



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PENGGUNA
APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA**

**(Studi Kasus : Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pakuan)**

SKRIPSI

Disusun Oleh :

Azhar Riziq Tsabit

021119061

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PAKUAN

BOGOR

2023

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI

Kami selaku Ketua Komisi dan Anggota Komisi telah melakukan bimbingan skripsi mulai tanggal 22 September 2022 dan berakhir tanggal

Dengan ini menyatakan bahwa,

Nama : Azhar Riziq Tsabit
Npm : 021119061
Program Studi : Manajemen
Mata Kuliah : Manajemen Pemasaran
Ketua Komisi : Okti Kiswati Zaini SE., MM
Anggota Komisi : Bayu Dwi Prasetyo, SE.,M.M
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana (Studi Kasus : Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan)

Menyetujui bahwa nama tersebut di atas dapat mengikuti sidang skripsi yang dilaksanakan oleh pimpinan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Menyetujui

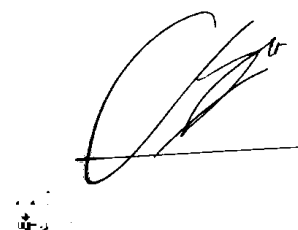
Ketua Komisi Pembimbing

(Okti Kiswati Zaini S.E., M.M)



Anggota Komisi Pembimbing

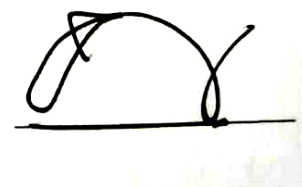
(Bayu Dwi Prasetyo S.E., M.M)



Menyetujui

Ketua Program Studi

(Prof. Dr. Yohannes Indrayono, Ak.,MM.,CA)





ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PENGGUNA APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA

**(Studi Kasus : Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pakuan)**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Manajemen Program
Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
(Towaf T. Irawan., S.E., M.E., Ph. D.)

Ketua Program Studi
(Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak., MM., CA)

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR KEPUASAN PENGGUNA
APLIKASI DOMPET DIGITAL DANA**

**(Studi Kasus : Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pakuan)**

**LEMBAR PENGESAHAN PERNYATAAN TELAH
DISIDANGKAN**

SKRIPSI

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus pada hari Jumat tanggal 24 November 2023

Dibuat oleh:

Azhar Riziq Tsabit

021119061

Menyetujui,

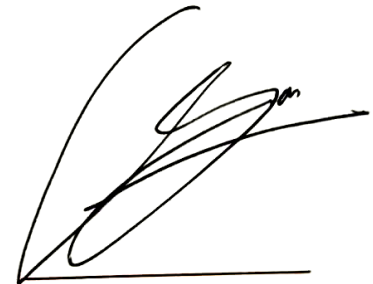
Ketua Sidang Penguji
(Hj. Sri Hartini, Dra., MM.)



Ketua Komisi Pembimbing
(Oktori Kiswati Zaini SE., MM)



Anggota Komisi Pembimbing
(Bayu Dwi Prasetyo, SE.,M.M)



Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Azhar Riziq Tsabit

NPM : 021119061

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana (Studi Kasus : Mahasiswa/I Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan)

Dengan ini saya menyatakan bahwa Paten dan Hak Cipta dari Produk skripsi di atas adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun.

Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan Paten, Hak Cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Pakuan.

Bogor, 24 November 2023



Azhar Riziq Tsabit

021119061

**© Hak Cipta milik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan, tahun
2023 dilindungi Undang-undang**

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan yang wajar Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Dilarang mengumumkan dan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis dalam bentuk apapun tanpa seizin Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

*) Tahun 2023

ABSTRAK

AZHAR RIZIQ TSABIT. 021119061. Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana (Studi Kasus : Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan). Dibawah bimbingan : OKTORI KISWATI ZAINI dan BAYU DWI PRASETYO. 2023.

Perkembangan teknologi yang sangat pesat mendorong adanya digitalisasi dalam bidang bisnis termasuk dalam bidang keuangan. Sistem pembayaran modern sudah memasuki era keuangan digital dengan moda pembayaran *E-Money* atau yang dikenal di Indonesia dengan istilah dompet digital. Sebagai negara berkembang tingkat pertumbuhan pengguna teknologi dan internet di Indonesia termasuk salah satu yang besar. Berkembangnya aplikasi Dana sebagai dompet digital tentunya hal tersebut tidak terlepas dari apa yang telah diberikan oleh aplikasi dana kepada penggunanya. Sesuatu yang diberikan oleh aplikasi dana untuk pengguna adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga. Empat faktor tersebut sangat penting bagi aplikasi dana agar dapat bersaing dengan dompet digital yang lain. Tujuan dari penelitian ini adalah mendeskripsikan tingkat kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana dan menganalisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana pada Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

Penelitian ini mengenai analisis faktor-faktor kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana menggunakan data primer dan data sekunder dengan jumlah responden sebesar 100 responden sampel dipilih menggunakan metode *non probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Butir pernyataan di uji dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas harga dan faktor emosional. Faktor yang paling menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana yaitu kualitas pelayanan dengan hasil rata-rata 82% yang berarti kualitas pelayanan merupakan faktor yang paling menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana.

Kata Kunci : Kulaitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kualitas Harga dan Faktor Emosional

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada tuhan yang maha esa atas berkat dan rahmatnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana (Studi Kasus : Mahasiswa/i Aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen)” tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan Skripsi ini adalah mendeskripsikan tingkat kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana, menganalisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana pada Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan dan sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana manajemen di Universitas Pakuan Bogor. Pada kesempatan ini, penulis hendak menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan moril maupun materil sehingga proposal penelitian ini dapat selesai. Ucapan terimakasih ini penulis tunjukan kepada :

1. Ayah saya Agus Mulyono dan Ibu saya Faridah yang tidak pernah berhenti mendoakan dan selalu mengusahakan yang terbaik. Selalu memberikan dukungan dan motivasi sehingga penulis bisa sampai tahap ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Didik Notosudjono., M. Sc. Sebagai Rektor Universitas Pakuan.
3. Bapak Towaf T. Irawan.,S.E.,M.E., Ph. D. Sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
4. Dr. Retno Martanti Endah L, S.E., M. SI., CMA., CAPM. Selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Enok Rusmanah, S.E., M. ACC. Selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
6. Bapak Prof. Dr. Yohanes Indrayono, Ak.,M.M.CA. Sebagai Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
7. Ibu Tutus Rully, S.E., M.M Sebagai Sekertaris Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.
8. Ibu Oktori Kiswati Zaini, S.E., MM. Sebagai Ketua Komisi Pembimbing Penelitian.

9. Bapak Bayu Dwi Prasetyo, SE.,MM. Sebagai Anggota Komisi Pembimbing Penelitian.
10. Ibu Hj. Sri Hartini, Dra., MM. dan Ibu Salmah, SE., MM. sebagai dosen penguji.
11. Kepada Tata Usaha dan Perpustakaan Universitas Pakuan.
12. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Yang Telah Memberikan Banyak Ilmu serta Pengalaman Yang Sangat Berharga Dan Bermanfaat Bagi Penulis.
13. Kepada Sofiyatul, Rasel, Dani, Dewi dan Nurul yang senantiasa memberikan dukungan dan selalu mendengarkan segala keluh kesah penulis dalam proses menyelesaikan penelitian ini.
14. Semua pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan proposal ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari, bahwa dalam penyusunan skripsi ini terdapat beberapa kekurangan, segi materi, bahasa dan pembahasan yang semua itu disebabkan dari keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Maka dari itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari berbagai pihak sehingga dapat dijadikan masukan yang bermanfaat untuk meningkatkan kemampuan dari pengetahuan penulis agar bisa menjadi lebih baik.

Bogor, 24 November 2023



Azhar Riziq Tsabit

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERNYATAAN TELAH DISIDANGKAN .	iv
LEMBAR HAK CIPTA.....	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah.....	8
1.2.1 Identifikasi Masalah	8
1.2.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian.....	9
1.3.1 Maksud Penelitian	9
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	9
1.4.2 Kegunaan Akademis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Pemasaran Jasa	10

2.1.1 Pengertian Jasa.....	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran Jasa	10
2.1.3 Karakteristik Jasa	11
2.1.4 Klasifikasi Jasa	14
2.2 Kepuasan Konsumen	14
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	14
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	16
2.2.3 Manfaat Kepuasan Konsumen.....	19
2.2.4 Indikator Kepuasan Konsumen	19
2.3 Dompot Digital	20
2.3.1 Pengertian Dompot Digital	20
2.3.2 Serba-Serbi Dompot Digital	21
2.3.3 Manfaat Dompot Digital.....	21
2.4 Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran	22
2.4.1 Penelitian Terdahulu.....	22
2.4.2 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian.....	26
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4 Operasional Variabel	27
3.5 Metode Penarikan Sampel	29
3.6 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.7 Uji Instrumen	31
3.8 Metode Analisis	32

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Aplikasi Dana/Hasil Pengumpulan Data.....	33
4.1.1 Gambaran Umum Aplikasi Dompot Digital Dana	33
4.1.2 Visi dan Misi	34
4.1.3 Jenis-Jenis Layanan Aplikasi Dompot Digital Dana.....	35
4.2 Analisis Data.....	36
4.2.1 Uji Validitas	36
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	37
4.3 Profil Responden.....	38
4.3.1 Jenis Kelamin	38
4.3.2 Usia Responden.....	39
4.4 Analisis Deskriptif	39
4.4.1 Faktor-Faktor Yang Menentukan Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana	39
4.4.2 Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	60
5.1 Simpulan	60
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	64
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Pengguna Internet di Indonesia	1
Tabel 1. 2	Jumlah Transaksi Fintech di Indonesia	2
Tabel 1. 3	Persentase Dompot Digital di Indonesia.....	4
Tabel 1. 4	Rating Konsumen Dompot Digital	5
Tabel 1. 5	Prasurvey Mahasiswa/i Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan	7
Tabel 2. 1	Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3. 1	Operasional Variabel	27
Tabel 3. 2	Jumlah Mahasiswa Aktif	29
Tabel 3. 3	Skala Likert	30
Tabel 3. 4	Kriteria Penilaian.....	32
Tabel 4. 1	Hasil Uji Validitas	36
Tabel 4. 2	Reliability Statistics.....	37
Tabel 4. 3	Tidak membutuhkan waktu lama untuk mengakses halaman aplikasi dompot digital dana	40
Tabel 4. 4	Persentase Mengenai Kualitas Produk No.1	40
Tabel 4. 5	Kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi	41
Tabel 4. 6	Persentase Mengenai Kualitas Produk No.2	41
Tabel 4. 7	Tanpa minimum transaksi ke sesama pengguna aplikasi dompot digital dana.....	42
Tabel 4. 8	Persentase Mengenai Kualitas Produk No.3	42
Tabel 4. 9	Maksimal menyimpan saldo dana hingga 20.000.000	43
Tabel 4. 10	Persentase Mengenai Kualitas Produk No.4	43
Tabel 4. 11	Penggunaan aplikasi dompot digital dana mudah dimengerti ..	44
Tabel 4. 12	Persentase Mengenai Kualitas Pelayanan No.1.....	44

Tabel 4. 13	Tampilan pada aplikasi dana mudah dipahami atau user friendly	45
Tabel 4. 14	Persentase Mengenai Kualitas Pelayanan No.2.....	45
Tabel 4. 15	Informasi yang ada pada aplikasi dana berjalan dengan baik ..	46
Tabel 4. 16	Persentase Mengenai Kualitas Pelayanan No.3.....	46
Tabel 4. 17	Aplikasi dana selalu memberikan notifikasi sesudah melakukan transaksi.....	47
Tabel 4. 18	Persentase Mengenai Kualitas Pelayanan No.4.....	47
Tabel 4. 19	Biaya transaksi ke seluruh bank murah	48
Tabel 4. 20	Persentase Mengenai Kualitas Harga No.1	48
Tabel 4. 21	Gratis transfer tanpa minimum ke sesama pengguna dana	49
Tabel 4. 22	Persentase Mengenai Kualitas Harga No.2	49
Tabel 4. 23	Biaya admin lebih murah ketika melakukan top up atau pembayaran melalui aplikasi dana	50
Tabel 4. 24	Persentase Mengenai Kualitas Harga No.3	50
Tabel 4. 25	Biaya yang saya keluarkan ketika menggunakan aplikasi dana sesuai dengan manfaat yang diberikan.....	51
Tabel 4. 26	Persentase Mengenai Kualitas Harga No.4	51
Tabel 4. 27	Saya percaya bahwa menggunakan aplikasi dana akan cocok dengan gaya hidup saya	52
Tabel 4. 28	Persentase Mengenai Faktor Emosional No.1	52
Tabel 4. 29	Aplikasi dana memberikan pengalaman yang menyenangkan dibandingkan metode pembayaran lain	53
Tabel 4. 30	Persentase Mengenai Faktor Emosional No.2.....	53
Tabel 4. 31	Fitur scan QR untuk melakukan transaksi memberikan rasa aman bagi penggunanya.....	54
Tabel 4. 32	Persentase Mengenai Faktor Emosional No.3.....	54

Tabel 4. 33	Dana memiliki reputasi yang baik & dapat dipercaya.....	55
Tabel 4. 34	Rekapitulasi Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Tingkat Kepuasan Aplikasi Dompot Digital Dana	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Keluhan Konsumen Aplikasi Dana di PlayStore.....	6
Gambar 2. 1	Kontelasi Pemikiran	25
Gambar 4. 1	Logo Aplikasi Dana.....	33
Gambar 4. 2	Jenis Kelamin Responden.....	38
Gambar 4. 3	Usia Responden	39

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Data Angket.....	66
Lampiran 2	Karakteristik Responden	69
Lampiran 3	Jawaban Kuisisioner.....	72
Lampiran 4	r _{tabel} untuk 30 responden	79

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh yang sangat besar terhadap kehidupan sehari-hari manusia. Di era yang serba digital seperti saat ini teknologi mengalami perkembangan dan perubahan yang sangat cepat dan signifikan. Seperti halnya pada teknologi industri yang telah berevolusi dari industri 1.0 (penggunaan mesin uap) hingga sekarang telah berevolusi menjadi industri 4.0 (Penggunaan sistem internet dan kecerdasan buatan).

Perkembangan teknologi yang sangat pesat mendorong adanya digitalisasi dalam bidang bisnis termasuk dalam bidang keuangan. Berbagai perusahaan jasa keuangan saling menciptakan layanan yang mengedepankan teknologi. Hal tersebut dilakukan karena pada saat ini sistem pembayaran di dunia telah mengalami evolusi menjadi era digital. Sistem pembayaran modern sudah memasuki era keuangan digital dengan moda pembayaran *E-Money* atau yang dikenal di Indonesia dengan istilah dompet digital. Sebagai negara berkembang tingkat pertumbuhan pengguna teknologi dan internet di Indonesia termasuk salah satu yang besar.

Tabel 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia



Sumber : Databoks.katadata.co.id(2020), Tekno.kompas.com(2021), dataindonesia.id (2022)

Pada tahun 2020 pengguna internet di Indonesia sejumlah 196,7 juta jiwa itu artinya 73,7% dari populasi masyarakat di Indonesia pada tahun tersebut telah menggunakan internet. Lalu pada tahun berikutnya yaitu tahun 2021 pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan menjadi 202 juta jiwa. Dan pada tahun 2022 pengguna internet di Indonesia kembali mengalami peningkatan yang signifikan yaitu sekitar 210 juta jiwa pengguna internet didalam negeri pada tahun 2022.

Dilihat dari data pengguna internet di Indonesia yang terus bertambah pada setiap tahunnya, hal tersebut merupakan peluang besar bagi perusahaan *fintech* (*Financial technology*) yang merupakan hasil gabungan dari jasa keuangan dan teknologi yang akhirnya mengubah model bisnis dari konvensional ke moderat, yang awalnya transaksi harus dilakukan dengan membayar uang tunai kini dapat dilakukan melalui transaksi jarak jauh seperti sesuatu yang berbasis aplikasi seperti dompet digital.

Financial technology merupakan inovasi keuangan model terbaru yang hadir ditengah-tengah masyarakat, agar masyarakat dapat menikmati transaksi keuangan yang lebih modern dan mudah dengan menggunakan teknologi internet ataupun *smarthphone*. Transaksi *financial technology* dalam 3 tahun terakhir selalu mengalami peningkatan, hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini :

Tabel 1. 2 Jumlah Transaksi Fintech di Indonesia



Sumber : Databoks.katadata.co.id(2022)

Berdasarkan data tabel diatas dapat dilihat transaksi fintech di Indonesia mengalami peningkatan, pada tahun 2020 transaksi sebesar 30,3 miliar lalu pada tahun 2021 transaksi meningkat 6,8% menjadi 37,1 miliar dan pada tahun 2022 kembali mengalami peningkatan sebesar 7% menjadi 44,1 miliar. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat sudah mulai beralih ke metode pembayaran digital karena dapat memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi.

Kemudahan dalam bertransaksi pada era yang serba digital seperti ini memungkinkan kita untuk melakukan transaksi secara *online*. Berdasarkan hal tersebut maka saat ini ada banyak *Digital Payment* yang muncul disekitar kita untuk memudahkan kita dalam melakukan transaksi dimanapun dan kapanpun karena dengan adanya *Digital Payment* transaksi pembayaran menjadi lebih praktis, cepat dan juga aman.

Dompot digital adalah alat pembayaran elektronik yang dapat diperoleh dengan menyetorkan sejumlah uang terlebih dahulu kepada penerbit secara langsung atau melalui cabang-cabang penerbit atau dengan debit rekening bank dan uang tersebut dimasukan menjadi nilai uang pada dompet digital tersebut. Dompot digital dalam pengoperasiannya menggunakan media elektronik seperti *smartphone*, tablet dan laptop yang tersambung dengan internet. Di era digital seperti saat ini dompet digital sangat membantu masyarakat dalam melakukan transaksi.

Terdapat 5 aplikasi dompet digital yang paling populer dan paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dalam rentan waktu 2020-2022. Salah satu aplikasi dompet digital yang cukup dikenal dikalangan masyarakat adalah aplikasi dompet digital “Dana”. Dalam beberapa tahun ini aplikasi Dana selalu masuk ke dalam 5 top aplikasi dompet digital di indonesia namun aplikasi dompet digital Dana belum pernah berhasil menjadi nomor 1 di Indonesia, hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut ini.

Tabel 1. 3 Persentase Dompot Digital di Indonesia



Sumber : Beritasatu.com, dataindonesia.id (2020,2021,2022)

Berdasarkan tabel di atas persentase dompet digital dana pada tahun 2020 sebesar 42% lalu pada tahun 2021 mengalami peningkatan sebesar 7% menjadi 49% dan pada tahun 2022 dana kembali mengalami peningkatan sebesar 6% menjadi 55%. Berdasarkan tabel di atas maka aplikasi dana masih tertinggal oleh kompetitornya selama 3 tahun terakhir dan 3 teratas masih didominasi oleh ShopeePay, Ovo dan Gopay.

Aplikasi Dana merupakan *platform* dengan kategori dompet digital yang mendapat izin dari bank Indonesia yang telah disetujui sejak tahun 2018. Dana merupakan perusahaan *startup* yang berbadan hukum Indonesia. Dana merupakan aplikasi yang digunakan untuk menggantikan fungsi dompet pada umumnya menjadi dompet digital yang mudah dibawa kemanapun dan penggunaannya praktis tanpa perlu membawa uang secara fisik. Penggunaan dana juga tidak hanya terpaku pada transaksi *online* namun bisa juga secara *offline* khusus pada gerai-gerai yang sudah berkerja sama dengan Dana. Dana berkerja sama dengan *merchant* mulai dari UMKM hingga gerai atau pelaku usaha yang berskala besar.

Berkembangnya aplikasi Dana sebagai dompet digital tentunya hal tersebut tidak terlepas dari apa yang telah diberikan oleh aplikasi dana kepada konsumen atau penggunanya. Sesuatu yang diberikan oleh aplikasi dana untuk konsumen adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, emosional dan harga. Empat faktor tersebut sangat penting bagi aplikasi dana agar dapat bersaing dengan dompet digital yang

lain. Karena konsumen akan melihat dan menilai dari semua faktor yang diberikan apakah telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen atau tidak. Dikarenakan harapan konsumen sering kali berubah tergantung dari kondisi atau pun keadaan konsumen maka ke-empat faktor tersebut harus dapat menyesuaikan dengan kondisi yang dialami oleh konsumen. Karena pada dasarnya yang akan menilai keberhasilan dari suatu perusahaan adalah konsumen itu sendiri dan konsumen akan membandingkan faktor-faktor tersebut dengan *platform* yang lain.

Kepuasan konsumen dapat diukur menggunakan indikatornya yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional dan kualitas harga. Kepuasan konsumen harus menjadi prioritas yang paling utama yang harus diperhatikan oleh Dana. Kepuasan konsumen adalah mengenai perasaan konsumen baik itu kesenangan ataupun ketidakpuasan yang dapat timbul akibat membandingkan sebuah pelayanan jasa dengan harapan konsumen atas pelayanan tersebut. Kepuasan konsumen juga dapat dilihat melalui *review* atau *rating* yang diberikan oleh konsumen pada aplikasi tersebut.

Berikut adalah *review* atau *rating* yang diberikan oleh konsumen :

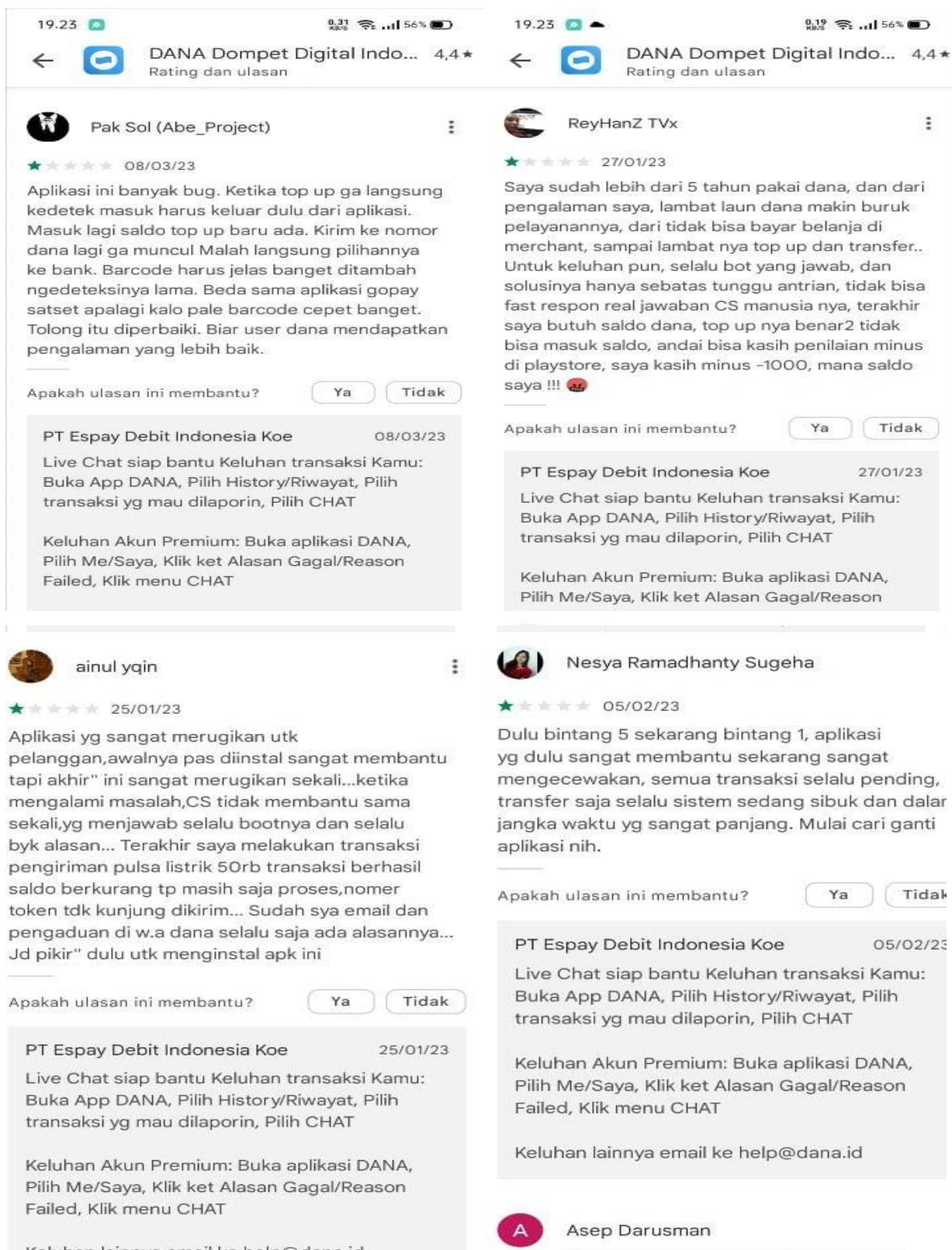
Tabel 1. 4 Rating Konsumen Dompot Digital

No	Nama Aplikasi	Rating
1	ShopeePay	4,9
2	Gopay	4,6
3	LinkAja	4,4
4	Ovo	4,3
5	Dana	4,3

Sumber : Shopee.co.id, detikinet.com, glassdoor.com, app.sesortower.com

Berdasarkan tabel rating konsumen di atas maka dapat dilihat bahwa rating dari konsumen yang tertinggi adalah ShopeePay dengan 4,9 disusul Gopay dengan 4,6 lalu LinkAja dengan 4,4 Ovo 4,3 dan Dana 4,3. Dengan hasil tersebut maka Dana bisa terbilang masih tertinggal oleh kompetitornya yang lain dalam hal memuaskan konsumen atau penggunaanya karena rating yang diberikan oleh konsumen mengartikan kepuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap aplikasi dompet digital tersebut.

Penyebab rating aplikasi Dana rendah tidak terlepas karena terdapat beberapa masalah yang terjadi di dalam aplikasi. Berikut beberapa keluhan konsumen terhadap performa dari aplikasi Dana:



Gambar 1. 1 Keluhan Konsumen Aplikasi Dana di PlayStore

Berdasarkan hasil *complain* dari konsumen pada aplikasi Dana di *PlayStore*, banyaknya keluhan mengenai performa dari aplikasi Dana yang sering mengalami *Bugg*, kendala ketika *TopUp*, transaksi yang sering tertunda dan kesulitan dalam menghubungi *Costumer Service* dikarenakan aplikasi Dana selalu menggunakan *Bot* untuk melayani keluhan konsumennya. Kendala-kendala tersebut yang menyebabkan beberapa konsumen merasa tidak nyaman ketika menggunakan aplikasi Dana sehingga berdampak kepada penilaian rating dari aplikasi Dana tersebut.

Penelitian ini didukung dengan data penelitian sementara yang dilakukan dengan membagikan pra-survey kepada 30 Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. Dengan jumlah mahasiswa/i prodi manajemen sebanyak 1.886 orang, sehingga menjadi populasi yang menarik untuk diteliti dan sangat sesuai dengan apa yang diperlukan oleh peneliti. Karena mahasiswa/i prodi manajemen merupakan populasi yang menarik maka peneliti melakukan pra-survey untuk mengetahui seberapa banyak pengguna aplikasi dompet digital Dana sebagai berikut :

Tabel 1. 5 Prasurvey Mahasiswa/i Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan

Pernyataan	Kriteria					Jumlah
	SS	S	KS	TS	STS	
Menggunakan aplikasi dompet digital Dana karena fiturnya menarik	36,7%	26,7%	23,3%	10%	3,3%	30
Menggunakan aplikasi dompet digital Dana karena penggunaan yang mudah dimengerti	26,7%	56,7%	13,3%	3,3%	-	30
Menggunakan aplikasi dompet digital Dana karena biaya transaksi yang terjangkau	16,7%	53,3%	16,7%	6,6%	6,7%	30
Menggunakan aplikasi dompet digital Dana karena terdapat <i>scan QR</i> yang memudahkan pengguna	20%	53,3%	13,3%	6,7%	6,7%	30
Menggunakan aplikasi dompet digital Dana untuk mengikuti perkembangan teknologi	20%	73,3%	6,7%	-	-	30

Sumber : Data diolah 2023

Pada tabel di atas merupakan hasil prasurvey yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui seberapa besar faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap Aplikasi Dompot Digital Dana di Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan. Terkait pernyataan pertama menggunakan aplikasi dompet digital Dana karena fiturnya menarik dengan jawaban sangat puas sebesar 36,7% dan tidak puas sebesar 10%, menggunakan aplikasi dompet digital Dana karena penggunaan yang mudah dimengerti dengan jawaban puas sebesar 56,7% dan tidak puas sebesar 3,3%, menggunakan aplikasi dompet digital Dana karena biaya transaksi yang terjangkau dengan jawaban puas sebesar 53,3% dan kurang puas sebesar 16,7%, menggunakan aplikasi dompet digital Dana karena terdapat fitur *scan QR* yang memudahkan pengguna dengan jawaban puas sebesar 53,3% dan sangat tidak puas sebesar 6,7%, menggunakan aplikasi dompet digital Dana untuk mengikuti perkembangan teknologi dengan jawaban puas sebesar 73,3% dan kurang puas dengan 6,7%.

Dari data di atas dapat penulis sampaikan bahwa Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen Universitas Pakuan Bogor tingkat penggunaan aplikasi dompet digital Dana cukup banyak. Namun berdasarkan hasil prasurvey menyatakan bahwa perkembangan teknologi menjadi alasan yang paling dominan mengapa mahasiswa/i menggunakan aplikasi dompet digital Dana.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk mengambil penelitian yang berjudul. **“Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana”**.

1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Pada tahun 2020-2022 persentase aplikasi dompet digital Dana tetap berada di posisi keempat dan belum berhasil menduduki posisi teratas.
2. Rating aplikasi Dana yang diberikan oleh pengguna masih berada diperingkat bawah dibandingkan dengan pesaingnya.
3. Banyaknya keluhan mengenai performa dari aplikasi dompet digital Dana yang menyebabkan konsumen tidak nyaman ketika menggunakan aplikasi Dana.

1.2.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana analisis faktor-faktor yang menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana?
2. Bagaimana analisis tingkat kepuasan Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan sebagai pengguna aplikasi dompet digital Dana?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana persaingan dompet digital di Indonesia dan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen khususnya Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis terhadap Aplikasi Dompet Digital Dana.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan faktor-faktor kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana.
2. Menganalisis tingkat kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana pada Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Sebagai gambaran mengenai teori kepuasan konsumen dengan kondisi nyata yang ada.
2. Untuk menambah wawasan akan kasus dan persaingan yang terjadi di dalam dunia bisnis digital yang ada di Indonesia.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi masyarakat, Agar dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai aplikasi Dana sebagai penyedia layanan jasa dompet digital yang dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi.
2. Bagi penyedia aplikasi Dana, dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan, kualitas produk, kualitas harga dan faktor emosional agar aplikasi Dana bisa menjadi lebih baik lagi dan dapat memuaskan kebutuhan pelanggan.
3. Bagi peneliti, diharapkan penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan bahan referensi dalam penelitian selanjutnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran Jasa

2.1.1 Pengertian Jasa

Pada era modern ini perusahaan tidak lagi hanya berfokus pada keunggulan suatu barang saja melainkan berfokus pada jasa atau pelayanan yang terdapat pada produk tersebut.

Menurut Malau (2017) jasa adalah layanan aktivitas yang tidak memiliki fisik, tidak bias dirasa dan tidak terlihat oleh mata yang diberikan oleh satu pihak kepada pihak lain.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2017) jasa sebagai tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* atau tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Menurut Kotler dan Keller (2016) mendefinisikan jasa atau layanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak terwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun dan produksinya dapat atau tidak terikat dengan produk fisik.

Menurut Tjiptono (2017) mendefinisikan pelayanan (*service*) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (*back office* atau *backstage*) dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan atau sering disebut pula sebagai (*front office* atau *frontstage*).

Berdasarkan definisi tersebut peneliti memahami bahwa jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang tidak terwujud, tetapi memiliki manfaat yang bisa dirasakan dan kinerja yang ditunjukkan kepada pihak lain dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

2.1.2 Manajemen Pemasaran Jasa

Manajemen pemasaran jasa adalah suatu kegiatan yang dilakukan produsen atau distributor kepada konsumen untuk menawarkan suatu produk yang tidak dapat dilihat tapi dapat dirasakan oleh konsumen tersebut sehingga penyedia jasa nantinya akan melakukan suatu aktivitas yang hasilnya dirasa bermanfaat dan dibutuhkan oleh pengguna jasa atau konsumen. Berhubung karena tidak menyediakan produk fisik maka kinerja ini murni berasal dari aktivitas yang dilakukan langsung oleh penyedia

jasa. Jenis jasa yang disediakan beragam dan semakin kesini layanan jasa ini sudah mengadopsi teknologi terkini.

Menurut Lovelock & Wright (2016) pemasaran jasa adalah suatu bagian sistem jasa yang mencakup keseluruhan dimana penyedia jasa mempunyai bentuk kontak kepada pelanggannya mulai dari pengiklanan hingga penagihan, saat dilakukannya hal yang mencakup kontak penyerahan atau penyampaian jasa.

Menurut William dalam Manallung (2016) pemasaran jasa adalah sesuatu yang dapat didefinisikan secara terpisah atau tidak terwujud, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan, jasa dapat menghasilkan benda-benda berwujud atau tidak terwujud.

Menurut Manallung (2016) pemasaran jasa adalah pemasaran yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat diretur dikemudian hari. Jasa tidak dapat disimpan seperti barang karena jasa yang diproduksi harus dalam waktu yang bersamaan. Menyalurkan jasa secara tepat sangatlah penting karena jasa tidak dapat dilihat, dicium maupun memiliki berat dan ukuran.

2.1.3 Karakteristik Jasa

Sifat-sifat khusus jasa perlu diperhatikan dan pertimbangkan dalam merancang program pemasaran, menurut Kotler yang dikutip oleh Tjiptono (2016) bahwa jasa memiliki ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu sebagai berikut :

1. Tidak Terwujud

Hal ini menyebabkan konsumen tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum mereka menggunakannya. Untuk mengurangi ketidakpastian konsumen akan mencari informasi tentang jasa tersebut seperti lokasi perusahaan, para penyedia dan penyalur jasa, peralatan dan alat komunikasi yang digunakan serta harga jasa produk tersebut. Beberapa hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan calon konsumen yaitu meningkatkan visualisasi jasa yang tidak terwujud menjadi terwujud, menekankan pada manfaat yang diperoleh dan menciptakan suatu nama brand atau merek bagi jasa.

2. Tidak terpisahkan

Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya yaitu perusahaan jasa yang menghasilkan jasa produksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan, jika konsumen membeli atau menggunakan suatu jasa maka ia akan berhadapan langsung dengan sumber atau penyedia jasa tersebut sehingga penjualan jasa lebih diutamakan untuk penjualan langsung dengan skala operasi terbatas.

3. Bervariasi (Heterogen)

Jasa yang diberikan seringkali berubah-ubah tergantung dari siapa yang menyajikan, kapan dan dimana penyajian jasa tersebut dilakukan, ini menyebabkan sulitnya menjaga kualitas jasa berdasarkan suatu standar.

4. Mudah musnah

Jasa tidak dapat disimpan dan mudah musnah, sehingga tidak dapat dijual pada masa yang akan datang. Keadaan musnah ini bukanlah suatu masalah jika permintaannya stabil, karena mudah untuk melakukan persiapan pelayanan sebelumnya. Jika permintaan berfluktuasi maka perusahaan akan menghadapi masalah yang sulit dalam melakukan persiapan pelayanannya, untuk itu perlu dilakukan perencanaan produk, penetapan harga serta program promosi yang tepat untuk mengatasi ketidaksesuaian antara penawaran dan permintaan jasa.

Menurut Buchari Alma (2015) ada beberapa perbedaan antara jasa dan barang, antara lain :

1. Pembelian jasa sangat dipengaruhi oleh motif yang didorong oleh emosi.
2. Jasa bersifat tidak terwujud, berbeda dengan barang yang bersifat berwujud dapat dilihat, dirasakan.
3. Barang bersifat tahan lama tetapi jasa tidak, jasa dibeli dan dikonsumsi pada waktu yang sama.
4. Barang dapat disimpan sedangkan jasa tidak dapat disimpan.
5. Ramalan permintaan dalam marketing barang merupakan masalah, tidak demikian halnya dengan marketing jasa.
6. Usaha jasa sangat mementingkan unsur manusia.
7. Distribusinya bersifat langsung dari produsen kepada konsumen.

Menurut Buchari Alma (2015) mengetahui bahwa ada tiga karakteristik jasa sebagai berikut :

1. Lebih bersifat tidak terwujud dari pada terwujud.
2. Produksi dan konsumsi waktunya bersamaan.
3. Kurang memiliki standar dan kesergaman.

Dapat disimpulkan bahwa karakteristik jasa bersifat tidak terwujud yang artinya yaitu konsumen tidak dapat melihat, mencium, meraba, mendengar dan merasakan hasilnya sebelum mereka membeli atau menggunakan jasa tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2016) terdapat empat poin dari karakteristik jasa, yaitu :

1. Tidak berwujud (*Intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang, bila barang merupakan suatu objek, alat, material atau benda maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses kinerja (*performance*) dan usaha. Bila barang dapat dimiliki maka jasa hanya dapat dikonsumsi tetapi tidak dapat dimiliki (*non ownership*). Esensi dari apa yang dibeli pelanggan adalah kinerja yang diberikan oleh pihak tertentu kepada pihak lainnya.

2. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Hal seperti ini terjadi karena jasa melibatkan unsur manusia dalam proses produksi dan konsumsinya. Berbeda dengan mesin, orang biasanya tidak dapat diprediksi dan cenderung tidak konsisten dalam hal sikap dan perilakunya.

3. Tidak terpisahkan (*Inseparability*)

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu kemudian dijual baru dikonsumsi. Sedangkan layanan umumnya dijual terlebih dahulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Interaksi antara penyedia layanan dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran layanan bersangkutan. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari layanan bersangkutan. Hubungan antara layanan dan pelanggan ini, efektivitas self dan layanan merupakan unsur kritis. Implikasi sukses atau tidaknya layanan bersangkutan ditunjang oleh kemampuan organisasi dalam melakukan proses rekrutmen dan seleksi, penilaian kinerja, sistem kompensasi, pelatihan dan pengembangan karyawannya secara efektif.

4. Tidak tahan lama (*Perishability*)

Perishability berarti bahwa pelayanan adalah komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu yang akan datang, dijual kembali atau dikembalikan. Permintaan layanan juga bersifat fluktuasi dan berubah, dampaknya perusahaan jasa atau layanan sering kali mengalami masalah sulit. Oleh karena itu perusahaan jasa atau layanan merancang strategi agar lebih baik dalam menjalankan usahanya dengan menyesuaikan permintaan dan penawaran.

2.1.4 Klasifikasi Jasa

Pada hakikatnya klasifikasi jasa terdapat berbagai macam tingkatan kombinasi antara barang fisik dan jasa *tangible*. Penawaran jasa dibedakan menjadi lima kategori menurut Fandy Tjiptono (2016) yaitu sebagai berikut :

1. Segmen pasar.
2. Tingkat keberwujudan.
3. Keterampilan penyedia jasa.
4. Tujuan organisasi jasa.
5. Regulasi.
6. Tingkat intensitas karyawan.
7. Tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan.

Menurut Kotler (2016) mengklasifikasikan jasa berdasarkan beberapa sudut pandang yang berbeda, antara lain:

1. Jasa dibedakan menjadi jasa yang berbasis manusia atau jasa yang berbasis peralatan.
2. Tidak semua jasa memerlukan kehadiran klien dalam menjalankan kegiatan.
3. Jasa dapat dibedakan menjadi jasa untuk kebutuhan pribadi atau jasa untuk kebutuhan bisnis.

2.2 Kepuasan Konsumen

2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen di definisikan sebagai bahan evaluasi dari kesadaran dan juga kesukaan konsumen terhadap barang atau jasa yang telah di rasakan dari produsen. Kepuasan konsumen di definisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa yang telah diperoleh atau dirasakan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai suatu ciri-ciri atau adanya keistimewaan suatu produk atau jasa itu sendiri yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan atau konsumen yang berkaitan dengan adanya penumbuhan kebutuhan konsumsi pelanggan atau konsumen. Dengan begitu kepuasan konsumen ini dapat didefinisikan sebagai respon rasa senang atau kecewa atas penggunaan suatu produk atau jasa yang telah diperoleh kemudian digunakan. Kepuasan pelanggan erat hubungannya dengan keinginan pelanggan untuk mencapai nilai bagi pelanggan untuk mencapai nilai bagi pelanggan yang maksimum.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2017) menjelaskan bahwa kata kepuasan berasal dari bahasa latin “*satis*” artinya cukup banyak dan memadai dan “*facio*” yang artinya melakukan atau membuat. Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai.

Menurut Arini dan Fatimah Feti (2018) menjelaskan yaitu seseorang yang merasa senang atau kecewa yang muncul dikarenakan perbedaan kinerja yang mengarah pada barang (hasil) tentang keinginan pelanggan.

Menurut Kotler dan Keller (2017) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja dari suatu produk atau jasa yang diperkirakan terhadap kinerja yang diharapkan, konsumen akan merasa amat sangat puas ketika kinerja yang sesungguhnya melebihi harapan dari konsumen.

Menurut Tuuk, Karuntu M (2019) mengartikan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah mengkomparasikan jika dia puas dengan kualitas produk atau layanan dia dapat memilih antara manfaat yang diperoleh dan kebutuhan pelanggan, besar kebutuhan konsumen dalam jangka yang lama.

Menurut Nugroho (2017) menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh konsumen dapat meningkatkan intensitas membeli atau menggunakan dari konsumen tersebut. Terciptanya tingkat kepuasan konsumen yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas dibenak pelanggan yang merasa puas.

Menurut Panjaitan (2018) kepuasan konsumen adalah evaluasi pasca pembelian, dimana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi dari harapan konsumen.

Menurut Indrasari (2019) kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapannya.

Menurut Andi Riyanto (2018) kepuasan konsumen adalah perbandingan kualitas layanan yang dialami konsumen, yang diharapkan konsumen apabila kualitas yang dialami oleh konsumen lebih rendah dari harapan maka konsumen akan merasa tidak puas. Konsumen akan merasa puas apabila kinerja melebihi dari harapan.

Menurut Howard dan Sheth (2020) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen adalah situasi kognitif pembelian berkenaan dengan kesepadanan atau ketidak sepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Kepuasan konsumen erat hubungannya dengan keinginan pelanggan untuk mencapai nilai bagi konsumen secara maksimal. Nilai konsumen adalah *trade*

off antara persepsi konsumen terhadap kualitas atau manfaat produk dan jasa yang dilakukan lewat harga yang dibayarkan.

Menurut Arini dan Fatimah feti (2018) menjelaskan yaitu seseorang yang merasa senang atau kecewa yang muncul dikarenakan perbedaan kinerja yang mengarah pada barang (hasil) tentang keinginan pelanggan. Kepuasan konsumen diukur dalam beragam metode meliputi umpan balik pasar, semacam asumsi tak terduga tertentu, survei pelanggan, pengamatan pasar dan forum diskusi online.

Dari definisi diatas dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa Konsumen akan merasa amat sangat puas ketika kinerja yang sesungguhnya melebihi harapan dari konsumen terhadap barang atau jasa yang telah diperoleh atau dirasakan baik itu senang atau tidak senang terhadap penggunaan barang atau jasa yang diperoleh dan telah digunakan.

2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkatan setelah konsumen perbandingan apa yang diterima dengan yang anda harapkan. Ekspetasi terhadap suatu kinerja produk atau jasa setelah pembelian atau menggunakan ini dapat berbentuk sebagai hasil pengaruh oleh berbagai faktor. Apabila ekspetasi tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pada saat sebelum melakukan pembelian maka dapat dikatakan konsumen merasa puas. Namun apabila ekspetasi setelah pembelian atau penggunaan suatu produk atau jasa tidak sesuai dengan harapan maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Menurut Umar (2016) seorang konsumen jika mereka setuju dengan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau layanan sangat besar kemungkinan akan menjadi pelanggan pada saat itu dalam jangka waktu yang lama. Kepuasan konsumen sangat tergantung pada persepsi dan ekspetasi pelanggan maka sebagai pemasok produk harus bisa mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhinya. Berikut faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen :

1. Kualitas Produk

Menurut Yulita & Saputri (2016) kualitas produk mempunyai dampak langsung terhadap kinerja produk dan jasa yang diciptakan oleh sebuah perusahaan. Kualitas sendiri dapat diartikan menjadi dua yaitu secara luas atau secara sempit. Kualitas yang berkaitan dengan perusahaan dan menitikberatkan pandangannya kepada pelanggan dalam menciptakan nilai dan kepuasan disebut kualitas secara luas, sedangkan secara sempit kualitas diartikan sebagai bebas dari kerusakan.

Menurut Kanuk (2016) kualitas produk adalah kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan identitas atau ciri pada setiap produknya sehingga konsumen mengenali produk tersebut, dengan meningkatkan suatu kualitas atau memberikan suatu kualitas terbaik oleh perusahaan agar konsumen dapat melakukan daya ingat yang bagus terhadap produk yang diberikan.

Menurut Assauri (2017) kualitas produk merupakan satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk, kualitas menyatakan tingkat kemampuan dari suatu merek atau produk tertentu dalam melaksanakan fungsi yang diharapkan.

Adapun indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur kualitas produk menurut Akbar Dwi Yulianto (2017) ada beberapa aspek indikator diantaranya :

- a. Performance yaitu meliputi karakteristik operasi dari suatu produk.
- b. Fitur produk (*feature*) yaitu karakteristik atau ciri-ciri tambahan yang melengkapi manfaat dasar suatu produk.
- c. Keandalan (*reability*) yaitu peluang suatu produk bebas dari kegagalan saat menjalankan fungsinya.
- d. Daya tahan (*durability*) menggambarkan umur ekonomis suatu produk.

Dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas produk merupakan posisi utama dan kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang memiliki 2 arti yaitu arti luas dan arti sempit dan merupakan suatu gabungan dari daya tahan, ketepatan, keandalan, pemeliharaan dan lain-lain.

2. Kualitas Pelayanan

Seperti yang diungkapkan oleh Kasmir (2017) bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seorang atau organisasi bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen.

Sedangkan menurut Abubakar (2018) bahwa kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan terbaik yang bermutu dibandingkan dengan pesaingnya.

Lalu menurut Lewis & Booms (2020) kualitas layanan dapat diartikan sebagai tolak ukur seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi atau harapan dari pelanggan.

Menurut Wibowo (2017) mengemukakan bahwa terdapat tiga indikator dalam kualitas pelayanan yaitu:

- a. Bukti fisik (*Tangibles*)
Berkenaan dengan adanya fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan.
- b. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Berkenaan dengan ketersediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para konsumen dan merespon permintaan mereka serta menginformasikan kepada jasa yang akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

c. Jaminan (*Assurance*)

Yakni perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para konsumen.

Berdasarkan kesimpulan diatas bahwa definisi kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk atau jasa yang diharapkan mampu memuaskan pelanggan. Jika kenyataannya lebih dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan berkualitas dan sebaliknya. Prinsip kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan atau konsumen.

3. Kualitas Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2016) yaitu harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu barang atau jasa atau jumlah jumlah dari nilai uang yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Menurut Suparyanto dan Rosad (2017) harga adalah jumlah suatu yang memiliki nilai pada umumnya berupa uang yang harus dikorbankan untuk mendapatkan suatu produk.

Salah satu teori tentang indikator kualitas harga menurut Kotler dan Keller (2016) yaitu :

a. Fungsi Biaya (*Cost Fungtion*)

Meliputi keterjangkauan harga, diskon dan promosi.

b. Harga Pesaing (*Competitor Price*)

Meliputi perbandingan harga dengan produk pesaing untuk mengetahui harga tertinggi dan harga terendah.

c. Nilai Pelanggan (*Costumer Value*)

Meliputi kesesuaian harga dengan nilai yang diterima pelanggan dan kesesuaian harga dengan kualitas.

Dari pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas harga adalah pandangan pelanggan dan penilaian pelanggan dalam melihat harga dilihat dari tinggi dan rendahnya harga yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan mencoba membandingkan harga produk sejenis serta fasilitas yang didapat dari produk tersebut

4. Faktor Emosional

Menurut Kusumo dan Suwito(2016) menyatakan bahwa emosional merupakan sifat perasaan hati dan pikiran yang khas dalam perilaku seseorang dengan berbagai macam keadaan kognitif, emosional dan psikologi.

Menurut Prandita dan Irfan (2016) emosional sebagai pendorong kepuasan pelanggan. Faktor emosional yang dimiliki konsumen juga memiliki peran penting dalam menciptakan kepuasan.

Emosional merupakan perasaan dan pikiran yang didasari oleh beberapa sifat emosi. Menurut Kusumo dan Suwito (2016) menyatakan indikator dari emosional meliputi :

- a. Rasa senang.
- b. Rasa bangga.
- c. Rasa aman.
- d. Rasa nyaman.

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor emosional adalah pandangan pelanggan dan penilaian pelanggan dalam menggunakan barang atau jasa tersebut, apabila pelanggan merasa hati dan pikirannya senang maka penilaian yang diberikan oleh pelanggan juga akan baik.

2.2.3 Manfaat Kepuasan Konsumen

Adanya kepuasan konsumen bisa memberikan beberapa manfaat menurut Muhammad In'amul Chulaifi (2018) yaitu :

1. Kaitan perusahaan dengan pelanggan menjadi baik.
2. Menyampaikan aturan yang benar bagi pelanggan.
3. Memajukan terciptanya kesetiaan konsumen.
4. Membangun rekomendasi antar konsumen yang bermanfaat bagi nama baik perusahaan dimata konsumen.

2.2.4 Indikator Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen atau pelanggan tidak bisa terlaksana tanpa adanya dukungan dari sumber daya manusia sebagai ujung tombak perusahaan yang berinteraksi langsung dengan para pelanggan dan berkewajiban memuaskan mereka. Dengan adanya dompet digital maka tidak jauh dari yang namanya penggunaan.

Menurut Hadjah (2017) terdapat beberapa indikator dalam menggunakan dompet digital sebagai alat pembayaran yaitu :

1. Praktis dan Efisien, Karena tidak perlu lagi pergi ke ATM untuk melakukan pembayaran.

2. Keamanan, Karena walaupun *handphone* hilang tidak berarti dana di dompet digital hilang karena aplikasi bisa di *download* ulang dan adanya keharusan memasukan PIN sebelum melakukan transaksi.
3. Transaksi dapat dilakukan dimana saja tanpa menggunakan uang tunai lagi.
4. *Top Up* saldo dompet digital dapat dilakukan diberbagai gerai *offline* tanpa harus memiliki rekening di bank.
5. Riwayat transaksi tercatat, setiap transaksi yang dilakukan akan tercatat secara berurutan.
6. Banyaknya promo dan diskon yang ditawarkan seperti halnya kartu kredit yang memanjakan nasabahnya sebagai *reward* dan diskon.

2.3 Dompet Digital

2.3.1 Pengertian Dompet Digital

Dompet digital atau disebut juga dengan *e-wallet* merupakan salah satu cara pengguna untuk menyimpan uang secara digital tanpa perlu uang cash. Dompet digital juga dapat menggantikan fungsi dompet pada umumnya dalam menyimpan uang dan juga penggunaannya lebih efisien. Menurut peraturan bank pada 2009, dompet digital merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau server uang elektronik yang dapat menampung dana atau uang untuk melakukan suatu pembayaran atau transaksi.

Dompet digital memberikan jaminan keamanan kepada para penggunanya untuk melacak informasi mengenai adanya tagihan atau pengiriman uang yang dilakukan sehingga transaksi yang dilakukan menjadi lebih cepat, aman dan efisien. Dompet digital adalah sebuah perangkat lunak elektronik, layanan jasa yang kemudian memungkinkan para penggunanya untuk melakukan transaksi secara online dengan pengguna lain baik untuk melakukan pembelian barang atau jasa. Dompet digital dapat digunakan sama halnya seperti dompet biasa namun lebih efisien penggunaannya disertai dengan jaminan keamanan. Mekanisme penggunaan dompet digital adalah dengan pengguna harus mengisi saldo pada akun yang dimilikinya agar dapat melakukan berbagai macam transaksi yang akan dilakukan.

Aplikasi dompet digital dana adalah sebuah *platform* dompet digital Indonesia yang didesain untuk menjadikan setiap transaksi non tunai dan non kartu secara digital baik *online* maupun *offline* dapat berjalan dengan cepat, praktis dan tetap terjamin keamanannya. Aplikasi dompet digital dana merupakan salah satu inovasi dari jasa keuangan yang berbasis teknologi yang menyediakan jasa layanan dompet digital, layanan transaksi pembayaran baik secara *online* maupun *offline*.

2.3.2 Keunggulan Dompot Digital

1. Daya tarik dompet digital
 - a. Promo dan bonus
 - b. Mudah digunakan
 - c. Praktis
 - d. Cepat
 - e. Aman
 - f. Kekinian

2. Platform pembayaran dompet digital
 - a. Kode QR (*Quick Response*)
 - b. OTP (*One Time Password*)
 - c. NFC (*Near Field Communication*)

2.3.3 Manfaat Dompot Digital

A. Kemudahan

Kemudahan dalam melakukan transaksi menjadi kelebihan utama dari dompet digital. Dengan menggunakan dompet digital pengguna tidak perlu lagi membawa dompet yang tebal dengan penuh uang tunai atau mengantri di ATM untuk mengambil uang tunai. Selain itu juga dengan menggunakan dompet digital pengguna dapat merasa jadi lebih mudah dan aman.

B. Promosi

Berbagai promosi yang disajikan oleh layanan pembayaran digital akan menguntungkan bagi pengguna. Promosi yang ditawarkan oleh berbagai dompet digital seperti *Cashback* dan promo potongan harga dapat menarik minat dari konsumen untuk menggunakan dompet digital tersebut.

C. History transaksi

Dengan adanya history transaksi hal ini memudahkan bagi konsumen agar dapat mengetahui transaksi apa saja yang telah dilakukannya agar dapat menghitung pengeluaran dan pemasukan yang dilakukannya dalam jangka tertentu.

D. Resiko lebih rendah

Jika akun dicuri maka pengguna dapat dengan mudah memblokir akun tersebut dengan menggunakan akun yang terhubung di perangkat ponsel. Dengan begitu hal resiko uang di curi di dompet digital terbilang rendah dibandingkan dengan menggunakan dompet biasa yang berisikan uang tunai.

2.4 Penelitian Terdahulu dan Kerangka Pemikiran

2.4.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian ini dibuat berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya yang sama atau mempunyai kemiripan terutama dalam indikator dengan penelitian ini. Adapun beberapa penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti, Tahun&Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Ernawati Dewi, Januar Eky Pambudi, Eka Hendra (2022). Minat menggunakan dompet digital ovo : kemudahan penggunaan dan kepuasan pelanggan	1. Kemudahan pengguna (x) 2. Kepuasan pelanggan (y)	1. Minat transaksional 2. Minat referensial 3. Minat prefensial 4. Minat eksploratif	1. SPSS V.25 2. Analisis deskriptif	Hasil penelitian ini kontribusi kemudahan penggunaan (X1) dan kepuasan pelanggan (X2) terhadap minat menggunakan dompet digital ovo (Y) sebesar 52,40% sisanya 47,60% dipengaruhi oleh variabel lain (X) yang tidak diteliti namun mempengaruhi minat menggunakan dompet digital ovo (Y) yaitu diduga oleh variabel fitur layanan, promosi penjualan, kemanfaat risiko, kemanfaatan, kualitas website dan sebagainya. Secara parsial kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital ovo, sedangkan kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menggunakan dompet digital ovo.

No	Nama Peneliti, Tahun&Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
2	Fajar Maulana (2022). Analisis kepuasan penggunaan dompet digital gopay dengan pendekatan technology service adoption	Analisis kepuasan pengguna	1. Kenyamanan 2. Kualitas informasi 3. Keamanan 4. Kepercayaan 5. Kualitas koneksi internet 6. Persepsi manfaat 7. Persepsi kemudahan 8. Penggunaan layanan Manfaat bersih	1. Metode survey SmartPLS	Hasil penelitian menunjukkan bahwa, terdapat 7 hipotesis yang diterima yaitu kenyamanan, kualitas koneksi internet terhadap persepsi kemudahan, kualitas koneksi internet terhadap persepsi manfaat, persepsi manfaat terhadap penggunaan layanan, persepsi kemudahan terhadap persepsi manfaat, persepsi kemudahan terhadap penggunaan layanan dan penggunaan layanan terhadap manfaat bersih. Kedua terdapat tujuh hipotesis yang tidak diterima yaitu kenyamanan, kualitas informasi, keamanan dan kepercayaan terhadap persepsi manfaat, kualitas informasi, keamanan, dan kepercayaan terhadap persepsi kemudahan.
3	Ruli Wahyuning dan Nurul Azizah (2020) Analisis Kepuasan Pengguna Dompet Digital melalui <i>Continuance Use Intention</i> dengan <i>Expectation Confirmation Model</i>	1. <i>Confirmation</i> 2. <i>Perceived Usefulness</i> 3. <i>Satisfaction</i> 4. <i>Perceived Security</i> 5. <i>Self-Efficacy</i> 6. <i>Continuance Use Intention</i>	1. Pengalaman menggunakan sistem 2. Layanan yang disediakan 3. Meningkatkan kinerja 4. Meningkatkan produktivitas 5. Meningkatkan efektivitas 6. Manfaat secara keseluruhan	<i>Partial Least Square (PLS)</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa niat penggunaan berkelanjutan layanan dompet digital Dana di Surabaya meningkat dengan mempertimbangkan beberapa faktor yakni <i>confirmation</i> , <i>satisfaction</i> , <i>self-efficacy</i> . Sedangkan faktor <i>perceived usefulness</i> dan <i>perceived security</i> tidak berpengaruh terhadap niat penggunaan berkelanjutan layanan dompet digital. Kepuasan pengguna menjadi faktor yang paling tinggi pengaruhnya untuk meningkatkan niat penggunaan berkelanjutan layanan dompet digital
4	Lili Rahma, Nurida Isnaeni dan Rafiqi Analisis Faktor-Faktor Penggunaan Dompet Digital (<i>E-Wallet</i>) Sebagai alat transaksi di tinjau dari perspektif ekonomi islam	1. Kemudahan 2. Kepuasan 3. Kepercayaan	1. Alasan memilih dompet digital 2. Lama penggunaan dompet digital 3. Banyaknya transaksi dalam satu bulan	SPSS V.25	Hasil penelitian maka diperoleh variabel kemudahan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan penggunaan dompet digital, kemudian variabel kepuasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna dompet digital.

No	Nama Peneliti, Tahun&Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Indikator	Metode Analisis	Hasil Penelitian
5	Fitriani Hasanah (2021) Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi Dana Sebagai Penyedia Jasa Dompot Digital	Kepuasan Konsumen	1. Bukti Langsung 2. Keandalan 3. Ketanggapa 4. Jaminan 5. Asuransi 6. empati	1. Analisis aritmetik means 2. Analisis servqu al 3. Import ance perfor mance	Hasil dari penelitian ini adalah kinerja aplikasi DANA pada pelayanannya kepada konsumen berada dalam kategori baik dengan nilai rata-rata total 4,09 dan harapan konsumen pada kualitas pelayanannya berada dalam kategori yang sangat tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,7. Nilai rata-rata total GAP sebesar -0,61 artinya kualitas pelayanan DANA dirasa biasa saja oleh konsumen. Nilai rata-rata total importance performance sebesar 87% artinya tingkat kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan ditinjau dari semua dimensi belum memuaskan.

Penelitian terdahulu diatas, akan digunakan sebagai acuan dalam kerangka pemikiran, terdapat variabel dan indikator yang sama terhadap kepuasan pengguna. Namun pada hasil penelitian oleh Fitriani Hasanah harapan konsumen pada kualitas pelayanannya berada dalam kategori yang sangat tinggi akan tetapi kepuasan konsumen pada kualitas pelayanan ditinjau dari semua dimensi belum memuaskan

2.4.2 Kerangka Pemikiran

Dompot digital merupakan sebuah layanan jasa menggunakan sebuah perangkat lunak elektronik berbasis aplikasi yang dapat digunakan oleh penggunanya sebagai pengganti dari dompet biasa menjadi aplikasi. Dompot digital kegunaannya sama dengan dompet biasa untuk menyimpan uang, namun dengan tingkat keamanan dan efisiensi yang lebih di banding dompet biasa karena dompet digital dapat melakukan transfer ke semua orang tanpa harus datang ke bank.

Dana adalah salah satu platform dompet digital yang cukup dikenal di Indonesia yang di desain untuk menjadikan transaksi non tunai dapat dilakukan dengan lebih praktis dan tingkat keamanan yang sudah terjamin. Dana merupakan salah satu inovasi baru dalam bidang jasa layanan keuangan berbasis teknologi modern (*fintech*) dengan salah satu jenis layanan keuangan yaitu dompet digital. Dengan menggunakan Dana pengguna dapat lebih mudah dalam bertransaksi karena terdapat fitur transfer ke sesama pengguna Dana, transfer ke semua bank dan dapat membayar belanja dengan melakukan scan barcode dan QR dengan catatan toko tersebut telah bergabung dengan Dana.

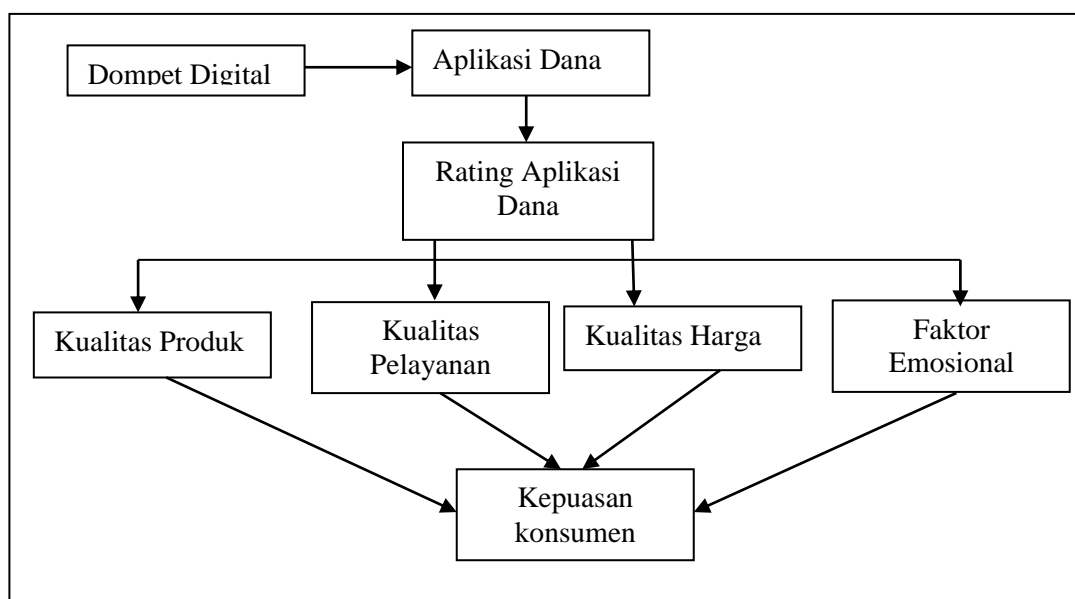
Kepuasan konsumen merupakan suasana hati dimana konsumen merasakan senang atau tidak senang setelah menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan

oleh suatu perusahaan. Rasa senang atau tidak senang dari konsumen tersebut dapat terjadi apabila tingkat harapan dari konsumen yang tidak sesuai dengan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen, seperti jika harapan konsumen terhadap kualitas pelayanan jasa tersebut baik dan kenyataan yang dirasakan oleh konsumen juga baik maka konsumen akan merasa puas dan kualitas pelayanan tersebut dapat disebut baik dan ideal namun apabila sebaliknya harapan dari konsumen sudah baik namun kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen tidak baik maka dapat diambil kesimpulan kualitas pelayanan tersebut masih kurang dan tidak baik.

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti Faktor Produk dengan indikator Performance, Fitur produk (*feature*), Kesesuaian dengan sertifikasi (*conformance to spesification*), Keandalan (*reability*) dan Daya tahan (*durability*). Faktor Pelayanan dengan indikator Bukti fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reability*), Daya tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Empati (*Empathy*). Faktor Kualitas Harga dengan indikator Fungsi Biaya (*Cost Fungtion*), Harga Pesaing (*Competitor Price*) dan Nilai Pelanggan (*Costumer Value*). dan terakhir Faktor Emosional dengan indikator rasa senang, rasa bangga, rasa percaya diri dan rasa nyaman.

Berdasarkan uraian penelitian ini maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen sangat erat kaitannya dengan ke empat faktor tersebut dengan begitu jika perusahaan dapat mewujudkan ke empat faktor tersebut maka akan tercipta kepuasan konsumen dengan dilihat dari penilaian konsumen bagi perusahaan. Penelitian ini ditunjang oleh Fitriani Hasanah (2021) dengan judul analisis kepuasan konsumen terhadap penggunaan aplikasi dana sebagai penyedia jasa dompet digital, dimana indikator yang digunakan adalah Bukti Langsung, keandalan, ketanggapan, jaminan, asuransi dan empati.

Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka berpikir yang dapat di gambarkan sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif eksploratif. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif jenis riset ini bertujuan untuk menggambarkan sesuatu secara cermat. Hal yang dideskripsikan dalam penelitian ini adalah Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana. Penelitian ini meneliti lalu menarik kesimpulan dari pengumpulan datanya termasuk dalam penelitian survey dimana peneliti mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok.

3.2 Objek, Unit Analisis dan Lokasi Penelitian

Objek penelitian ini terdiri dari variabel terikat yaitu kepuasan konsumen dan memiliki empat sub variabel yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas harga dan faktor emosional yang setiap sub variabelnya memiliki indikator-indikator yang beragam.

Unit analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah data individual yang diperoleh langsung dari responden yaitu Mahasiswa Aktif 2018-2022 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang menjadi pengguna aplikasi dana.

Adapun lokasi penelitian ini yaitu di Universitas Pakuan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang berlokasi di jalan pakuan PO box 452 Bogor 16143 Jawa barat.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan kuantitatif yang berupa angka-angka dan analisis datanya menggunakan data statistik. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

- a. Data primer adalah data yang diperoleh peneliti langsung dari unit analisis yang diteliti yaitu individu/orang dalam perusahaan/organisasi dan kelompok individu yang diteliti dengan melalui penyebaran kuisioner.
- b. Data sekunder dapat diperoleh melalui media masa, jurnal-jurnal, penelitian terdahulu dan laporan perusahaan atau literature yang dimiliki oleh perusahaan baik data internal maupun data eksternal.

3.4 Operasional Variabel

Tabel 3. 1 Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kepuasan Konsumen	Kualitas Produk	a) Performa aplikasi dana.	a. Memuat halaman aplikasi dana tidak memerlukan waktu lama. b. Kemudahan dalam melakukan transaksi.	Ordinal
		b) Fitur yang ditawarkan aplikasi dana.	b. Minimum transaksi yang dibolehkan cukup murah. c. Maksimal pengguna menyimpan saldo Rp. 20.000.000 pada aplikasi dana.	
	Kualitas Pelayanan	a) Tampilan aplikasi dana.	a. Penggunaan aplikasi dana mudah dimengerti. b. Tampilan aplikasi dana mudah atau <i>user friendly</i>	
		b) Informasi	a. Informasi yang ada pada aplikasi dana terorganisir dengan baik. b. Aplikasi dana memberikan notifikasi ketika merilis informasi terbaru	

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	Skala
Kepuasan Konsumen	Kualitas Harga	a) Fungsi Biaya (<i>Cost Fungtion</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Biaya transaksi ke semua bank murah. b. Gratis transfer kemanapun dengan minimum transfer Rp,50.000. 	Ordinal
		b) Harga Pesaing (<i>Competitor Price</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Murah biaya admin ketika melakukan top up b. Aplikasi dana sering memberikan potongan harga atau kupon. 	
	Faktor emosional	a) Rasa senang dan bangga	<ul style="list-style-type: none"> a. Penambahan fitur saat update menjadi premium. b. Aplikasi dana memiliki tampilan yang indah. 	
		b) Rasa aman dan percaya diri.	<ul style="list-style-type: none"> a. Terdapat fitur scan Qr pada aplikasi dompet digital dana. b. Aplikasi dana memiliki reputasi kejujuran yang baik & dipercaya 	

3.5 Metode Penarikan Sampel

Menurut Sugiyono (2019) adalah sebidang atau wakil dari populasi yang diteliti, dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penarikan sampel *non probability sampling*. Menurut Sugiyono (2018) *Non probability sampling* adalah Teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2018) yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. *Purposive sampling* tergolong dalam jenis *non-probability sampling* yang artinya tidak memberikan peluang yang sama dari setiap populasi. Dalam penelitian ini kriteria yang digunakan sebagai populasi adalah Mahasiswa/i aktif 2016-2022 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan yang menggunakan aplikasi dompet digital Dana.

Tabel 3. 2 Jumlah Mahasiswa Aktif Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan

Prodi	Angkatan					Jumlah
	2018	2019	2020	2021	2022	
Manajemen	296	348	397	427	418	1.886

Sumber : Data Sekunder Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan. (2023)

Kriteria yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i aktif prodi manajemen yang telah menggunakan dompet digital dana, dengan jumlah mahasiswa/i sebanyak 1.886 orang. Untuk mengetahui jumlah (N) dapat diketahui secara pasti, salah satu caranya yaitu dengan menerapkan metode slovin. Informasi yang diperlukan adalah jumlah populasi (N) dan tingkat kesalahan (*e-error*) dalam penentuan sampel (n).

$$\text{Rumus : } n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Populasi : 1.886 mahasiswa/i

Kesalahan : *error* = 0,01 (10%)

$$n = \frac{1.886}{1+1.886 (0,1)^2} = 95,5 \text{ yang dibulatkan menjadi } 100 \text{ mahasiswa/i}$$

3.6 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan beberapa cara yaitu :

➤ Data primer

Metode pengumpulan data untuk data primer yaitu dengan menggunakan teknik kuisisioner dengan memberikan beberapa pertanyaan yang bertujuan untuk mendapatkan data dan informasi. Kuisisioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis kuisisioner tertutup, kuisisioner tertutup adalah kuisisioner yang dirancang sedemikian rupa untuk mengumpulkan data mengenai keadaan yang dialami oleh responden itu sendiri, responden akan diberikan alternatif jawaban yang sudah disediakan peneliti di dalam kuisisioner tersebut dan responden akan langsung menjawab kuisisioner tersebut demi kebutuhan penelitian. Peneliti menggunakan kuisisioner untuk memperoleh data dan informasi kepuasan konsumen dengan faktor kualitas pelayanan terhadap pengguna aplikasi dana sebagai dompet digital.

Untuk mengetahui jawaban responden, digunakan skala pengukuran yaitu skala likert. Skala likert merupakan skala yang sering digunakan untuk mengukur mengenai sikap, pendapat dan persepsi. Berikut adalah skor jawaban dengan menggunakan skala pengukuran skala likert :

Tabel 3. 3 Skala Likert

<i>Jawaban</i>	<i>Inisial</i>	<i>Skor</i>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Kurang Setuju	KS	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : rezeqibarakah.com

➤ Data sekunder

Pengumpulan data sekunder didapatkan melalui cara manual melalui media masa seperti jurnal-jurnal yang berkaitan, website yang berkaitan, buku, literatur dan juga penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

3.7 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menguji kebenaran atau tingkat kesahihan dari instrumen masing-masing variabel. Instrument akan akan diukur apakah valid atau tidak. Jika instrument dinyatakan valid maka instrument dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Berikut merupakan rumus uji validitas :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x) - (\sum y)}{(N\sum x^2 - (\sum x)^2) (N\sum y^2 - (N\sum y)^2)}$$

Keterangan :

- r : koefisien korelasi
 X : skor tiap pernyataan/item
 Y : skor total
 N : jumlah data/responden

Pengujian signifikansi menggunakan r tabel pada tingkat signifikansi 0,05. adapun kriterianya sebagai berikut :

- Jika nilai positif dan r hitung \geq r tabel maka item pernyataan dapat dinyatakan valid.
- Jika r hitung \leq r tabel maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk menguji atau mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian kuantitatif. Untuk mengetahui ketepatan hasil pengukuran pada sampel yang sama namun dalam waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas yang digunakan adalah menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*.

Rumus koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach's* adalah sebagai berikut :

$$r_i = \frac{K}{K-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

r_i = koefisien reabilitas *Alpha Cronbach's*

K = jumlah item soal

$\sum s_i^2$ = jumlah varian skor tiap item

S_t^2 = varian total

Pengujian reabilitas *Alpha Cronbach's* dilakukan dengan kriteria sebagai berikut :

- Jika nilai *Alpha Cronbach's* $> 0,60$ maka pernyataan reliabel
- Jika nilai *Alpha Cronbach's* $< 0,60$ maka pernyataan tidak reliabel

3.8 Metode Analisis

Analisis deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel atau lebih (Independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lainnya. Bertujuan untuk mendeskripsikan dan memperoleh gambaran secara mendalam dan objektif mengenai Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana (Studi kasus : Mahasiswa/i Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan).

Total dari nilai jawaban setiap butir pertanyaan kemudian dibulatkan rentang skala untuk mengetahui tanggapan total setiap responden dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Tanggapan total responden} = \frac{\text{Skor total jawaban respnden}}{\text{Skor tertinggi responden X Jumlah responden}} \times 100\%$$

Sumber : Sugiyono(2017)

Kriteria penilaian tanggapan responden dapat digambarkan sebagai berikut :

Tabel 3. 4 Kriteria Penilaian

<i>Interval</i>	<i>Penilaian</i>
0-20	Sangat Tidak Puas
21-40	Tidak Puas
41-60	Kurang Puas
61-80	Puas
81-100	Sangat Puas

Sumber : Sugiyono (2017)

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Aplikasi Dana/Hasil Pengumpulan Data

4.1.1 Gambaran Umum Aplikasi Dompot Digital Dana

Didirikannya aplikasi dompet digital dana didukung dengan adanya dorongan potensi bisnis digital *payment* Indonesia. Aplikasi dompet digital dana adalah layanan sistem pembayaran *mobile* yang dapat diakses melalui perangkat telekomunikasi. Aplikasi dompet digital dana ini menyediakan uang elektronik, *e-wallet*, transfer tunai dan bantuan layanan lainnya.

Pemegang saham utama PT. Espay Debit Indoneisa Koe (EDIK) yang didukung oleh investor ternama seperti PT. Elang Mahkota Teknologi Tbk (EMTEK) membangun aplikasi dompet digital dana dengan bantuan programmer Indonesia. Ant *financial* juga memberikan bantuan teknis untuk aplikasi dompet digital dana, aplikasi dompet digital dana juga berkerja sama dengan beberapa *merchant* Indonesia dan bank nasional antara lain Bank Mandiri, BCA, CIMB Niaga, BNI, BRI, Bank Panin, Bank Permata, BTN dan Sinar Mas. Setelah uji coba peluncuran pada maret 2018, aplikasi dompet digital dana penyedia layaban keuangan untuk pekerja anak Indonesia, secara resmi diterbitkan pada 5 Desember 2018.



Gambar 4. 1 Logo Aplikasi Dana

Sumber : jagadmedia.id

Pada gambar 4.1 merupakan logo aplikasi dompet digital dana yang telah diresmikan pada Maret 2018 silam. Aplikasi dompet digital dana merupakan pemasok layanan pembayaran digital yang masih sangat muda dan harus bisa meyakinkan masyarakat bahwa teknologinya siap digunakan. Aplikasi dompet digital dana bertujuan untuk meningkatkan produktivitas masyarakat dengan memanfaatkan inovasi teknologi secara efektif dan kompeten.

Teknologi seperti dana *protection* yang telah memiliki akreditasi ISO 27001 dan PCI-DSS (*Payment Card Industry Data Security Standard*) yang digunakan untuk mendukung aplikasi dana. Aplikasi dompet digital dana merupakan *platform* terbuka untuk pembayaran digital yang dapat digunakan di berbagai aplikasi baik *merchant online* maupun *offline*.

Aplikasi dompet digital dana memiliki empat izin dari bank Indonesia, yaitu uang elektronik, dompet digital, uang transmisi dan likuiditas keuangan digital. Aplikasi dompet digital dana dibangun atas tiga pilar yaitu terpercaya yang berarti keamanan penuh untuk semua transaksi pengguna, ramah yang berarti menghubungkan konsumen dengan perusahaan untuk pengalaman pengguna yang lebih baik dana dapat diakses yang berarti membuat pembayaran tanpa uang tunai menjadi mudah bagi pengguna dan bisnis.

Pengguna layanan aplikasi dompet digital dana dapat melakukan berbagai transaksi elektronik, termasuk deposit ke minimarket, pembayaran listrik, pulsa dan paket data, asuransi, saldo dana, transfer bank, kartu kredit dan masih banyak lainnya, ini menunjukkan bahwa budaya digital telah berkembang untuk menyentuh hampir setiap aspek dalam kehidupan.

4.1.2 Visi dan Misi

➤ Visi

1. Satu platform aplikasi untuk semua jenis pembayaran ada.
2. Menjadi pilar sekaligus sebagai penggerak perekonomian digital yang diperuntukkan bagi seluruh masyarakat Indonesia.

➤ Misi

1. Membangun dompet digital Indonesia yang mampu mentransformasikan transaksi berbasis elektronik
2. Memasyarakatkan platform pembayaran elektronik. Dengan tagline-nya adalah transaksi online non-tunai terlengkap, termudah, dan terpercaya.

4.1.3 Jenis-Jenis Layanan Aplikasi Dompot Digital Dana

Berbagai macam layanan yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna aplikasi dompet digital dana yang ada dalam aplikasi dompet digital dana yaitu :

a. Transaksi *Top Up* (Saldo)

Transaksi *top up* adalah transaksi dimana uang elektronik ditambahkan ke saldo dana. Transaksi *top up* dapat dilakukan melalui ATM, fitur debit langsung (*Direct Debit*), internet banking (*M-Banking*), sms banking dan agen.

b. Tarik saldo (Cash Out).

Rekening bank yang telah terdaftar di aplikasi dompet digital dana dapat digunakan untuk menarik saldo dana (*Cash Out*), begitu juga dengan pihak ketiga yang telah bekerja sama dengan dana.

c. Kirim uang (Send Money).

Layanan fitur dana yang memungkinkan pengguna untuk mengirimkan sebagian atau seluruh saldo dana atau saldo kartu mereka yang disimpan di aplikasi dana kepada pengguna dana lainnya serta non dana melalui rekening bank atau melalui agen yang bekerja sama dengan EDIK, pengguna dapat memanfaatkan kemampuan ini untuk mengirimkan uang kepada pengguna dana atau non dana user.

d. Minta uang (Request Money).

Pengguna layanan fitur dana *request money* dapat meminta sejumlah uang kepada pengguna dana lainnya. Dengan memindai kode *QR*, mengirimkan *QR* atau memberikan tautan ke permintaan jumlah minimal yang diperlukan melalui chat atau media perpesanan.

e. Simpan kartu (Save Card).

Layanan fitur aplikasi dompet digital dana yang disebut *save card* memungkinkan pengguna untuk menyimpan detail tentang kartu kredit atau debit yang disediakan oleh bank yang mendukung EDIK ke rekening pengguna yang dapat digunakan untuk melakukan transaksi.

f. Pengaturan tagihan-tagihan (Manage Bills).

Pada layanan fitur *manage bills* pengguna dapat membuat pengingat tagihan dan aplikasi dana akan mengirimkan pesan ketika tiba waktunya untuk membayar tagihan tersebut.

g. Pembelian isi ulang pulsa dan pembayaran tagihan.

Isi ulang pulsa untuk operator telekomunikasi atau operator lain dapat diperoleh dengan menggunakan aplikasi dana dalam denominasi yang tersedia atau sesuai dengan intruksi dari aplikasi dompet digital dana.

4.2 Analisis Data

4.2.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menguji kebenaran atau tingkat kesahihan dari instrumen masing-masing variabel. Instrument akan akan diukur apakah valid atau tidak, uji validitas dilakukan ke 30 responden jika instrument dinyatakan valid maka instrument dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Hasil uji validitas (Tabel 4.1) dari 16 pernyataan valid karena r hitung $>$ r tabel.

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas

Indikator	Item	r hitung	r tabel	keterangan	kesimpulan
Kualitas Produk	1	0,603	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	2	0,532	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	3	0,406	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	4	0,527	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
Kualitas Pelayanan	5	0,489	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	6	0,448	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	7	0,567	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	8	0,484	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
Kualitas Harga	9	0,692	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	10	0,655	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	11	0,647	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	12	0,384	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
Faktor Emosional	13	0,431	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	14	0,482	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	15	0,521	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid
	16	0,604	0,361	r hitung $>$ r tabel	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2023

4.2.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji untuk menguji atau mengukur konsistensi alat ukur yang digunakan dalam penelitian kuantitatif. Untuk mengetahui ketepatan hasil pengukuran pada sampel yang sama namun dalam waktu yang berbeda. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas yang digunakan adalah menggunakan rumus *Cronbach's Alpha*.

Tabel 4. 2 Reliability Statistics

Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha If Item Deleted	Keterangan	Kesimpulan
1	0,819	0,803	$\alpha > 0,6$	Reliabel
2	0,819	0,809	$\alpha > 0,6$	Reliabel
3	0,819	0,815	$\alpha > 0,6$	Reliabel
4	0,819	0,810	$\alpha > 0,6$	Reliabel
5	0,819	0,811	$\alpha > 0,6$	Reliabel
6	0,819	0,813	$\alpha > 0,6$	Reliabel
7	0,819	0,807	$\alpha > 0,6$	Reliabel
8	0,819	0,813	$\alpha > 0,6$	Reliabel
9	0,819	0,796	$\alpha > 0,6$	Reliabel
10	0,819	0,806	$\alpha > 0,6$	Reliabel
11	0,819	0,800	$\alpha > 0,6$	Reliabel
12	0,819	0,819	$\alpha > 0,6$	Reliabel
13	0,819	0,814	$\alpha > 0,6$	Reliabel
14	0,819	0,811	$\alpha > 0,6$	Reliabel
15	0,819	0,815	$\alpha > 0,6$	Reliabel
16	0,819	0,807	$\alpha > 0,6$	Reliabel

Sumber : Data Output SPSS

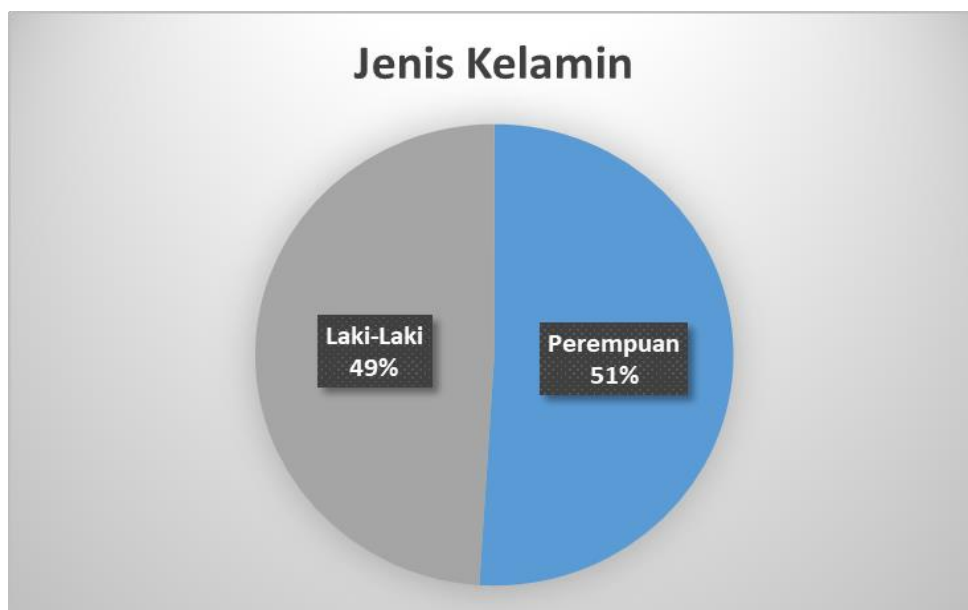
Cronbach's Alpha	N of Items
819	16

Dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,819 artinya yaitu instrumen pernyataan pada variabel faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana reliabel sehingga layak untuk disebarkan.

4.3 Profil Responden

Pada penelitian ini kriteria responden yang adalah mahasiswa/i Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Pakuan yang pernah menggunakan dan yang menggunakan aplikasi dompet digital Dana yang diperoleh dengan menggunakan kuisisioner yang disebarakan melalui media online dan melalui observasi dengan menyebarkan kuisisioner.

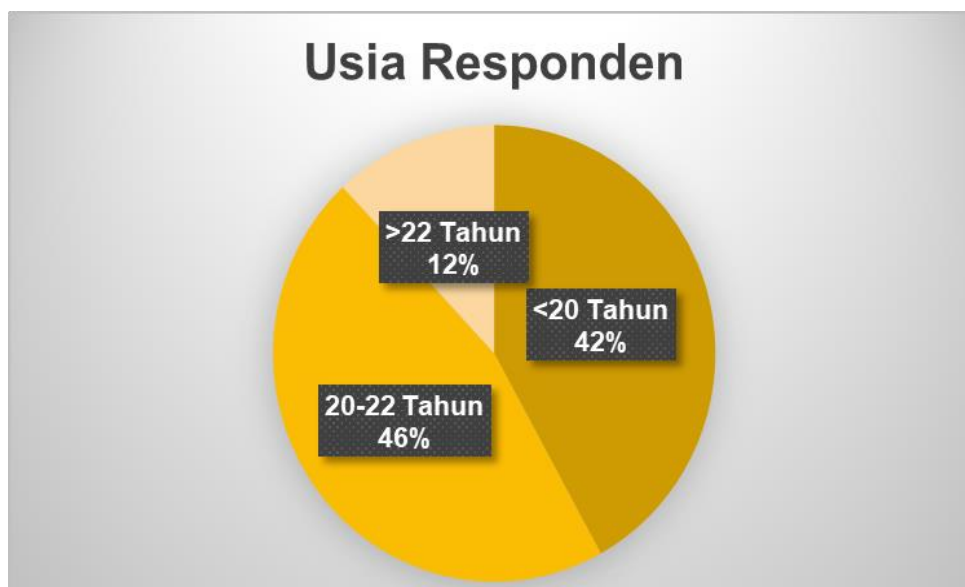
4.3.1 Jenis Kelamin



Gambar 4. 2 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menyatakan bahwa dari 100 orang responden yang mengisi kuisisioner ini diketahui bahwa 49% Laki-Laki dan 51% Perempuan. Berdasarkan data tersebut maka dapat disimpulkan pengguna aplikasi dompet digital Dana paling banyak adalah perempuan.

4.3.2 Usia Responden



Gambar 4. 3 Usia Responden

Berdasarkan gambar 4.3 di atas diketahui bahwa usia dari 100 responden yang telah mengisi kuisisioner, usia responden yang paling dominan adalah 20-22 tahun yaitu sebesar 46%, kurang dari 20 tahun sebesar 42% dan di atas 22 tahun hanya sebesar 12%.

4.4 Analisis Deskriptif

Tujuan dari analisis deskriptif adalah untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana. Berikut ini adalah tanggapan responden mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan mahasiswa/i dalam menggunakan aplikasi dompet digital Dana.

4.4.1 Faktor-Faktor Yang Menentukan Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompet Digital Dana

Faktor-faktor kepuasan konsumen yang mempengaruhi konsumen dalam menggunakan aplikasi dompet digital dana diukur melalui pernyataan-pernyataan dalam kuesioner, pernyataan tersebut terdiri dari 16 sub pernyataan valid yang berasal dari 9 indikator hasil jawaban responden mencakup pilihan sangat setuju hingga sangat tidak setuju berdasarkan tanggapan tersebut di lakukan analisis deskriptif untuk menjelaskan faktor-faktor kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana dimana jawaban responden di nilai dengan menggunakan analisis deskriptif yang dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut :

1. Kualitas Produk

Tabel 4. 3 Tidak membutuhkan waktu lama untuk mengakses halaman aplikasi dompet digital Dana

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	25	125	25
Setuju	4	48	192	48
Kurang setuju	3	21	63	21
Tidak setuju	2	6	12	6
Sangat Tidak setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	392	100
Total tanggapan responden		$\frac{392}{500} \times 100\% = 78,4\%$		

Sumber: Data kuisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 48% menyatakan setuju, 25% menyatakan sangat setuju, 21% menyatakan kurang setuju dan 6% menyatakan tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, tidak membutuhkan waktu lama untuk mengakses halaman aplikasi dompet digital Dana sebesar 78% responden masuk ke dalam penilaian puas.

Tabel 4. 4 Persentase Mengenai Kualitas Produk No.1

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	78,4	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisioner diolah, 2023

Tabel 4. 5 Kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	21	105	21
Setuju	4	55	220	55
Kurang setuju	3	16	48	16
Tidak setuju	2	7	14	7
Sangat Tidak setuju	1	1	1	1
Jumlah		100	388	100
Total tanggapan responden		$\frac{388}{500} \times 100\% = 77,6\%$		

Sumber: Data kuisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 55% menyatakan setuju, 21% menyatakan sangat setuju, 16% menyatakan kurang setuju, 7% menyatakan tidak setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi sebesar 78% responden masuk ke dalam penilaian puas.

Tabel 4. 6 Persentase Mengenai Kualitas Produk No.2

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	77,6	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisioner diolah, 2023

Tabel 4. 7 Tanpa minimum transaksi ke sesama pengguna aplikasi dompet digital Dana

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	27	135	27
Setuju	4	59	236	59
Kurang setuju	3	13	39	13
Tidak setuju	2	1	2	1
Sangat Tidak setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	412	100
Total tanggapan responden		$\frac{412}{500} \times 100\% = 82,4\%$		

Sumber: Data kuisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 59% menyatakan setuju, 27% menyatakan sangat setuju, 13 orang menyatakan kurang setuju dan 1% menyatakan tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, Tanpa minimum transaksi ke sesama pengguna aplikasi dompet digital Dana sebesar 82% responden masuk ke dalam penilaian sangat puas.

Tabel 4. 8 Persentase Mengenai Kualitas Produk No.3

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80		Puas
81 – 100	82,4	Sangat Puas

Sumber : Data kuisioner diolah, 2023

Tabel 4. 9 Maksimal menyimpan saldo dana hingga 20.000.000

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	13	65	13
Setuju	4	39	156	39
Kurang setuju	3	35	105	35
Tidak setuju	2	11	22	11
Sangat Tidak setuju	1	2	2	2
Jumlah		100	350	100
Total tanggapan responden		$\frac{350}{500} \times 100\% = 70\%$		

Sumber: Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 39% menyatakan setuju, 35% menyatakan kurang setuju, 13% menyatakan sangat setuju, 11% menyatakan tidak setuju dan 2% menyatakan sangat tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, maksimal menyimpan saldo dana hingga 20.000.000 pada aplikasi dompet digital Dana sebesar 70% responden masuk ke dalam penilaian puas.

Tabel 4. 10 Persentase Mengenai Kualitas Produk No.4

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	70	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

2. Kualitas Pelayanan

Tabel 4. 11 Penggunaan aplikasi dompet digital dana mudah dimengerti

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	42	210	42
Setuju	4	54	216	54
Kurang setuju	3	4	12	4
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	438	100
Total tanggapan responden		$\frac{438}{500} \times 100\% = 87,6\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 54% menyatakan setuju, 42% menyatakan sangat setuju dan 4% menyatakan kurang setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, penggunaan aplikasi dompet digital Dana mudah dimengerti sebesar 88% responden masuk ke dalam penilaian sangat puas.

Tabel 4. 12 Persentase Mengenai Kualitas Pelayanan No.1

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80		Puas
81 – 100	87,6	Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Tabel 4. 13 Tampilan pada aplikasi Dana mudah dipahami atau user friendly

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	36	180	36
Setuju	4	46	184	46
Kurang setuju	3	18	54	18
Tidak setuju	2	0	0	0
Sangat Tidak setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	418	100
Total tanggapan responden		$\frac{418}{500} \times 100\% = 83,6\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 46% menyatakan setuju, 36% menyatakan sangat setuju dan 18% menyatakan kurang setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, tampilan pada aplikasi dana mudah dipahami atau user friendly sebesar 84% responden masuk ke dalam penilaian sangat puas.

Tabel 4. 14 Persentase Mengenai Kualitas Pelayanan No.2

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80		Puas
81 – 100	83,6	Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Tabel 4. 15 Informasi yang ada pada aplikasi Dana berjalan dengan baik

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	22	110	22
Setuju	4	42	168	42
Kurang setuju	3	28	84	28
Tidak setuju	2	8	16	8
Sangat Tidak setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	378	100
Total tanggapan responden		$\frac{378}{500} \times 100\% = 75,6\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 42% menyatakan setuju, 28% menyatakan kurang setuju, 22% menyatakan sangat setuju dan 8% menyatakan tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, informasi yang ada pada aplikasi Dana berjalan dengan baik sebesar 76% responden masuk ke dalam penilaian puas.

Tabel 4. 16 Persentase Mengenai Kualitas Pelayanan No.3

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	75,6	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Tabel 4. 17 Aplikasi Dana selalu memberikan notifikasi sesudah melakukan transaksi

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	32	160	32
Setuju	4	54	216	54
Kurang setuju	3	12	36	12
Tidak setuju	2	1	2	1
Sangat Tidak setuju	1	1	1	1
Jumlah		100	415	100
Total tanggapan responden		$\frac{415}{500} \times 100\% = 83\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data diatas dari 100 responden, 54% menyatakan setuju, 32% menyatakan sangat setuju, 12% menyatakan kurang setuju, 1% menyatakan tidak setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, aplikasi Dana selalu memberikan notifikasi sesudah melakukan transaksi sebesar 83% responden masuk ke dalam penilaian sangat puas.

Tabel 4. 18 Persentase Mengenai Kualitas Pelayanan No.4

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80		Puas
81 – 100	83	Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

3. Kualitas Harga

Tabel 4. 19 Biaya transaksi ke seluruh bank murah

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	8	40	8
Setuju	4	28	112	28
Kurang setuju	3	34	102	34
Tidak setuju	2	26	52	26
Sangat Tidak setuju	1	4	4	4
Jumlah		100	310	100
Total tanggapan responden		$\frac{310}{500} \times 100\% = 62\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 34% menyatakan kurang setuju, 28% menyatakan setuju, 26% menyatakan tidak setuju, 8% menyatakan sangat setuju dan 4% menyatakan sangat tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, biaya transaksi ke seluruh bank murah sebesar 62% responden masuk ke dalam penilaian puas.

Tabel 4. 20 Persentase Mengenai Kualitas Harga No.1

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	62	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Tabel 4. 21 Gratis transfer tanpa minimum ke sesama pengguna aplikasi Dana

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	18	90	18
Setuju	4	54	216	54
Kurang setuju	3	23	69	23
Tidak setuju	2	5	10	5
Sangat Tidak setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	385	100
Total tanggapan responden		$\frac{385}{500} \times 100\% = 77\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 54% menyatakan setuju, 23% menyatakan kurang setuju, 18% menyatakan sangat setuju dan 5% menyatakan tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, gratis transfer tanpa minimum ke sesama pengguna aplikasi dana sebesar 77% responden masuk ke dalam penilaian puas.

Tabel 4. 22 Persentase Mengenai Kualitas Harga No.2

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	77	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Tabel 4. 23 Biaya admin lebih murah ketika melakukan top up atau pembayaran melalui aplikasi Dana

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	9	45	9
Setuju	4	28	112	28
Kurang setuju	3	31	93	31
Tidak setuju	2	29	58	29
Sangat Tidak setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	308	100
Total tanggapan responden		$\frac{308}{500} \times 100\% = 61,6\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 31% menyatakan kurang setuju, 29% menyatakan tidak setuju, 28% menyatakan setuju dan 9% menyatakan sangat setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, biaya admin lebih murah ketika melakukan top up atau pembayaran melalui aplikasi dana sebesar 62% responden masuk ke dalam penilaian puas. Artinya masih banyak responden yang belum merasa puas sebanyak 38,4%.

Tabel 4. 24 Persentase Mengenai Kualitas Harga No.3

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	61,6	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Tabel 4. 25 Biaya yang saya keluarkan ketika menggunakan aplikasi Dana sesuai dengan manfaat yang diberikan

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	9	45	9
Setuju	4	45	180	45
Kurang setuju	3	26	78	26
Tidak setuju	2	19	38	19
Sangat Tidak setuju	1	1	1	1
Jumlah		100	342	100
Total tanggapan responden		$\frac{342}{500} \times 100\% = 68,4\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 45% menyatakan setuju, 26% menyatakan kurang setuju, 19% menyatakan tidak setuju, 9% menyatakan sangat setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, biaya yang saya keluarkan ketika menggunakan aplikasi dana sesuai dengan manfaat yang diberikan sebesar 68% responden masuk ke dalam penilaian puas.

Tabel 4. 26 Persentase Mengenai Kualitas Harga No.4

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	68,4	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

4. Faktor Emosional

Tabel 4. 27 Saya percaya bahwa menggunakan aplikasi Dana akan cocok dengan gaya hidup saya

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	21	105	21
Setuju	4	48	192	48
Kurang setuju	3	27	81	27
Tidak setuju	2	4	8	4
Sangat Tidak setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	386	100
Total tanggapan responden		$\frac{386}{500} \times 100\% = 77,2\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 48% menyatakan setuju, 27% menyatakan kurang setuju, 21% menyatakan sangat setuju dan 4% menyatakan tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, saya percaya bahwa menggunakan aplikasi dana akan cocok dengan gaya hidup saya sebesar 77% responden masuk ke dalam penilaian puas.

Tabel 4. 28 Persentase Mengenai Faktor Emosional No.1

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	77,2	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Tabel 4. 29 Aplikasi Dana memberikan pengalaman yang menyenangkan dibandingkan metode pembayaran lain

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	14	70	14
Setuju	4	39	156	39
Kurang setuju	3	28	84	28
Tidak setuju	2	19	38	19
Sangat Tidak setuju	1	0	0	0
Jumlah		100	348	100
Total tanggapan responden		$\frac{348}{500} \times 100\% = 69,6\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 39% menyatakan setuju, 28% menyatakan kurang setuju, 19% menyatakan tidak setuju dan 14% menyatakan sangat setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, aplikasi dana memberikan pengalaman yang menyenangkan dibandingkan metode pembayaran lain sebesar 70% responden masuk ke dalam penilaian puas.

Tabel 4. 30 Persentase Mengenai Faktor Emosional No.2

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	69,6	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Tabel 4. 31 Fitur scan QR untuk melakukan transaksi memberikan rasa aman bagi penggunanya

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	19	95	19
Setuju	4	46	184	46
Kurang setuju	3	25	75	25
Tidak setuju	2	9	18	9
Sangat Tidak setuju	1	1	1	1
Jumlah		100	373	100
Total tanggapan responden		$\frac{373}{500} \times 100\% = 74,6\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 46% menyatakan setuju, 25% menyatakan kurang setuju, 19% menyatakan sangat setuju, 9% menyatakan tidak setuju dan 1% menyatakan sangat tidak setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, fitur scan QR untuk melakukan transaksi memberikan rasa aman bagi pengguna sebesar 75% responden masuk ke dalam penilaian puas.

Tabel 4. 32 Persentase Mengenai Faktor Emosional No.3

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60		Kurang Puas
61 – 80	74,6	Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Tabel 4. 33 Aplikasi Dana memiliki reputasi yang baik dan dapat dipercaya

Keterangan	Skor	Jumlah Responden (Orang)	Skor Total	Persentase (%)
Sangat setuju	5	11	55	11
Setuju	4	20	80	20
Kurang setuju	3	33	99	33
Tidak setuju	2	20	40	20
Sangat Tidak setuju	1	16	16	16
Jumlah		100	290	100
Total tanggapan responden		$\frac{290}{500} \times 100\% = 58\%$		

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan data di atas dari 100 responden, 33% menyatakan kurang setuju, 20% menyatakan setuju dan tidak setuju, 16% menyatakan sangat tidak setuju dan 11% menyatakan sangat setuju. Rata-rata total tanggapan responden mengenai pernyataan, aplikasi dana memiliki reputasi kejujuran yang baik dan dapat dipercaya sebesar 58% responden masuk ke dalam penilaian kurang puas.

Tabel 4. 34 Persentase mengenai Faktor Emosional No. 4

Nilai	Persentase (%)	Keterangan
0 – 20		Sangat Tidak Puas
21 – 40		Tidak Puas
41 – 60	58	Kurang Puas
61 – 80		Puas
81 – 100		Sangat Puas

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

4.4.2 Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana

Berikut ini hasil rata-rata tanggapan responden tingkat kepuasan aplikasi dompet digital dana:

Tabel 4. 35 Rekapitulasi Hasil Rata-Rata Tanggapan Responden Tingkat Kepuasan Aplikasi Dompot Digital Dana

Sub Variabel	Ukuran	Persentase (%)	Rata-Rata
Kualitas Produk	Tidak membutuhkan waktu lama untuk mengakses halaman aplikasi dompet digital Dana	78	77%
	Kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi	78	
	Tanpa minimum transaksi ke sesama pengguna aplikasi dompet digital Dana	82	
	Maksimal menyimpan saldo Dana hingga 20.000.000	70	
Kualitas Pelayanan	Penggunaan aplikasi dompet digital Dana mudah dimengerti	88	82%
	Tampilan pada aplikasi Dana mudah dipahami atau user friendly	84	
	Informasi yang ada pada aplikasi Dana berjalan dengan baik	76	
	Aplikasi dana selalu memberikan notifikasi sesudah melakukan transaksi	83	

Sub Variabel	Ukuran	Persentase (%)	Rata-Rata
Kualitas Harga	Biaya transaksi ke seluruh bank murah	62	67%
	Gratis transfer tanpa minimum ke sesama pengguna aplikasi Dana	77	
	Biaya admin lebih murah ketika melakukan top up atau pembayaran melalui aplikasi Dana	62	
	Biaya yang saya keluarkan ketika menggunakan aplikasi Dana sesuai dengan manfaat yang diberikan	68	
Faktor Emosional	Saya percaya bahwa menggunakan aplikasi Dana cocok dengan gaya hidup	77	70%
	Aplikasi Dana memberikan pengalaman yang menyenangkan dibanding metode pembayaran lain	70	
	Fitur scan QR untuk melakukan transaksi memberikan rasa aman bagi pengguna	75	
	Aplikasi Dana memiliki reputasi kejujuran yang baik dan dapat dipercaya	58	
Rata-rata			73%

Sumber : Data kuisisioner diolah, 2023

Berdasarkan tabel 4.35 hasil rekapitulasi dari rata-rata nilai pada setiap indikator diperoleh nilai rata-rata indikator sebesar 73% dimana rata-rata tersebut berada pada interval (61-80%), sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pengguna aplikasi dompet digital dana baik. Hal tersebut ditunjukkan dengan banyaknya tanggapan puas pada sub variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kualitas harga dan faktor emosional.

Terdapat sub variabel yang memperoleh rata-rata nilai tertinggi sampai terendah, dapat dilihat bahwa sub variabel yang mendapat nilai rata-rata tertinggi pada kualitas pelayanan dengan persentase sebesar 82% hal ini dikarenakan kemampuan dari aplikasi dana dalam memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu seperti membuat tampilan dari aplikasi Dana yang *user friendly* dan selalu update mengenai informasi terbaru sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menggunakan aplikasi Dana. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tanggapan responden tertinggi pada sub variabel kualitas pelayanan terdapat pada indikator Penggunaan aplikasi dompet digital Dana mudah dimengerti dengan persentase sebesar 88%.

Kualitas produk dengan persentase sebesar 77%, kualitas produk merupakan satu dari alat utama untuk mencapai posisi produk dan jasa kualitas produk juga memberikan dampak langsung terhadap kinerja suatu produk dan jasa yang diciptakan oleh aplikasi Dana. Kualitas yang diberikan oleh aplikasi Dana yaitu konsumen dapat melakukan transaksi apapun dan dapat mengakses halaman pada aplikasi dengan cepat, hal itu akan membuat konsumen merasa nyaman dan konsumen akan merasa puas dengan kualitas dari aplikasi Dana. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tanggapan responden tertinggi pada sub variabel kualitas produk terdapat pada indikator Tanpa minimum transaksi ke sesama pengguna aplikasi dompet digital Dana dengan persentase sebesar 82%.

Faktor emosional dengan persentase sebesar 70% yang berarti dibawah dari nilai rata-rata hal ini dikarenakan kurangnya rasa bangga dan percaya diri dalam menggunakan aplikasi dana lalu kurangnya rasa percaya dan rasa aman dari konsumen yang disebabkan karena aplikasi Dana pernah melakukan kesalahan sehingga menyebabkan hilangnya saldo dari beberapa konsumen hal itu tentu membuat konsumen menjadi kurang percaya dengan keamanan dari aplikasi Dana. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tanggapan responden tertinggi pada sub variabel faktor emosional terdapat pada indikator Percaya bahwa menggunakan aplikasi Dana cocok dengan gaya hidup dengan persentase sebesar 77%.

Sub variabel yang memperoleh nilai rata-rata terendah terdapat pada kualitas harga dengan persentase rata-rata sebesar 67% yang berada dibawah nilai rata-rata hal ini disebabkan karena biaya transaksi antar bank yang diberikan aplikasi Dana sebesar Rp.4.500 terbilang lebih mahal dibandingkan dengan kompetitornya seperti Shopeepay dan Ovo dengan biaya transfer ke bank yang cenderung lebih murah yaitu

Rp.2.500 dan dengan banyaknya biaya admin yang dikenakan oleh aplikasi Dana ketika melakukan top up atau melakukan transaksi melalui aplikasi Dana hal tersebut membuat kurangnya rasa puas dari konsumen pada kualitas harga dari aplikasi Dana. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata tanggapan responden tertinggi pada sub variabel kualitas harga terdapat pada indikator Gratis transfer tanpa minimum ke sesama pengguna aplikasi dana dengan persentase sebesar 77%.

Untuk sub variabel, indikator dan pernyataan dengan persentase tertinggi yang memiliki nilai diatas rata-rata maka hal tersebut perlu dipertahankan agar aplikasi Dana bisa menjadi lebih baik lagi. Sedangkan bagi sub variabel, indikator dan pernyataan dengan persentase yang cukup rendah dan berada dibawah rata-rata maka hal itu perlu ditingkatkan oleh pihak aplikasi dompet digital Dana sehingga kedepannya aplikasi Dana dapat selalu memberikan yang terbaik bagi konsumen agar dapat memuaskan konsumen dalam segala aspek.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana (studi kasus Mahasiswa/i Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan) maka simpulan yang didapat sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang menentukan kepuasan pengguna terdiri dari 4 sub variabel yaitu :
 - A. Kualitas produk berdasarkan hasil tanggapan responden menunjukkan rata-rata kualitas produk sebesar 77%, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana. Jika dilihat dari kualitas produk tanggapan responden saat diberi pernyataan mengenai Tanpa minimum transaksi ke sesama pengguna aplikasi dompet digital Dana sebesar 82% sebagai nilai tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana.
 - B. Kualitas pelayanan berdasarkan hasil tanggapan responden menunjukkan rata-rata kualitas pelayanan sebesar 82%, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana. Jika dilihat dari kualitas pelayanan tanggapan responden saat diberi pernyataan mengenai Penggunaan aplikasi dompet digital dana mudah dimengerti sebesar 88% sebagai nilai tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana.
 - C. Kualitas harga berdasarkan hasil tanggapan resoponden menunjukkan rata-rata kualitas harga sebesar 67%, hasil ini menunjukkan bahwa kualitas harga menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana. Jika dilihat dari kualitas harga tanggapan responden saat diberi pernyataan mengenai Gratis transfer tanpa minimum ke sesama pengguna aplikasi Dana sebesar 77% sebagai nilai tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa kualitas harga menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana.
 - D. Faktor emosional berdasarkan hasil tanggapan responden menunjukkan rata-rata faktor emosional sebesar 70%, hasil ini menunjukkan bahwa faktor emosional menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana. Jika dilihat dari faktor emosional tanggapan responden

saat diberi pernyataan mengenai saya percaya bahwa menggunakan aplikasi dompet digital Dana cocok dengan gaya hidup sebesar 77% sebagai nilai tertinggi, hal ini menunjukkan bahwa faktor emosional menentukan kepuasan pengguna aplikasi dompet digital Dana.

2. Tingkat kepuasan mahasiswa/i prodi manajemen sebagai pengguna aplikasi dompet digital Dana yaitu :
 - A. Kualitas produk memiliki rata-rata sebesar 77% yang berarti Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis merasa puas sebagai pengguna aplikasi dompet digital Dana.
 - B. Kualitas pelayanan memiliki rata-rata sebesar 82% yang berarti Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis merasa sangat puas sebagai pengguna aplikasi dompet digital Dana.
 - C. Kualitas harga memiliki rata-rata sebesar 67% yang berarti Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis merasa puas sebagai pengguna aplikasi dompet digital Dana.
 - D. Faktor emosional memiliki rata-rata sebesar 70% yang berarti Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis merasa puas sebagai pengguna aplikasi dompet digital Dana.

5.2 Saran

Menanggapi berbagai masalah yang diangkat dalam penelitian ini, peneliti membuat saran-saran sebagai berikut :

1. Biaya transaksi ke seluruh bank murah memiliki persentase sebesar 62%, yang berarti seharusnya perusahaan menurunkan biaya transfer agar lebih murah dari pesaing seperti ShoopePay dan Ovo yang biaya transfer hanya Rp.2500 sedangkan biaya transfer Dana sebesar Rp. 4.500.
2. Aplikasi Dana harus lebih meningkatkan keamanan agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi dompet digital Dana.
3. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin mengambil objek tentang aplikasi dompet digital Dana, hendaknya peneliti memperluas responden tidak hanya kepada Mahasiswa/I Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan saja, namun kepada masyarakat umum juga agar peneliti mendapatkan data yang lebih baik lagi. Kemudian peneliti juga harus mencari tahu informasi terbaru mengenai performa aplikasi dompet digital Dana atau masalah yang dialami oleh aplikasi dompet digital Dana agar peneliti memiliki pengetahuan yang lebih luas agar pembahasan mengenai aplikasi dompet digital Dana dapat lebih menarik lagi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alamsha, H. D., & Purnama, N. B. (2022). Evaluasi Kualitas Produk Dompot Digital (E-Wallet Quality) Indonesia Pada Aplikasi Dana. *Jurnal Mahasiswa Bisnis dan Manajemen*, 1-12.
- Arif Karnadi (2022). Dompot Digital Paling Banyak Dipakai di Indonesia, Tersedia di : <https://dataindonesia.id>
- Astuti, I. S., & Nugroho, E. S. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Aplikasi Dompot Digital Go-Pay. *Jurnal Manajemen Vol 13*, 26-36.
- Dewi, E., Pambudi, J. E., & Priyatna, E. H. (2022). Minat Menggunakan Dompot Digital Ovo : Kemudahan Penggunaan Dan Kepuasan Pelanggan. *Digital Business Journal*, 1-11.
- Dimas Bayu (2022). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2022, Tersedia di : <https://dataindonesia.id/>
- Dimas, J (2020). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2020, Tersedia di : <https://databoks.katadata.co.id>
- Fandy Tjiptono, dan Gregorius Chandra, (2017). Pemasaran Jasa, Penerbit Banyumedia Publishing, Ikap Jawa Timur.
- Galuh Putri Riyanto (2021). Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2021, Tersedia di : <https://teknokompas.com/>
- Gunawan, A., Wahyuni, N., & Sheka, V. N. (2021). Kualitas Pelayanan Aplikasi Dana Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal Universitas Sultan Ageng Tirtayasa*, 181-196.
- Hasanah, F. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Penggunaan Aplikasi Dana Sebagai Penyedia Jasa Dompot Digital. *Ilmu Pengetahuan Sosial UIN Syarif*, 30-50.
- Kotler, P dan Keller, K.L. (2015). Manajemen Pemasaran. Jilid 1, Edisi 13, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip and Amstrong Gary. 2016. *Priciples of Marketing*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lame Keller (2016). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1&2. Jakarta : PT. Indeks.
- _____, P dan Keller, K.L, (2016). Manajemen Pemasaran. Edisi Erlangga. Jakarta.
- _____, P dan Keller,K.L,(2017). Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

- Malau, (2017). Manajemen Pemasaran. Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Samapi Era Modernisasi Global. Bandung : Alfabeta
- Maulana, F. (2022). Analisis Kepuasan Penggunaan Dompot Digital Go-Pay Dengan Pendekatan Technology Service Adoption (Studi Pada Penggunaan Dompot Digital Go-Pay Di Kota Surakarta). *Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Surakarta*, 1-31.
- MT, M. P., & Sukaresna, I. M. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Nilai Dan Persepsi Kegunaan, Terhadap Minat Berkelanjutan Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Dompot Digital E-Wallet Ovo Dikota Semarang). *Journal Undip*, 1-11.
- Naomi Adisty (2022). Penggunaan Dompot Digital di Indonesia, tersedia di : <https://goodstats.id/article/-0C7Nx>
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Sukarno Pressindo.
- Pratiwi, D. S., & Nuryana, I. D. (2021). Analisis Tingkat Penerimaan Dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompot Digital Dana. *Journal Of Emergening Information Systems And Business Intelligence*, 2774-3993.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sutanto, E. M., & Yessica, Y. (2020). Analisis Pemilihan Aplikasi Pembayaran Dana. *Journal Of Business and Banking*, 53-61.
- Tjiptono, F & Chandra, G. (2016). *Service, Quality & Statisfaction*. Yogyakarta : Andi.
- Whisnu Bagus (2020). Daftar Dompot Digital Dengan Pertumbuhan Pesat Saat Pandemi, tersedia di : <https://www.beritasatu.com>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Azhar Riziq Tsabit
Alamat : Babakan tarikolot 07/08 Kel. Nanggewer Kec.
Cibinong Kab. Bogor
Tempat/Tanggal Lahir : Jakarta, 16 Oktober 2000
Agama : Islam
Pendidikan
❖ SD : SDN Tarikolot 02
❖ SMP : SMP Mahardika
❖ SMA : SMAN 3 Cibinong
❖ Perguruan Tinggi : Universitas Pakuan Bogor

Bogor, 24 November 2023



Azhar Riziq Tsabit

LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Angket

Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pengguna Aplikasi Dompot Digital Dana (Studi Kasus : Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan)

Assalamualaikum Wr. Wb

Saya Azhar Riziq Tsabit selaku mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pakuan Bogor, saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk kepentingan tugas akhir kuliah (skripsi). Saya membutuhkan bantuan anda untuk menjadi responden dalam penelitian saya dengan mengisi kuisisioner ini dengan sebaik-baiknya karena jawaban anda tidak dilihat benar atau salah dan kerahasiaan jawaban anda akan terjamin. Atas perhatian dan kesediannya untuk mengisi kuisisioner ini, saya mengucapkan banyak terimakasih.

Apakah saudara/i pengguna dompet digital dana

- Ya
- Tidak
- Lainnya

3. Identitas Responden

Nama :

NPM :

Jenis Kelamin :

Pria

Wanita

Angkatan :

2018

2019

2020

2021

2022

4. Pernyataan

Berikan tanda (✓) pada jawaban yang mahasiswa/i pilih

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Kualitas Produk

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Performa						
1	Tidak membutuhkan waktu lama untuk mengakses halaman aplikasi dompet digital dana.					
2	Kecepatan dan kemudahan dalam melakukan transaksi.					
Fitur						
1	Tanpa minimum transaksi ke sesama pengguna aplikasi dompet digital dana.					
2	Maksimal menyimpan saldo dana hingga 20.000.000					

Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Tampilan						
1	Menggunakan aplikasi dana mudah dimengerti.					
2	Tampilan pada aplikasi dana mudah dipahami atau <i>user friendly</i> .					
Informasi						
1	Informasi yang ada pada aplikasi dana berjalan dengan baik.					
2	Aplikasi dana selalu memberikan notifikasi sesudah melakukan transaksi.					

Kualitas Harga

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Fungsi Biaya						
1	Biaya transaksi ke seluruh bank murah.					
2	Gratis transfer tanpa minimum ke sesama pengguna dana.					
Harga Pesaing						
1	Biaya admin lebih murah ketika melakukan top up atau pembayaran melalui aplikasi dana.					
2	Biaya yang saya keluarkan ketika menggunakan aplikasi dana sesuai dengan manfaat yang diberikan.					

Faktor Emosional

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Rasa Senang dan Rasa Bangga						
1	Saya percaya bahwa menggunakan aplikasi dana akan cocok dengan gaya hidup saya.					
2	Aplikasi dana memberikan pengalaman yang menyenangkan dibandingkan metode pembayaran lain.					
Rasa Aman dan Percaya Diri						
1	Fitur scan QR untuk melakukan transaksi memberikan rasa aman bagi pengguna.					
2	Aplikasi dana memiliki reputasi kejujuran yang baik dan dapat dipercaya					

Lampiran 2 Karakteristik Responden

Jenis Kelamin	Usia Responden
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun

Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	> 22 Tahun
Perempuan	> 22 Tahun
Perempuan	> 22 Tahun
Laki-Laki	> 22 Tahun
Perempuan	> 22 Tahun
Laki-Laki	> 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Laki-Laki	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Perempuan	< 20 Tahun
Laki-Laki	> 22 Tahun
Laki-Laki	> 22 Tahun
Laki-Laki	> 22 Tahun
Perempuan	> 22 Tahun
Perempuan	> 22 Tahun
Perempuan	> 22 Tahun
Perempuan	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun
Laki-Laki	20 - 22 Tahun

Lampiran 3 Jawaban Kuisisioner

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	TS
3	4	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	55
4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	79
4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	3	4	3	66
5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	3	2	4	3	4	3	62
4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	63
3	2	4	1	4	4	3	3	1	4	2	5	5	4	5	2	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	3	3	57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	79
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	76

4	4	4	3	3	3	2	4	3	5	4	5	4	4	4	4	60
5	5	5	4	5	4	2	4	3	4	2	2	5	4	5	4	63
4	4	5	5	4	4	2	2	2	3	2	2	4	4	5	4	56
4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	2	2	5	5	5	3	62
5	5	4	3	5	5	2	1	2	4	2	3	4	2	4	4	55
4	1	4	1	5	5	5	5	3	4	4	3	2	4	2	5	57
2	5	5	4	5	4	3	4	3	4	4	4	5	2	2	1	57
2	3	5	3	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	2	1	59
3	4	4	3	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	1	1	57
4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	2	2	58
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	3	59
3	4	4	3	4	4	4	5	2	4	4	4	4	3	3	2	57
4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	3	3	2	2	61
4	4	4	2	5	5	5	5	3	4	4	4	4	2	5	5	65
5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	76

5	4	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	3	2	67
5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	61
4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	60
5	5	5	2	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	5	4	72
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	76
4	4	5	2	4	4	4	5	3	2	3	2	4	5	5	4	60
5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	3	4	4	3	4	1	63
2	4	5	2	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	58
4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	61
4	4	4	3	4	3	4	5	1	4	4	4	4	4	3	1	56
4	4	4	2	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	3	69
5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	1	60
4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	70
5	4	4	3	4	5	3	5	4	5	3	3	3	4	4	3	62
5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	65

4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	63
3	5	4	4	5	5	5	4	3	2	2	3	4	4	3	2	58
4	4	4	3	4	5	2	4	3	3	2	1	4	3	4	3	53
3	2	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	4	3	57
4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	2	2	4	3	3	3	57
4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	2	55
4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	1	58
4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	2	3	1	55
4	3	5	2	5	3	5	5	4	5	3	4	3	2	4	3	60
3	4	4	2	4	4	5	4	2	5	3	4	3	2	4	3	56
4	4	4	3	5	5	3	4	2	3	3	2	3	3	4	1	53
3	4	4	2	4	4	3	4	2	3	2	4	3	2	4	3	51
4	3	4	5	4	3	4	4	2	2	3	3	4	3	3	3	54
3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	53
5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	3	61

4	3	3	4	5	4	5	4	4	5	3	4	3	2	4	1	58
3	4	5	2	5	3	4	4	2	4	4	3	5	5	5	4	62
3	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	2	4	2	49
4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	2	57
4	2	4	4	4	5	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	58
4	4	3	4	5	5	2	5	4	5	2	2	4	4	5	4	62
3	4	3	3	5	5	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	55
2	3	4	3	4	4	4	5	3	4	3	2	3	3	3	5	55
4	5	3	4	5	5	4	3	4	3	1	3	2	4	4	2	56
5	4	3	5	4	4	2	4	3	3	4	2	3	2	3	4	55
2	3	3	5	5	3	3	3	5	4	3	2	3	3	4	5	56
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	2	3	3	5	55
4	5	2	4	5	4	4	5	5	3	3	3	3	3	4	4	61
3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	56
4	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	61

4	4	4	4	4	5	4	5	2	3	2	4	5	3	4	2	59
3	2	5	3	5	5	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	59
4	4	4	4	5	4	3	5	2	3	2	2	4	3	3	3	55
4	3	5	4	4	5	4	5	2	3	2	3	4	4	4	3	59
5	4	5	5	5	4	3	5	4	3	3	2	3	5	3	1	60
5	4	5	5	4	3	4	5	2	4	3	2	3	5	3	2	59
4	4	5	4	5	4	4	4	2	4	4	3	5	5	4	2	63
4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	5	4	2	1	54
3	5	4	3	4	4	3	4	3	4	1	3	4	3	4	2	54
3	4	4	3	4	4	3	5	2	3	2	4	4	3	3	1	52
3	5	4	3	4	5	4	4	2	4	2	4	4	2	3	1	54
2	4	3	3	3	5	4	4	2	4	2	4	3	2	3	1	49
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	4	3	57
4	4	5	4	5	5	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	61
3	3	5	4	3	3	5	4	4	3	4	2	4	4	4	2	57

4	4	5	4	4	4	4	3	2	4	2	2	4	4	3	3	56
5	4	4	3	4	3	5	3	4	4	2	2	3	3	3	3	55
5	4	3	5	4	3	3	4	2	5	1	4	4	2	2	4	55
4	4	4	4	5	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	3	58
4	4	4	3	5	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	57
4	3	4	3	5	4	3	3	3	4	3	4	3	3	5	3	57
5	3	3	4	4	4	4	3	2	4	2	4	3	3	4	3	55
5	4	4	2	4	4	3	4	2	3	2	3	4	2	2	2	50
5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	5	2	3	2	55
3	2	4	4	4	4	4	3	3	2	3	2	5	4	3	3	53
3	2	4	4	4	3	4	4	2	3	2	3	4	5	4	1	52
4	4	3	3	5	4	4	4	2	4	3	4	4	4	5	3	60
4	3	3	5	4	5	4	4	1	3	3	3	5	5	4	2	58

Lampiran 4 r_{tabel} untuk 30 responden

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254