

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumen Gopay (Studi Kasus Pada Pengguna Gopay Di Kota Bandung)

The Effect Of Service Quality And Customer Satisfaction On Gopay Customer Loyalty (Case Study On Gopay Users In Bandung City)

Terry Firsty Andini¹, Alex Winarno²

¹ Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, terryfirstyandini@student.telkomuniversity.ac.id

² Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, winarno@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Persaingan pada e-wallet di Indonesia semakin tinggi. Dalam menghadapi persaingan tersebut perusahaan dituntut untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam menghadapi pesaingnya. Loyalitas pelanggan sangat diperlukan oleh sebuah perusahaan untuk dapat tetap bertahan dan mampu bersaing dengan perusahaan yang mengeluarkan e-wallet lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan pada Gopay di Kota Bandung. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, dengan menggunakan model regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel menggunakan non probability sampling dengan jenis purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner online melalui google form hingga 100 responden. Teknik pengolahan data menggunakan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang dilakukan dapat diketahui, bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan, dan kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Diantara dua variabel independen, variabel kepuasan pelanggan memiliki pengaruh terbesar dalam mempengaruhi loyalitas pelanggan. Artinya Gopay harus terus mengupgrade kualitas layanannya agar mendapatkan posisi kompetitif di sektor e-wallet.

Kata Kunci-kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, dan loyalitas pelanggan.

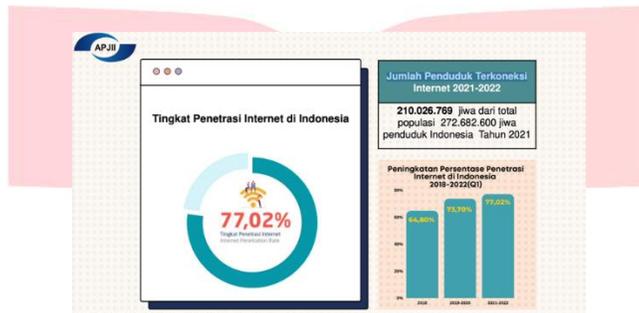
Abstract

Competition in e-wallet in Indonesia is getting higher. In facing this competition, companies are required to create a competitive advantage in facing their competitors. Customer loyalty is needed by a company to be able to survive and be able to compete with other companies that issue e-wallet. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and customer satisfaction on customer loyalty at Gopay in Bandung. The method in this study uses quantitative research methods. This research is a descriptive research, using multiple linear regression model. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling type. Data was collected through an online questionnaire via google form up to 100 respondents. The data processing technique used descriptive analysis, classical assumption test, multiple linear regression analysis and hypothesis testing. Based on the results of research and analysis conducted, it can be seen that service quality has a significant effect on customer loyalty, and customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. Among the two independent variables, the customer satisfaction variable has the greatest influence in influencing customer loyalty. This means that Gopay must continue to upgrade the quality of its services in order to gain a competitive position in the e-wallet sector.

Keywords-customer satisfaction, service quality, and customer loyalty.

I. PENDAHULUAN

Di era digital saat ini, teknologi telah berkembang pesat untuk memenuhi berbagai macam kebutuhan masyarakat. Di zaman modern ini, perkembangan teknologi sudah sangat pesat dan ditandai dengan pesatnya pertumbuhan industri digital, terutama teknologi yang sudah terintegrasi dengan kehidupan dan aktivitas masyarakat saat ini. Seluruh aspek kehidupan manusia sangat bergantung dan dikendalikan oleh teknologi. Orang semakin mencari dan menyukai segala sesuatu yang modern, praktis dan cepat untuk menunjang segala aktifitas dan pekerjaan. Perkembangan teknologi yang sangat kasat mata dan yang kita alami saat ini adalah internet. Masyarakat tidak lepas dari penggunaan internet dalam aktivitas dan pekerjaannya sehari-hari. Adanya internet dan teknologi informasi juga telah meningkatkan belanja online dan bisnis lainnya, termasuk e-commerce (Nasution, 2019). Perkembangan internet juga mempengaruhi peningkatan pengguna internet di Indonesia. Berikut hasil survei APJI.



Hasil survei APJI menjelaskan bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia sebanyak 210.026.769 juta jiwa (77.02%) dari total populasi penduduk Indonesia sebanyak 272. 682. 600 juta jiwa. Dilihat dari hasil survei 2018-2022, angka tersebut mengalami kenaikan yang cukup signifikan dibandingkan tahun sebelumnya dari tahun 2018-2021. Tidak hanya pengguna internet saja yang meningkat begitu pesat, sama halnya dengan perangkat digital smartphone yang kian tahun semakin meningkat pula penggunaannya. Smartphone saat ini menjadi andalan utama pengguna internet di Indonesia, Berikut adalah hasil survei perangkat yang digunakan untuk mengakses internet.



Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJI pada tahun 2022, handphone / tablet merupakan perangkat yang paling sering digunakan untuk terhubung dengan internet. Memiliki score sebesar 89,03%. Banyaknya pengguna internet dan smartphone telah memberikan perubahan dan peluang bisnis bagi perusahaan khususnya pada sektor perbankan (Widowati, 2018). Hal inilah yang kemudian dimanfaatkan untuk mengembangkan inovasi-inovasi menarik yang dapat memberikan keuntungan dan kemudahan dalam melakukan transaksi elektronik, salah satunya inovasi uang elektronik. Penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis bertujuan untuk memudahkan pembayaran kegiatan ekonomi massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat mempermudah transaksi di jalan tol, di lalu lintas seperti kereta api dan angkutan umum lainnya atau acara di minimarket, tempat makan atau tempat parkir.

Bank Indonesia (BI) mencatat, total nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp131,21 triliun pada Oktober 2022. Jumlah itu melonjak 33,14% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar Rp98,55 triliun. Nilai transaksi uang elektronik juga melesat 89,94% dibandingkan periode yang sama setahun sebelumnya. Pada Oktober 2021, total nilai transaksi uang elektronik sebesar Rp69,08 triliun. Secara rinci, nilai transaksi belanja uang elektronik mencapai

Rp36,65 triliun. Nilai transaksi transfer antaruang elektronik sebesar Rp20,65 triliun. Kemudian, nilai transaksi inisial atau ketika pertama kali mengisi uang elektronik tercatat sebesar Rp884 miliar. Nilai transaksi top up uang elektronik mencapai Rp69,13 triliun. Nilai transaksi uang elektronik untuk tarik tunai sebesar Rp2,90 triliun. Lalu, nilai transaksi reedem uang elektronik sebesar Rp1,01 triliun. Lebih lanjut, volume transaksi uang elektronik sebesar 1,22 miliar kali pada Oktober 2022. Jumlah itu meningkat 13,56% dibandingkan pada September 2022 yang sebesar 1,08 miliar kali. Volume transaksi uang elektronik juga meningkat 62% dibandingkan setahun sebelumnya. Per Oktober 2021, volume transaksi uang elektronik tercatat 753,10 juta kali (bi.go.id, 2022).

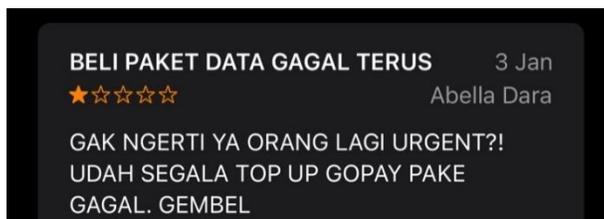
Melihat fenomena ketatnya persaingan ewallet dan Gopay sebagai ewallet dengan presentase pengguna tertinggi peneliti melakukan pra penelitian dengan menyebarkan kuisioner kepada 30 responden secara acak yaitu masyarakat yang menggunakan Gopay sebagai dompet digital mereka. Berdasarkan penyebaran kuisioner tersebut diperoleh data sebagai berikut.

TABEL 1.1 PRA-PENELITIAN KUALITAS PELAYANAN

Pernyataan	Jawaban Responden	
	Setuju	Tidak Setuju
Customer service bersedia membantu kesulitan pelanggan	20 (66,3%)	10 (33,7%)
Customer service segera memenuhi kebutuhan pelanggan	9 (30%)	21 (70%)
Produk dan jasa yang diberikan dapat dipercaya	25 (83,3%)	5 (16,7%)
TOTAL	54 (60%)	36 (40%)

Sumber : Data Olahan Penulis, 2022

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan pada uang elektronik Gopay memiliki persentase setuju sebesar 60% dan tidak setuju sebesar 40%. Pada pernyataan "Customer service bersedia membantu kesulitan pelanggan" mendapatkan jumlah tidak setuju sebanyak 33,7% dari 10 responden dan setuju sebanyak 66,3% dari 20 responden. Kemudian pernyataan "Customer service segera memenuhi kebutuhan pelanggan" mendapatkan jumlah tidak setuju paling banyak dibandingkan pernyataan lain yaitu sebanyak 70% dari 21 responden dan setuju sebanyak 30% dari 9 responden. Sedangkan pernyataan "Produk dan jasa yang diberikan dapat dipercaya" mendapatkan jumlah tidak setuju sebanyak 16,7% dari 5 responden dan setuju sebanyak 83,3% dari 25 responden. Dari hasil pra-penelitian pada variabel kualitas oelayanan diatas, dapat disimpulkan bahwa 60% responden setuju dengan pernyataan yan diberikan pada pra-penelitian yang diberikan. Namun 1 dari 3 pernyataan mendapatkan respon tidak setuju lebih besar dibandingkan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Gopay masih dikeluhkan. Hasil pra-penelitian diatas juga didukung dengan keluhan pelanggan pada gambar dibawah ini.



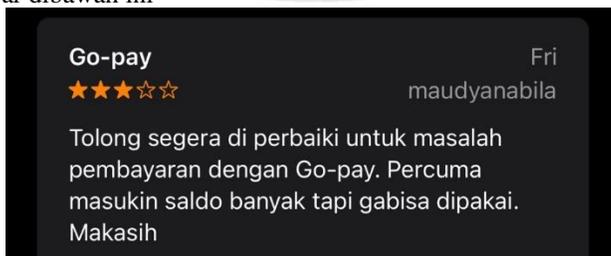
Pada gambar diatas dilihat bahwa pelanggan mengeluhkan terkait kendala yang terjadi saat melakukan top up gopay. Hal ini berdampak terhadap kualitas pelayanan Gopay sehingga dianggap tidak profesional oleh pelanggan. Menurut Tjiptono dalam Setyaji dan Ngatno (2016), kualitas pelayananberfokus pada upaya memenuhi kebutuhan dan keinginan sertaketepatan penyampaian untuk menyeimbangkan harapan pelanggan.Kualitas pelayanan mempengaruhi konsumen terutama kepuasan loyalitas pelanggan menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka semakin puas dan loyal konsumen terhadap produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan (Sinurat dkk., 2017).

Pernyataan	Jawaban Responden	
	Setuju	Tidak Setuju
Pelayanan sesuai dengan SOP pemenuhan kepuasan pelanggan	24 (80%)	6(20%)
Aplikasi uang elektronik Gopay dapat memudahkan	11 (37%)	19 (63%)
Uang elektronik Gopay tidak memungut biaya dalam setiap	13 (43%)	17 (57%)
TOTAL	48 (53,3%)	42 (46,7%)

Sumber : Data Olahan Penulis, (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan pada uang elektronik Gopay memiliki persentase setuju sebesar 46,7% dan tidak setuju sebesar 53,3%. Pada pernyataan "pelayanan sesuai dengan SOP pemenuhan kepuasan pelanggan" mendapatkan jumlah setuju paling banyak dibandingkan pernyataan lain yaitu sebanyak 24 responden atau 80% dan tidak setuju sebanyak 6 responden atau 20%. Kemudian pernyataan "aplikasi uang elektronik Gopay dapat memudahkan pelanggan dalam bertransaksi" mendapatkan jumlah setuju sebanyak 11 responden atau 37% dan setuju sebanyak 19 responden atau 63%. Sedangkan pernyataan "uang elektronik Gopay tidak memungut biaya dalam setiap pembelian" mendapatkan jumlah setuju sebanyak 13 responden atau 43% dan tidak setuju sebanyak 17 responden atau 57%.

Dari hasil pra-penelitian pada variabel kualitas pelayanan di atas, dapat disimpulkan bahwa 53,3% responden setuju dengan pernyataan yang diberikan pada pra-penelitian kualitas pelayanan. Adapun 2 dari 3 pernyataan mendapatkan respon tidak setuju lebih banyak dibandingkan setuju. Hal ini menunjukkan bahwa banyak responden yang merasa tidak puas dengan uang elektronik Gopay. Untuk memperkuat hasil pra-penelitian terkait adanya beberapa responden yang tidak puas dengan uang elektronik Gopay, maka penulis mengambil beberapa keluhan dari pelanggan seperti pada gambar dibawah ini



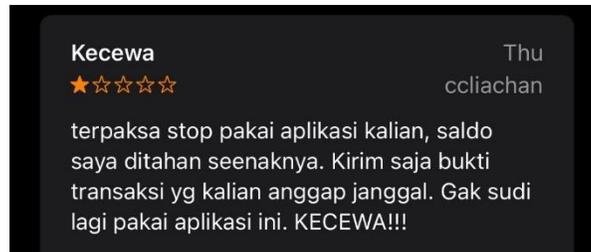
Pada gambar di atas dapat dilihat pelanggan memberi bintang 3 terhadap uang elektronik Gopay yang artinya pelanggan tersebut memberikan penilaian yang kurang baik terhadap uang elektronik Gopay. Pelanggan beranggapan bahwa Gopay tidak bisa dipakai walaupun saldo sudah diisi, hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak puas dengan uang elektronik Gopay. Menurut Tiptono dalam Setyaji dan Ngatno (2016), menciptakan kepuasan dapat memberikan manfaat yang berlipat ganda, seperti hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan meningkatkan reputasi perusahaan, meningkatkan efisiensi dan produktivitas karyawan, menjadi dasar pengulangan pembelian dan menciptakan loyalitas pelanggan serta rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan. Nadhita Wahyu Pramesti (2019) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap loyalitas pelanggan.

Pernyataan	Jawaban Responden	
	Setuju	Tidak Setuju
Saya akan terus menggunakan uang elektronik Gopay di masa depan	10 (33%)	20 (67%)
Saya akan merekomendasikan uang elektronik Gopay kepada teman dan keluarga	13 (43%)	17 (57%)
Uang elektronik Gopay adalah pilihan utama dalam pembayaran	8 (27%)	22 (73%)
TOTAL	31 (34%)	59 (66%)

Sumber : Data Olahan Penulis, (2022)

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan kepuasan pelanggan pada uang elektronik Gopay memiliki persentase setuju sebesar 34% dan tidak setuju sebesar 66%. Pada pernyataan "uang elektronik Gopay adalah pilihan utama dalam pembayaran" mendapatkan jumlah tidak setuju paling banyak dibandingkan pernyataan lain yaitu sebanyak 22 responden atau 73% dan setuju sebanyak 8 responden atau 27%. Kemudian pernyataan "saya akan terus menggunakan uang elektronik Gopay di masa depan" mendapatkan jumlah tidak setuju sebanyak 20 responden atau 67% dan setuju sebanyak 10 responden atau 33%. Selanjutnya pernyataan "saya akan merekomendasikan uang elektronik Gopay kepada teman dan keluarga" mendapatkan jumlah tidak setuju sebanyak 17 responden atau 57% dan setuju sebanyak 13 responden atau 43%.

Dari hasil pra-penelitian pada variabel loyalitas pelanggan di atas, dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan mendapatkan respon tidak setuju lebih banyak dibandingkan setuju. Selain itu secara keseluruhan responden tidak setuju lebih banyak dibandingkan responden yang setuju dengan pernyataan terkait loyalitas pelanggan Gopay. Hal ini berarti jumlah responden yang tidak loyal dengan uang elektronik Gopay lebih besar dibandingkan responden yang loyal dengan uang elektronik Gopay.



Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa pelanggan sangat merasa kecewa dengan uang elektronik Gopay sehingga dia memberikan keluhan yang secara tajam. Pelanggan juga mengatakan bahwa merasa tidak sudi untuk menggunakan uang elektronik Gopay lagi. Menurut Griffin dalam Setyaji dan Ngatno (2016) Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang kuat dari pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang mereka sukai secara konsisten dan jangka panjang, tanpa dipengaruhi oleh situasi produk lain dan usaha pemasaran yang berusaha membujuk mereka untuk membeli produk lain. . Tentunya salah satu cara agar pelanggan tetap loyal adalah dengan memberikan pelayanan yang baik, dandiharapkan hal ini dapat mendorong konsumen untuk kembali melakukan transaksi (Wono, dkk., 2020). Berdasarkan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rofiah dan Wahyuni (2017), Martin dan Hamali (2016), Sinurat dkk., (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Didasari oleh fenomena dan permasalahan yang telah dipaparkan di atas, penulis ingin meneliti lebih dalam mengenai bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dilakukan agar dapat menjaga loyalitas pelanggan uang elektronik Gopay. Maka dari itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Konsumenn Gopay (studi kasus pada pengguna Gopay di Kota Bandung)"

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran menurut Sukri (2020) yaitu analisis, perencanaan, implementasi serta pengendalian format perangkat lunak untuk membuat, menetapkan serta menjaga interaksi yang dapat menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan organisasi atau perusahaan

B. Pemasaran Jasa

Menurut Priansa (2017:36) pemasaran jasa merupakan suatu tindakan yang ditawarkan pihak produsen kepada konsumen dan jasa yang diberikan tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau diraba sebelum dikonsumsi

C. Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam (Sigit dan Soliha 2017) kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Perusahaan yang memenuhi semua kebutuhan nasabahnya maka dapat disebut perusahaan yang memberikan pelayanan berkualitas.

D. Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler & Keller (2018: 139) kepuasan adalah senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang di presepikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

E. Loyalitas Pelanggan

Menurut Almana, Sudarmanto, & Wekke (2018:36) loyalitas merupakan tindakan pembelian ulang yang sangat penting bagi pemasar, pembelian ulang atau loyal juga dapat diartikan karena puas dan juga tidak, namun melainkan karena terpaksa atau faktor lainnya.

F. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara atas rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah penelitian

telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan (Sugiyono, 2017:63). Adapun hipotesis dalam penelitian in adalah sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

H2 : Kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

H3 : Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan

III. METODE PENELITIAN

A. Populasi

populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Gopay di Kota Bandung yang tidak diketahui dengan jelas jumlahnya secara pasti.

B. Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, menggunakan *purposive sampling* dan penghitungan dengan rumus bernoulli, sehingga diperoleh sebanyak 100 responden.

C. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif, dan penelitian ini bersifat deskriptif.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

HASIL UJI VALIDITAS

Variabel	No. Item	r Hitung	r Tabel	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	1	0.440	0,361	Valid
	2	0.804	0,361	Valid
	3	0.671	0,361	Valid
	4	0.505	0,361	Valid
	5	0.555	0,361	Valid
	6	0.568	0,361	Valid
	7	0.666	0,361	Valid
	8	0.527	0,361	Valid
	9	0.454	0,361	Valid
	10	0.778	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan (X ₂)	11	0.753	0,361	Valid
	12	0.766	0,361	Valid
	13	0.881	0,361	Valid
	14	0.862	0,361	Valid
	15	0.828	0,361	Valid
	16	0.833	0,361	Valid
	17	0.878	0,361	Valid
	18	0.720	0,361	Valid
	19	0.794	0,361	Valid

Loyalitas Pelanggan (Y)	20	0.481	0,361	Valid
	21	0.722	0,361	Valid
	22	0.634	0,361	Valid
	23	0.687	0,361	Valid
	24	0.736	0,361	Valid
	25	0.724	0,361	Valid
	26	0.823	0,361	Valid

Sumber: Output SPSS, 2020

Berdasarkan tabel 3.3 di atas, dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan dikatakan valid karena r hitung \geq r tabel.

A. Uji Reliabilitas

HASIL UJI RELIABILITAS

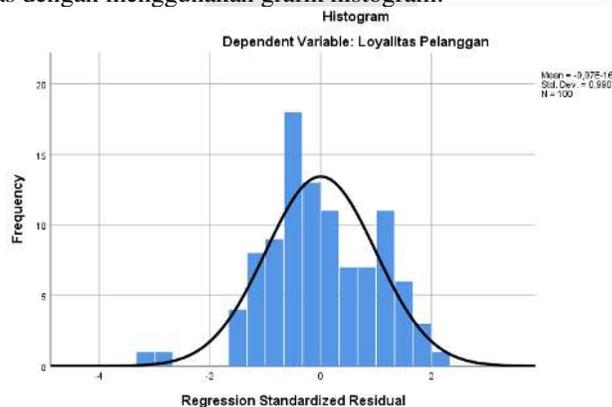
Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0.807	0,600	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.927	0,600	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0.851	0,600	Reliabel

Sumber: Data Olahan Peneliti SPSS 26, 2020

Berdasarkan tabel 3.4 dapat diketahui bahwa uji reliabilitas pada Variabel Kualitas pelayanan(X1), Kepuasan pelanggan(X2), dan Loyalitas Pelanggan (Y) dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan nilai *Cronbach Alpha* untuk Kualitas pelayanan adalah 0, > 0,6, untuk Kepuasan pelanggan adalah 0, > 0,6, dan Loyalitas Pelanggan 0, > 0,6 maka seluruh butir pernyataan untuk semua variabel untuk penelitian ini dapat dikategorikan reliabel dan konsisten dalam memberikan penilaian pada kuesioner.

B. Uji Normalitas

Salah satu cara untuk mengetahui uji normalitas adalah dengan menggunakan grafik histogram, berikut merupakan hasil uji normalitas dengan menggunakan grafik histogram:



Gambar 4.6 Grafik Histogram Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2021

Berdasarkan pada gambar 4.6 di atas menunjukkan bahwa grafik histogram tersebut membentuk pola lonceng

atau tidak miring ke kiri atau ke kanan sehingga dapat disimpulkan bahwa grafik histogram tersebut terdistribusi normal.

C. Uji t (Uji Parsial)

Uji T merupakan metode pengujian dalam statistic yang digunakan untuk menguji besarnya pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Kegunaan dari Uji T ini adalah untuk menguji apakah variabel kualitas pelayanan (X_1), kepuasan pelanggan (X_2), secara parsial berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan (Y). Hipotesis yang diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. $H_0 = 0$
Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna layanan GoPay secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.
2. $H_a \neq 0$
Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pengguna layanan GoPay secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.
3. $H_0 = 0$
Tidak terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna layanan GoPay secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.
4. $H_a \neq 0$
Terdapat pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pengguna layanan GoPay secara parsial terhadap loyalitas pelanggan.

Kriteria pengambilan keputusan pada uji t, yaitu sebagai berikut:

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.
2. $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dengan T-tabel diketahui dari hasil probabilitas 5% dan $df = 94$, maka diperoleh hasil T-tabel sebesar 1,986. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka diperoleh hasil pengujian hipotesis dengan uji t, sebagai berikut:

Hasil Analisis Uji T

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	3.048	2.123		1.436	.154
	Kualitas Pelayanan	.279	.075	.296	3.728	.000
	Kepuasan Pelanggan	.463	.068	.540	6.805	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2021

Berdasarkan tabel 4.21 dapat dilihat bahwa:

1. Variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai $t_{hitung} (3,728) > t_{tabel} (1,986)$ dan tingkat signifikansi $0,005 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari kualitas layanan (X_1) terhadap loyalitas pelanggan (Y).
2. Variabel kepuasan pelanggan (X_2) memiliki nilai $t_{hitung} (6,805) > t_{tabel} (1,986)$ dan tingkat signifikansi $0,007 < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari kepuasan pelanggan (X_2) terhadap loyalitas pelanggan (Y).

D. Uji F (Uji Simultan)

Hasil Uji Analisa Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1337.472	2	668.736	56.548	.000 ^b
	Residual	1147.125	97	11.826		
	Total	2484.597	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Konsumen
 b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 26, 2021

Pada tabel 4.8 diperoleh nilai $F = 56.548$ dan nilai probabilitas (sig) = 0,000. Karena nilai $F > F$ Tabel (3,089) maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Kualitas pelayanan pada pengguna layanan GoPay di Kota Bandung

Variabel kualitas pelayanan (X_1) dinilai responden termasuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 81,8%. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang dirasakan responden pengguna GoPay di Kota Bandung memiliki layanan yang baik. Dari 10 pernyataan variabel kualitas layanan yang memiliki nilai tertinggi adalah pernyataan Gopay memberikan pelayanan yang responsif dengan skor sebesar 89,8% dan termasuk ke dalam kategori Sangat Baik. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai terendah adalah pernyataan Gopay memenuhi kebutuhan pelanggan dengan skor sebesar 73,2% dan termasuk ke dalam kategori Baik.

2. Kepuasan pelanggan pada pengguna layanan GoPay di Kota Bandung

Variabel kepuasan pelanggan (X_2) dinilai responden termasuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 81,8%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan GoPay pada pengguna di Kota Bandung sudah memuaskan. Dari 10 pernyataan variabel kepuasan pelanggan yang memiliki nilai tertinggi adalah pernyataan pelayanan sesuai dengan SOP pemenuhan kepuasan pelanggan dengan skor sebesar 90,8% dan termasuk ke dalam kategori Sangat Baik. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai terendah adalah pernyataan Proses pembayaran menggunakan Gopay mudah dan cepat dengan skor sebesar 76,4% dan termasuk ke dalam kategori Baik.

3. Loyalitas pelanggan pada pengguna layanan GoPay di Kota Bandung

Variabel loyalitas pelanggan (Y) dinilai responden termasuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 83,7%. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pada pengguna GoPay di Kota Bandung termasuk baik. Dari 8 pernyataan variabel Loyalitas konsumen yang memiliki nilai tertinggi adalah pernyataan Gopay memberikan pelayanan yang baik secara konsisten dengan skor sebesar 88% dan termasuk ke dalam kategori Sangat Baik. Sedangkan pernyataan yang memiliki nilai terendah adalah pernyataan Gopay memberikan informasi yang sesuai dengan skor sebesar 79,8% dan termasuk ke dalam kategori Baik.

4. Pengaruh kualitas layanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna layanan GoPay di Kota Bandung

Sesuai dengan perhitungan yang diperoleh nilai $F = 4,419$ dan nilai probabilitas (sig) = 0,001. Karena nilai $F > F$ Tabel (3,09) maka dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel kepuasan pelanggan, kepercayaan, citra merek, kualitas layanan, dan harga terhadap loyalitas pelanggan. Kemudian diperoleh hasil koefisien determinasi yang ditunjukkan pada hasil R square sebesar 0,190 atau 19%. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan adalah sebesar 19%. Sedangkan sisanya sebesar 81% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna layanan GoPay di Kota Bandung, dapat diambil beberapa kesimpulan guna memberikan jawaban terhadap permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

A. Kualitas pelayanan pada pengguna layanan GoPay di Kota Bandung

Variabel kualitas pelayanan (X_1) dinilai responden termasuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 72.36%.

B. Kepuasan pelanggan pada pengguna layanan GoPay di Kota Bandung

Variabel kepuasan pelanggan (X_2) dinilai responden termasuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 77.93%.

C. Loyalitas pelanggan pada pengguna layanan GoPay di Kota Bandung

Variabel loyalitas pelanggan (Y) dinilai responden termasuk ke dalam kategori baik dengan nilai persentase sebesar 70.08%.

D. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna layanan GoPay di Kota Bandung

Variabel kualitas pelayanan (X_1) secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

E. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada pengguna layanan GoPay di Kota Bandung

Variabel kepuasan pelanggan (X_2) secara parsial terdapat pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

VI. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka dengan ini peneliti memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

A. GoPay disarankan untuk lebih memperhatikan kepuasan pelanggan khususnya pada dimensi kesediaan untuk merekomendasi, diharapkan bagi GoPay untuk meningkatkan aspek kepuasan pada pelanggan agar para pengguna GoPay bisa dengan bangga merekomendasikan GoPay kepada orang yang belum mengetahui tentang GoPay.

B. GoPay disarankan untuk terus memberi perhatian khusus pada sistemisasi transaksi, meskipun GoPay memiliki kemungkinan kecil mengalami kegagalan dalam transaksi, akan lebih baik jika hal ini tidak pernah terjadi pada GoPay sehingga tidak akan ada juga keluhan yang masuk tentang sistem transaksi pada GoPay.

REFERENSI

- Adhikarini. 2003. Analisa Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Koperasi Serba Usaha Makmur Lestari Surakarta. Skripsi: UNS
- Bank dan lembaga keuangan lainnya. Jakarta: Raja Grafindo Persada .
- Branti, Istariyani. 2002. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Telkom Cabang Sragen. FE: UMS.
- Dharmayanti, Diah. 2006. Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah. Jurnal Manajemen Pemasaran.
- Indianto, Nur & Bambang Supono. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE. 2002.
- Irawan, Handi. 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan. 2002. PT Elex Media Computindo : Jakarta. Kasmir. 2004.
- Kertajaya, Herman. 2001. Strategi Marketing Plus: Gramedia, Jakarta.
- Kotler, P., dan Gary, A., 2012, "Prinsip – Prinsip Pemasaran", Jilid 1, Erlangga, Jakarta. Kotler, P., dan Keller, K., 2013, "Manajemen Pemasaran", Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. "Marketing Management Edisi 15". New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc.
- Prisca, A.C., 2018, " Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Layanan Dan Label Produk Terhadap Keputusan

Pembelian Kosmetik Wardah Outlet Gardena Yogyakarta”, Skripsi, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

