

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN DAN KEMUDAHAN TRANSAKSI TERHADAP LOYALITAS
KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA PENGGUNA DOMPET DIGITAL
DANA DI SURABAYA**

SKRIPSI

Candra Febrianto Bachtiar (17210875)

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardhika Surabaya

ABSTRAK

Penelitian skripsi ini dibuat untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan, kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada pengguna dompet *digital* DANA kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menitik beratkan pengujian hipotesa dengan analisa metode statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Sampel pada penelitian ini adalah pengguna dompet *digital* DANA di kota Surabaya. Teknik sampling pada penelitian ini menggunakan *non probability* sampling dengan metode *purposive* sampling. Alat uji dalam penelitian ini menggunakan analisis jalur menggunakan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan dengan nilai t hitung $5.439 > t_{tabel} 1.98397$ dan nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$. variabel kemudahan transaksi secara parsial tidak memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t hitung $1.117 < t_{tabel} 1.98397$ dan nilai sig sebesar $0.267 > 0.05$. variabel kualitas layanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $5.792 > t_{tabel} 1.98397$ dan nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$. variabel kemudahan transaksi secara parsial memiliki pengaruh positif dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai t hitung $5.983 < t_{tabel} 1.98397$ dan nilai sig sebesar $0.000 > 0.05$. variabel kepuasan konsumen secara parsial tidak memiliki pengaruh positif terhadap loyalitas konsumen dengan nilai t hitung $1.606 < t_{tabel} 1.98397$ dan nilai sig sebesar $0.111 > 0.05$. variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dengan nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$, variabel kemudahan transaksi tidak

berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen dengan nilai sig sebesar $0.111 > 0.05$.

Kata kunci: *Kualitas layanan, kemudahan transaksi, kepuasan konsumen, dan loyalitas konsumen*

ABSTRACT

This thesis research was made to determine the effect of service quality, ease of transaction on consumer loyalty through consumer satisfaction for users of the DANA digital wallet in the city of Surabaya. This study uses a quantitative approach with an emphasis on testing hypotheses by analyzing statistical methods and producing generalizable conclusions. The sample in this study were DANA digital wallet users in the city of Surabaya. The sampling technique in this study used non-probability sampling with purposive sampling method. The test tool in this study uses path analysis using IBM SPSS Statistics 26. The results of this study indicate that the service quality variable has a positive and significant influence on customer loyalty with a t count of $5.439 > t_{table} 1.98397$ and a sig value of $0.000 < 0.05$. The ease of transaction variable partially does not have a positive effect on consumer loyalty with a t-count value of $1.117 < t_{table} 1.98397$ and a sig value of $0.267 > 0.05$. The service quality variable partially has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t value of $5.792 > t_{table} 1.98397$ and a sig value of $0.000 < 0.05$. The ease of transaction variable partially has a positive and significant effect on customer satisfaction with a t value of $5.983 < t_{table} 1.98397$ and a sig value of $0.000 > 0.05$. Partial consumer satisfaction variable does not have a positive influence on consumer loyalty with a t value of $1.606 < t_{table} 1.98397$ and a sig value of $0.111 > 0.05$. service quality variable has a significant effect on consumer loyalty through customer satisfaction with a sig value of $0.000 < 0.05$, the ease of transaction variable has no significant effect on consumer loyalty through customer satisfaction with a sig value of $0.111 > 0.05$.

Keywords: *service quality, ease of transaction, customer satisfaction, and customer loyalty.*

PENDAHULUAN

Teknologi telah dikenal manusia selama jutaan tahun untuk kebutuhan hidup yang lebih nyaman, dan sejahtera. Oleh karena itu, teknologi telah ada sejak awal peradaban. Teknologi

juga bisa disebut dengan sebuah inovasi baru atau sebuah perubahan, yang diawali dari pola pikir yang lebih maju yang diakhiri dengan perubahan hasil dari apa yang telah dikerjakannya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, Peneliti tergugah untuk meneliti tentang “Analisis Kualitas Layanan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen pada pengguna Dompot Digital DANA di Surabaya”. Dimana aplikasi dompet *digital* DANA tersebut adalah Salah satu aplikasi dompet *digital* yang baru, hadir dengan fitur-fitur yang berbeda dengan aplikasi dompet *digital* yang lain. Dan juga penulis pikir dari penelitian aplikasi *online* dompet *digital* DANA ini belum terdapat banyak penelitian yang menggunakannya untuk objek penelitian. Dan juga latar belakang atau motif penulis menulis skripsi ini yang paling utama atau yang paling mendasari skripsi adalah agar orang yang belum tahu menjadi tahu dan yang sudah tahu tapi belum mengenal bisa lebih mengetahui dan mengenal aplikasi online dompet digital atau bisa disebut aplikasi *e-wallet*, khususnya mengenalnya dari segi fungsi dan kegunaannya.

LANDASAN TEORI

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran atau transaksi jual beli yang diinginkan dan membangun hubungan erat antara produsen atau penjual kepada pembeli dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan namun tidak dirugikan bagi konsumen. (Kotler & Amstrong, 2017:4).

2. Kualitas Layanan

Kasmir (2017:47), pelayanan yaitu suatu perlakuan, perilaku tindakan perorangan atau kelompok guna memuaskan pelanggan, rekan kerja, tetapi juga pemimpin.

Kemudahan transaksi

Definisi kenyamanan transaksi menurut Davis (Lestari, 2018: 1) adalah sejauh mana pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah.

Kepuasan Konsumen

kegembiraan konsumen yaitu rasa yang timbul dari seorang konsumen setelah menggunakan atau memakai suatu produk atau jasa yang mana setelah menggunakan atau menikmati jasa atau produk tersebut seorang konsumen merasa puas, senang dan juga gembira. Mendapatkan *positive feel*. Pendapat Kotler & Keller dalam Setiawan (2016:3) kepuasan adalah tingkat rasa *happy* atau *disappointed* konsumen kalau diperoleh sesudah menolok *performance* yang didapat dari produk dengan harapannya,

dan tentunya juga dapat membandingkannya dengan sesuatu yang lain. yang biasanya sama atau mirip.

3. Loyalitas Konsumen

Kotler dan Keller (2016:153) berpendapat bahwa loyalitas konsumen adalah komitmen yang mendalam untuk membeli atau berlangganan kembali di masa depan atas suatu produk atau jasa yang disukai dan dikagumi, meskipun ada upaya pemasaran dan pengaruh situasional yang dapat memicu perilaku manusia pindah.

KERANGKA KONSEPTUAL

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

- H1: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen
- H2: Kemudahan transaksi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
- H3: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H4: Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
- H5: Kepuasan konsumen berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen.
- H6: Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.
- H7: Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Metode yang dipakai dalam penelitian ini merupakan metode kuantitatif. Menurut priyono (2016:1) Metode Penelitian merupakan suatu cara melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan tertentu

2. Populasi

Silaen (2018:87), populasi merupakan sekumpulan objek atau individu yang memiliki ciri-ciri tertentu untuk diselidiki. Subyek survei ini adalah konsumen yang pernah menggunakan aplikasi dompet digital DANA di Surabaya. Jumlahnya tidak diketahui dan dapat dibagi menjadi banyak kategori.

3. Sampel

Sampel yaitu sebagian populasi dapat disimpulkan, serta bagian dari populasi. Dalam penelitian ini sampel yang diteliti diperoleh dari Sebagian jumlah konsumen atau pengguna aplikasi DANA di Kota Surabaya dengan menggunakan pengambilan sampel non probability atau juga disebut juga non peluang, yaitu pengambilan sampel dengan sengaja (purposive) dan bersifat subjektif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik non-probabilitas yaitu teknik random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti secara kebetulan atau kebetulan dapat dijadikan sampel, apabila dinilai orang tersebut cocok sebagai sumber data. Maka orang ini bisa dijadikan contoh. Banyaknya sampel diperoleh dengan menggunakan rumus Lemeshow karena populasinya tidak diketahui atau tak terhingga dalam penelitian ini.

4. Teknik Pengumpulan Data

- a. Kuesioner: Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Menurut Sugiyono (2017: 199), kuesioner adalah kumpulan data yang diajukan dan dijawab oleh responden dalam rangka pengumpulan data penelitian. Dalam survei ini, kami mendistribusikan survei melalui tautan Google Formulir online yang secara singkat menentukan tujuan dan metode menanggapi responden sampel survei. Pertanyaan dan pernyataan ditulis dengan bahasa sederhana serta gampang dipelajari dengan maksud yang jelas.
- b. Observasi: Pengamatan dikenal sebagai rangkaian yang lengkap dalam proses biologis. Hal penting di observasi adalah proses *evaluasi* juga memori. Observasi penelitian ini merupakan observasi *non* partisipan, peneliti tidak terlibat secara langsung maupun tidak langsung juga dipakai untuk mengamati independen di penelitian. Sistem yang dipakai adalah observasi terstruktur yang menjabarkan bahwa peneliti diurutkan atau diurutkan. Sedangkan untuk variabel kontrol, kapan, dimana, dan variabel tersebut diuji validitas dan reliabilitasnya oleh peneliti sebelumnya (Sugishirono, 2019:204). Pengamatan dalam penelitian ini menggunakan survei tertutup yang didistribusikan secara online sebagai ukuran dari setiap variabel yang ditanyakan.
- c. Dokumen: Dokumen adalah kumpulan teks tentang peristiwa masa lalu dan tersedia dalam bentuk dokumen, foto, atau penelitian seseorang (Sugiyono, 2019: 314). Survei telah dipublikasikan di beberapa jurnal online dan berisi variabel pencarian yang sama terkait dengan survei serta gambaran umum DANA yang ditemukan dalam artikel yang dapat diakses di situs web dan di internet.

5. Devinisi Operasional Variabel

a. Kualitas Layanan (X1)

Kualitas layanan merupakan Tindakan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan. Variable diukur memakai empat indikasi yang dikembangkan Gonroos dalam Krisnasari (2017:50): Professional dan keterampilan, sikap, keandalan, Fleksibel dan mudah mendapatkan akses.

b. Kemudahan Transaksi (X2)

Definisi kemudahan transaksi yaitu sejauh mana seseorang menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Variable ini diukur menggunakan 3 indikator yang dikembangkan oleh Davis dalam Alwafi (2018:7): mudah untuk diakses, mudah untuk digunakan, mudah untuk dipelajari

c. Kepuasan Konsumen (Z)

Kepuasan konsumen merupakan perasaan Bahagia ataupun kecewa seseorang yang timbul setelah melakukan perbandingan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan – harapannya. Variable ini diukur menggunakan 3 indikator yang dikembangkan Kotler & Keller dalam Setiawan (2016:3): Kualitas produk dan jasa yang dihasilkan, Kualitas pelayanan yang diberikan, Kemudahan mengakses produk dan jasa.

d. Loyalitas Konsumen (Y)

Definisi loyalitas konsumen yaitu konsumen yang loyal pada perusahaan akan memberikan prioritas utama dalam bertransaksi. Variable ini diukur menggunakan 3 indikator yang dikembangkan oleh Kotler & Keller dalam Damayanti (2016:67): Kesetiaan dalam pembelian atau penggunaan produk, Ketahanan terhadap pengaruh buruk mengenai perusahaan, Mereferensikan secara total esistensi perusahaan.

ANALISIS DATA

1. Uji Validitas

Uji validitas ialah memeriksa kebenaran atau keakuratan alat ukur guna mengukur sesuatu yang sedang diukur. Perolehan riset dianggap *valid* apabila ada keserupaan diantara data yang dikumpulkan terhadap data yang sebenarnya dihasilkan di subjek yang disurvei. *Instrument* valid memaksudkan instrumen yang dipakai guna memperoleh data adalah valid. Valid yakni alat itu bisa dipakai guna menilai hal yang

perlu dinilai. Ghozali (2016:52), uji validitas merupakan sarana guna menilai validitas ataupun keabsahan angket.

2. Uji Reliabilitas

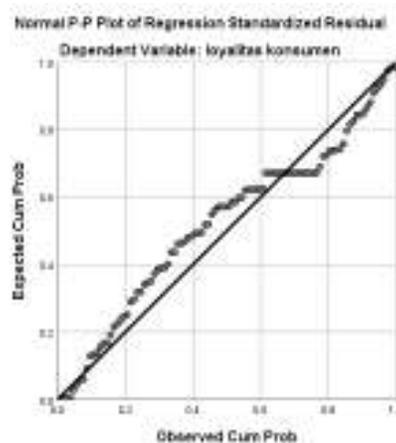
Menurut Ghozali (2016:47), uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner sebagai indeks suatu variabel atau suatu konstruk. Menurut Sugiyono dalam Hillary (2021), tes reliabilitas yaitu alat yang dipakai berulang kali guna mengetes subjek sama, juga menghasilkan data sama. Uji reliabilitas dapat dikatakan valid jika kata cronbach's alpha > 0,6 dan uji reliabilitas dilakukan setelah uji validitas.

Variabel	Cronbach Alpha	Nilai Cronbach Alpha	Penjelasan
Kualitas Layanan (X1)	0,892	0,60	Reliabel
Kemudahan Transaksi (X2)	0,900		Reliabel
Kepuasan Konsumen (Z)	0,867		Reliabel
Loyalitas Konsumen (Y)	0,732		Reliabel

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016:160) Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ini, variabel pengganggu ataupun residual mempunyai distribusi normal atau tidak. Normalitas suatu informasi yang bisa dikenali ataupun dideteksi dengan memandang persebaran data atau titik pada sumbu diagonal dari grafik histogram dari residualnya.



b. Uji Multikolinieritas

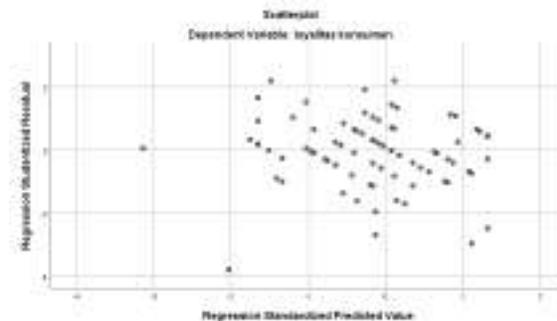
Ghozali (2016:105), uji multikolinieritas dimaksudkan guna mengetes ada tidaknya korelasi antar variabel bebas dalam model regresi. Dalam model regresi yang baik tidak boleh ada korelasi antar variabel bebas. Uji multikolinieritas dibuktikan memakai nilai tolerance atau variance inflation factor (VIF). Jika nilai VIF 0.10, maka tidak ada korelasi antar variabel dalam model.

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	kualitas layanan	.334	2.993
	kemudahan transaksi	.328	3.045
	kepuasan konsumen	.265	3.769

a. Dependent Variable: loyalitas konsumen

c. Uji Heteroskedastisitas

Bertujuan untuk memeriksa apakah dalam regresi terdapat varians residual yang tidak sama dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap sama dinamakan Elastisitas Seragam, Jika beda dinamakan Varians. Bentuk regresi yang baik yaitu tidak adanya varians variabel (Ghozali, 2018: 135).



4. Uji Hipotesis

a. Uji Path Analisis

Uji analisis jalur dipakai guna mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung dari sekumpulan variabel bebas terhadap variabel terikat. Kesimpulan tentang menerima hipotesis adalah sebagai berikut: Jika taraf signifikansi <0.05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel

terikat, Jika taraf signifikansi $>0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas kepada variabel terikat.

b. Uji Statistik t (Uji Parsial)

Uji t sebenarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Saat mengolah data menggunakan program komputer, pengaruhnya ditunjukkan secara individual dengan nilai signifikansi uji t. Jika nilainya signifikan, uji $t < 0,05$ bisa disimpulkan ada pengaruh signifikan untuk setiap variabel secara terpisah.

c. Uji Sobel

Untuk mengetahui pengaruh variabel perantara yaitu kepuasan pelanggan dilakukan uji Sobel. Variabel perantara memiliki pengaruh terhadap hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Uji hipotesis konsiliasi bisa dilaksanakan dengan menggunakan prosedur yang dikembangkan oleh Sobel (1982) dan dinamai sebagai uji Sobel (Ghozali, 2018).

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen aplikasi dompet digital DANA

Berdasarkan perolehan tes SPSS yang dilaksanakan peneliti, menunjukkan variabel kualitas layanan memperoleh nilai $\text{sig } 0.000 < 0.05$, bisa dijelaskan kalau variabel kualitas layanan berpengaruh secara signifikan kepada loyalitas konsumen pada aplikasi *online* dompet *digital* DANA, maka bisa diartikan hipotesis pertama bisa diterima. Dari hasil data kuesioner menunjukkan dengan adanya kualitas layanan yang lebih baik dari aplikasi *online* dompet *digital* DANA maka akan menarik minat konsumen untuk menggunakan aplikasi *online* dompet *digital* DANA. Variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen aplikasi *online* dompet *digital* DANA. Yang mana berarti bahwa loyalitas pelanggan akan semakin tinggi apabila semakin tepat dan baik kualitas layanan yang diberikan oleh aplikasi *online* dompet *digital* DANA kepada konsumen pemakai aplikasi dompet *digital* DANA.

2. Pengaruh kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen aplikasi dompet digital DANA

Berdasarkan hasil uji SPSS yang dilakukan oleh peneliti, bahwa variabel kualitas layanan memperoleh nilai $\text{sig } 0.026 < 0.05$, bisa diartikan bahwa variabel kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen aplikasi *online* dompet *digital* DANA,

dengan demikian hipotesis kedua diterima. Dari hasil data kuesioner menunjukkan bahwa adanya kemudahan transaksi yang baik dari aplikasi online dompet digital DANA akan menarik minat konsumen untuk menggunakan aplikasi online dompet digital DANA.

Variabel kemudahan transaksi memberikan pengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen aplikasi dompet digital DANA. **Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen aplikasi dompet digital DANA**

Berdasarkan hasil uji SPSS yang dilakukan oleh peneliti, variabel kualitas layanan memperoleh nilai sig $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen aplikasi dompet *digital* DANA, maka bisa diartikan bahwa hipotesis ketiga bisa diterima. Dari hasil data kuesioner menunjukkan adanya kualitas layanan yang baik dari aplikasi *online* dompet *digital* DANA akan menarik minat konsumen untuk menggunakan aplikasi DANA. Variabel kualitas layanan memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen aplikasi *online* dompet *digital* DANA. Artinya kepuasan konsumen akan semakin tinggi apabila semakin tepat dan baik kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen pemakai aplikasi dompet *digital* DANA.

3. Pengaruh kemudahan transaksi terhadap kepuasan konsumen aplikasi dompet digital DANA

Perolehan tes SPSS yang dilaksanakan peneliti, bisa diartikan bahwa variabel kemudahan transaksi memperoleh nilai sig $0.000 < 0.05$, jadi dari hal tersebut bisa disimpulkan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh secara signifikan kepada kepuasan konsumen aplikasi dompet *digital* DANA, maka bisa diartikan bahwa hipotesis keempat bisa diterima. Dari hasil data kuesioner menunjukkan adanya kemudahan transaksi yang baik dari aplikasi dompet *digital* DANA akan menarik minat konsumen untuk menggunakan aplikasi DANA. Variabel kemudahan transaksi memberikan pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen aplikasi dompet *digital* DANA. Artinya kepuasan konsumen akan semakin tinggi apabila semakin tepat dan baik kemudahan transaksi yang diberikan kepada konsumen pemakai aplikasi dompet *digital* DANA

4. Pengaruh kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen aplikasi dompet digital DANA

Perolehan tes SPSS yang dilaksanakan peneliti, bisa diartikan bahwa variabel kepuasan konsumen memperoleh nilai sig $0.000 < 0.05$, maka dari uraian hal tersebut bisa diartikan bahwa variabel kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan

terhadap loyalitas konsumen aplikasi *online* dompet *digital* DANA, maka disimpulkan bahwa hipotesis ketiga bisa diterima. Dari hasil data kuesioner menunjukkan adanya kepuasan konsumen dari aplikasi dompet digital DANA cenderung akan membuat konsumen lebih loyal secara penggunaan terhadap aplikasi dompet *digital* DANA.

5. Pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen aplikasi dompet digital DANA

Berdasarkan perolehan tes SPSS yang telah dilaksanakan peneliti, variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan kepada loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada aplikasi *online* dompet *digital* DANA. Dengan nilai sig sebesar $0.000 < 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keenam bisa diterima. Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa semakin besar dan semakin tinggi tingkat konsumen merasakan kepuasan dengan saat memakai aplikasi *online* dompet *digital* DANA akan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen aplikasi *online* dompet *digital* DANA. Variabel kualitas layanan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen\

6. Pengaruh kemudahan transaksi terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen aplikasi dompet digital DANA

Berdasarkan perolehan tes SPSS yang dilaksanakan peneliti, variabel kemudahan transaksi tidak berpengaruh signifikan kepada loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen pada aplikasi *online* dompet *digital* DANA. Dengan nilai sig sebesar $0.111 > 0.05$, maka hipotesis ketujuh tidak diterima atau ditolak. Dari hasil kuesioner menunjukkan bahwa konsumen harus mempelajari fungsi-fungsi dan fitur-fitur serta kegunaan dari aplikasi *online* dompet digital DANA terlebih dahulu yang mana jika konsumen atau pengguna ingin mendapatkan rasa nyaman dan puas saat penggunaan aplikasi dompet digital DANA.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Pembahasan mengenai dampak kualitas layanan dan kemudahan bertransaksi terhadap kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan telah dijelaskan dalam aplikasi dompet digital online DANA di kota Surabaya, maka dapat ditarik kesimpulan:

1. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
2. Kemudahan transaksi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.

3. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Kemudahan transaksi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5. Kepuasan konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen.
6. Kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan konsumen.
7. Kemudahan transaksi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.

Saran

- a. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kualitas layanan pada indikator “sistem operasional yang mudah dan fleksibel untuk diakses” mendapatkan skor tertinggi dengan nilai rata-rata 4.16, oleh karena itu diharapkan untuk penyedia layanan aplikasi dompet *digital* DANA untuk tetap menjaga stabilitas sistem operasional yang baik akan layanannya yang mudah dan fleksibel dan berharap bisa meningkatkan lagi kualitasnya tanpa adanya penurunan. Sedangkan untuk indikator “sikap yang diberikan penyedia layanan terhadap anda ramah dan spontan” mendapatkan skor terendah dengan nilai rata-rata 4.00, oleh karena itu *customer service* aplikasi dompet *digital* DANA disarankan untuk lebih ramah dan lebih spontan dalam menanggapi persoalan-persoalan yang diajukan oleh konsumen.
- b. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa kemudahan transaksi pada indikator “aplikasi DANA mudah untuk diakses” mendapatkan skor tertinggi dengan nilai rata-rata 4.24, oleh karena itu diharapkan untuk penyedia layanan aplikasi dompet *digital* DANA untuk tetap menjaga stabilitas sistem operasional yang baik akan layanannya yang mudah dan fleksibel dan berharap bisa meningkatkan lagi kualitasnya tanpa adanya penurunan. Sedangkan untuk indikator “aplikasi DANA mudah untuk dipelajari” mendapatkan skor terendah dengan nilai rata-rata 4.20, oleh karena itu untuk penyedia layanan aplikasi dompet digital DANA disarankan untuk lebih memudahkan lagi cara penggunaan aplikasi dompet digital dana guna lebih mudah untuk dipelajari untuk semua kalangan dan konsumen yang baru saja menggunakan aplikasi dompet *digital* DANA lebih mudah lagi untuk mempelajarinya tanpa harus menggunakan aplikasi dompet *digital* DANA dalam waktu yang cukup lama.
- c. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel kepuasan konsumen pada indikator “mudah untuk mengakses aplikasi DANA beserta fitur-fiturnya”

- mendapatkan skor tertinggi dengan nilai rata-rata 4.21, oleh karena itu penyedia layanan aplikasi dompet digital DANA disarankan untuk tetap menjaga stabilitas sistem operasional yang baik akan layanannya yang mudah dan fleksibel dan berharap bisa meningkatkan lagi kualitasnya tanpa adanya penurunan. Sedangkan untuk indikator “pelayanan yang diberikan oleh *customer service* aplikasi DANA berkualitas” mendapatkan skor terendah dengan nilai rata-rata 3.98, oleh karena itu untuk penyedia layanan aplikasi dompet *digital* DANA disarankan untuk lebih memudahkan lagi cara penggunaan aplikasi dompet *digital* dana.
- d. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa variabel loyalitas konsumen pada indikator “penyedia layanan aplikasi *online* DANA agar lebih menyempurnakan kualitas pelayanannya dan kualitas aplikasinya terhadap customer” mendapatkan skor tertinggi dengan nilai rata-rata 4.33, oleh karena itu penyedia layanan aplikasi dompet *digital* DANA disarankan untuk tetap menjaga stabilitas sistem operasional yang baik akan layanannya yang mudah dan fleksibel dan berharap bisa meningkatkan lagi kualitasnya tanpa adanya penurunan. Sedangkan indikator “Tetap menggunakan aplikasi DANA meskipun banyak aplikasi kompetitor dengan kualitas yang cenderung sama” mendapatkan skor terendah dengan nilai rata-rata 3.76, oleh karena itu untuk penyedia layanan aplikasi *online* dompet *digital* DANA disarankan untuk lebih memudahkan lagi cara penggunaan aplikasi dompet *digital* dana guna lebih mudah untuk dipelajari untuk semua kalangan dan konsumen yang baru saja menggunakan aplikasi *online* dompet *digital* DANA lebih mudah lagi untuk mempelajarinya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, P. K. (2018). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Ariyanti, P. D. (2020). pengaruh lokasi dan fasillitas terhadap kepuasan pelanggan melalui kualitas pelayanan sebagai variabel intervening (studi kasus di hotel NAMIRA syariah Surabaya). *STIE MAHARDHIKA SURABAYA*, 1.
- Chindy, F. (2020). ANALISIS PERSEPSI MAHASISWA AKUNTANSI TERHADAP PENERIMAAN DAN PENGGUNAAN APLIKASI DOMPET DIGITAL INDONESIA (DANA). *PROGRAM STUDI AKUNTANSI JURUSAN AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SANATA DHARMA YOGYAKARTA*, 1-5.
- Dewa, C. B. (2018). pengaruh kualitas pelayanan dan promosi penjualan jasa Grabcar terhadap kepuasan pelanggan. *AMIK BSI Yogyakarta*, vol. XVI, No 1.

- Emrah Oney, G. O. (2017). The determinants of electronic payment systems usage from consumers perspective. *Faculty of Business and Economics, Eastern Mediterranean University, Famagusta, Turkey*, 394.
- Hardi, V. (2021). Pengaruh Layanan dan Promosi OVO terhadap Keputusan Penggunaan Dompot Digital OVO . *Surabaya*, Vol 3, hal 11-12.
- Keller, K. d. (2016). *Marketing Management*. Jakarta: Erlangga, Edisi Keempat Belas Global Edition, Pearson Prentice Hall.
- Murni, c. h. (2020). pengaruh kepuasan, kepercayaan, dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pelanggan pada online shop di shopee. *IAIN ponorogo*, i.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: ALFABETA Edisi kedua cetakan ke 1.
- Tumanggor, N. B. (2020). Pengaruh Kualitas Bahan Baku dan Produksi Terhadap Kualitas Produk Balok Jembatan Pada PT WIJAYA KARYA BETON, Tbk. Medan. *Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area*, hal 24-25.
- Tun, P. M. (2020). An Investigation of Factors Influencing Intention to Use Mobile Wallet of Mobile Financial Service Providers in Myanmar. *Assumption University*, 129.
- Wibowo, D. H. ((2018)). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya Malang*, 30-32.