

kegunaan, kenyamanan, desain serta keamanan/privasi terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan pada layanan digital *payment* yaitu QRIS.

1.2 Perumusan Masalah

Pesatnya kemajuan teknologi informasi mengubah cara pandang masyarakat dalam bertransaksi secara tunai dimasa lalu, saat ini masyarakat lebih sering melakukan transaksi non tunai sehingga berdampak pada kualitas layanan digital. Kemajuan teknologi memberikan dampak terhadap kualitas layanan digital dimana pelanggan menaruh harapan mengenai keamanan/privasi (Nurohman et al., 2022). Layanan yang diberikan oleh situs web dengan memperhatikan kenyamanan dan kegunaan dalam memberikan fasilitas transaksi *online* yang efektif dan efisien. Hal ini bertujuan untuk menjaga bentuk kesetiaan dalam menjaga relasi yang menguntungkan sebagai alat transaksi pembelian, hal ini memiliki keterkaitan dengan kepuasan pelanggan karena loyalitas tidak ditentukan oleh keputusan pelanggan semata tetapi para pelaku bisnis juga meyakinkan agar menjadi loyal (Foster, 2020).

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, maka penelitian ini diuraikan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas layanan digital *payment* dengan dimensi kegunaan, kenyamanan, desain, dan keamanan/privasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?

3. Apakah kualitas layanan digital *payment* dengan dimensi kegunaan, kenyamanan, desain, dan keamanan/privasi berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
4. Apakah kepuasan pelanggan memediasi hubungan antara kualitas layanan digital *payment* dengan dimensi kegunaan, kenyamanan, desain, dan keamanan/privasi terhadap loyalitas pelanggan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pembahasan dari perumusan masalah, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Menganalisis pengaruh kualitas layanan digital *payment* dengan dimensi kegunaan, kenyamanan, desain, dan keamanan/privasi terhadap kepuasan pelanggan.
2. Menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
3. Menganalisis pengaruh kualitas layanan digital *payment* dengan dimensi kegunaan, kenyamanan, desain, dan keamanan/privasi terhadap loyalitas pelanggan
4. Menganalisis peran mediasi kepuasan pelanggan pada pengaruh kualitas layanan digital *payment* dimensi kegunaan, kenyamanan, desain, dan keamanan/privasi terhadap loyalitas pelanggan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi secara akademis terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dan memperluas pandangan khususnya dalam bidang manajemen bisnis. Sehingga penelitian ini diharapkan menambah wawasan serta memperkuat teori mengenai pengaruh kualitas layanan digital *payment* terhadap loyalitas pelanggan. Selain itu, penelitian ini diharapkan menjadi salah satu acuan bagi penelitian selanjutnya dalam mengeksplorasi faktor – faktor yang melibatkan karakteristik dari kualitas pelanggan digital *payment*, loyalitas pelanggan, dan kepuasan pelanggan.

2. Manfaat praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan pertimbangan, evaluasi, dan saran kepada semua pihak yang terkait berupa informasi yang dapat digunakan sebagai referensi di kemudian hari. Temuan dari penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak manajemen yang harus mampu menyusun strategi sehingga dapat memberikan kualitas layanan digital *payment* yang lebih baik untuk meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan.