

**“PENGARUH KEPUASAN ATAS FITUR LAYANAN DAN CITRA  
MEREK TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA UNIVERSITAS  
NEGERI PADANG MENGGUNAKAN APLIKASI *MOBILE PAYMENT*  
DANA”**

**SKRIPSI**

*Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan  
(S.Pd) di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*



Oleh

ERIN RAHMA NISA

2018/18053040

JURUSAN PENDIDIKAN EKONOMI  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2022

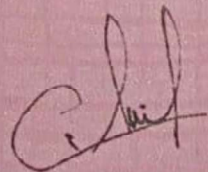
**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

**“PENGARUH KEPUASAN ATAS FITUR LAYANAN DAN CITRA  
MEREK TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA UNIVERSITAS  
NEGERI PADANG MENGGUNAKAN APLIKASI *MOBILE PAYMENT*  
DANA”**

**Nama : Erin Rahma Nisa**  
**BP/NIM : 2018/18053040**  
**Keahlian : Tata Niaga**  
**Jurusan : Pendidikan Ekonomi**  
**Fakultas : Ekonomi**  
**Universitas : Universitas Negeri Padang**

**Disetujui oleh :**

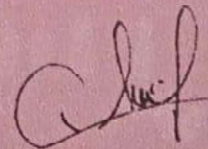
**Ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi**



**Tri Kurniawati, S.Pd,M.Pd**  
**NIP. 19820311 200501 2 005**

**Padang, 29 Agustus 2022**

**Pembimbing**



**Tri Kurniawati, S.Pd,M.Pd**  
**NIP. 19820311 200501 2 005**



HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

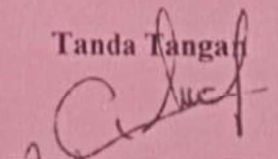
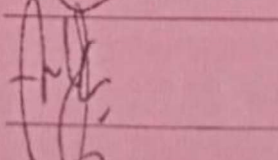
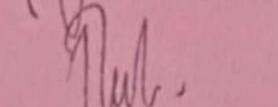
*Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi  
Jurusan Pendidikan Ekonomi  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Padang*

PENGARUH KEPUASAN ATAS FITUR LAYANAN DAN CITRA MEREK  
TERHADAP LOYALITAS MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI  
PADANG MENGGUNAKAN APLIKASI *MOBILE PAYMENT* DANA

Nama : Erin Rahma Nisa  
BP/NIM : 2018/18053040  
Keahlian : Tata Niaga  
Jurusan : Pendidikan Ekonomi  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Negeri Padang

Padang, 29 Agustus 2022

Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd	Ketua	
2.	Annur Fitri Hayati, S.Pd, M.Pd	Anggota	
3.	Nita Sofia, S.Pd, M.Pd.E	Anggota	

## SURAT PENYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Erin Rahma Nisa  
NIM/Tahun Masuk : 18053040/2018  
Tempat/Tanggal lahir : Paninggahan / 01 April 2000  
Jurusan/Keahlian : Pendidikan Ekonomi/Tata Niaga  
Fakultas : Ekonomi  
No Handphone/ Whatsapp : 081371195644  
Judul Skripsi : Pengaruh Kepuasan Atas Fitur Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Negeri Padang Menggunakan Aplikasi *Mobile Payment* DANA

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya Tulis (Skripsi) saya ini adalah asli dan belum pernah di ajukan untuk memperoleh Gelar Akademik (Sarjana), baik di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang maupun Program Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni Gagasan, Rumusan, dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebut nama pengarang dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.
4. Karya Tulis/Skripsi ini sah apabila telah di tanda tangani oleh Tim Pembimbing , Tim Penguji, dan Ketua Jurusan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi Akademik pencabutan Gelar Akademik yang telah di peroleh karena karya Tulis/Skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang , ..... Agustus 2022

Yang Menyatakan



Erin Rahma Nisa

NIM: 18053040

## ABSTRAK

**Erin Rahma Nisa (18053040/2018) : “Pengaruh Kepuasan Atas Fitur Layanan Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Negeri Padang Menggunakan Aplikasi *Mobile Payment* DANA, 2022”**

**Pembimbing : Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) Kepuasan atas fitur layanan terhadap loyalitas konsumen, (2) pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen, (3) pengaruh kepuasan atas fitur layanan dan citra merek terhadap loyalitas konsumen. Penelitian ini bersifat deskriptif kausatif. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Negeri Padang yang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA dengan jumlah 97 orang responden. Total sampel ditentukan dengan menggunakan rumus *Cochran* dengan teknik pengambilan sampel melalui *Purposive Sampling*. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu angket dengan menggunakan skala Likert. Instrumen uji validitas menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* dan untuk pengujian reliabilitas menggunakan rumus koefisien alfa. Uji prasyarat dilakukan dengan uji normalitas, multikolinearitas, heterokedastisitas, dan linieritas. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik analisis regresi berganda. Berdasarkan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: (1) Kepuasan atas fitur layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA, (2) Citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA, (3) Kepuasan atas fitur layanan dan citra merek berpengaruh signifikan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA.

**Kata kunci: Kepuasan atas Fitur Layanan, Citra Merek, Loyalitas Konsumen**

## KATA PENGANTAR



### **Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh**

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis yang telah menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Kepuasan Atas Fitur Layanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Mahasiswa Universitas Negeri Padang Menggunakan Aplikasi *Mobile Payment* DANA”**. Ini, tidak lepas dari Ridho dan Rahmat Allah kepada hamba-Nya. Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Ekonomi di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Ucapan terima kasih yang tulus dan ikhlas kepada pembimbing yaitu Ibu Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd yang telah memberikan bimbingan dan bantuan kepada penulis sampai selesainya skripsi ini. Hanya kepada Allah kita berserah diri, semoga amalan Bapak dan Ibu memperoleh balasan yang berlipat ganda dan semoga menjadi amal saleh bagi kita semua. *Amiin ya Rabbal Alamiin.*

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dekan serta Wakil Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kemudahan administrasi dalam menyelesaikan skripsi ini.

2. Ibu Tri Kurniawati S.Pd, M.Pd selaku ketua Jurusan Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam kelancaran pembuatan skripsi ini.
3. Ibu Tri Kurniawati, S.Pd, M.Pd selaku dosen pembimbing.
4. Ibu Annur Fitri Hayati, S.Pd, M.Pd selaku dosen penguji I.
5. Ibu Nita Sofia, S.Pd, M.Pd selaku dosen penguji II.
6. Ibu dan Bapak dosen serta seluruh tenaga kependidikan di Fakultas Ekonomi yang telah memberi bantuan selama perkuliahan.
7. Teristimewa, terimakasih banyak kepada Apa (Bpk. Mursalim) dan Ama (Ibu Arni) serta keluarga yang telah memberikan do'a, dorongan, motivasi dan pengorbanan baik secara moril maupun materil dan menjadi support system paling besar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Untuk sahabat-sahabat yang telah kebersamai penulis Nadiatul Fadhillah, Malina Agustin, Kak Rahmi Aulia yang selalu kebersamai, menjadi pembimbing, penyemangat dalam menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman Jurusan Pendidikan Ekonomi Angkatan 2018 Universitas Negeri Padang.
10. Serta semua pihak yang telah terlibat dalam proses perkuliahan yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa pengetahuan yang penulis miliki sangat terbatas, maka untuk itu saran dan kritik yang sifatnya membangun demi sempurnanya penulisan skripsi ini sangat penulis harapkan. Akhirnya kepada Allah penulis

bermohon dan bersujud, semoga keikhlasan yang telah diberikan akan di balas-  
Nya dengan pahala berlipat ganda. Amiin.

Padang, Agustus 2022

Erin Rahma Nisa



## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	12
C. Batasan Masalah .....	12
D. Rumusan Masalah .....	13
E. Tujuan Penelitian .....	13
F. Manfaat Penelitian .....	14
BAB II KAJIAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS .....	16
A. Kajian Teori.....	16
1. Loyalitas Konsumen .....	16
2. Kepuasan atas Fitur Layanan.....	22
3. Citra Merek .....	26
B. Penelitian Terdahulu .....	32
C. Kerangka Konseptual Penelitian .....	35
D. Hipotesis .....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian.....	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	39
C. Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
D. Jenis dan Sumber Data .....	41
E. Teknik Pengumpulan Data .....	41
F. Definisi Operasional Variabel .....	41
G. Instrumen Penelitian .....	44
H. Uji Coba Instrumen Penelitian .....	46

I. Teknik Analisis Data .....	51
BAB IV PEMBAHASAN .....	58
A. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	58
B. Analisis Hasil Penelitian.....	60
C. Deskripsi Variabel Penelitian .....	62
D. Hasil Analisis Data.....	80
E. Pembahasan .....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	96
A. Kesimpulan .....	96
B. Keterbatas Penelitian.....	97
C. Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA .....	100
LAMPIRAN .....	103

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Presentase Tingkat Pengguna <i>Mobile Payment</i> .....	4
Tabel 2 Penggunaan <i>Mobile Payment</i> .....	5
Tabel 3 Loyalitas Mahasiswa UNP Menggunakan DANA .....	7
Tabel 4 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 5 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 6 Skala Penilaian Likert .....	44
Tabel 7 Kisi-Kisi Instrumen .....	45
Tabel 8 Hasil Uji Validitas Kepuasan atas Fitur Layanan .....	47
Tabel 9 Hasil Uji Coba Validitas Citra Merek .....	48
Tabel 10 Hasil Uji Coba Validitas Loyalitas Konsumen .....	49
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 12 Kriteria Jawaban Responden .....	52
Tabel 13 Responden berdasarkan jenis kelamin.....	60
Tabel 14 Responden dari tingkat fakultas .....	61
Tabel 15 Responden dari tingkat pendidikan .....	62
Tabel 16 Hasil Uji TCR variabel .....	62
Tabel 17 Distribusi Frekuensi Kepuasan Atas Fitur Layanan DANA.....	63
Tabel 18 Distribusi variabel $X_1$ dengan indikator Kemudahan akses informasi produk atau jasa .....	64
Tabel 19 Distribusi variabel $X_1$ dengan indikator keberagaman layanan transaksi .....	66
Tabel 20 Distribusi variabel $X_1$ dengan indikator keberagaman fitur .....	67
Tabel 21 Distribusi variabel $X_1$ dengan indikator inovasi produk .....	68
Tabel 22 Distirubusi Frekuensi Citra Merek DANA.....	69
Tabel 23 Distribusi variabel $X_2$ dengan indikator atribut .....	70
Tabel 24 Distribusi variabel $X_2$ dengan indikator atribut .....	72
Tabel 25 Distribusi variabel $X_2$ dengan indikator evaluasi keseluruhan .....	73
Tabel 26 Distribusi Frekuensi Loyalitas Pengguna DANA .....	74
Tabel 27 Distribusi variabel Y dengan indikator melakukan pembelian berulang secara teratur.....	75

Tabel 28 Distribusi variabel Y dengan indikator pembelian di semua lini produk atau jasa .....	77
Tabel 29 Distribusi variabel Y dengan indikator mereferensikan produk kepada orang lain.....	78
Tabel 30. Distribusi frekuensi variabel Y dengan indikator menunjukkan kekebalan dari daya tarik produk sejenis dari pesaing.....	79
Tabel 31 Hasil Uji Normalitas.....	81
Tabel 32 Hasil Uji Multikolinearitas .....	82
Tabel 33 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	83
Tabel 34 Hasil Uji Linearitas .....	84
Tabel 35 Hasil Uji Regresi Berganda .....	84
Tabel 36 Hasil Uji F.....	86
Tabel 37 Hasil Uji t.....	87
Tabel 38 Hasil Uji R Square.....	89

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kisi-Kisi Angket Uji Coba Penelitian.....	103
Lampiran 2 Angket Uji Coba Penelitian.....	104
Lampiran 3 Tabulasi Uji Coba Penelitian.....	109
Lampiran 4 Uji Validitas.....	112
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	114
Lampiran 6 Angket Penelitian.....	115
Lampiran 7 Tabulasi Penelitian.....	120
Lampiran 8 Hasil Data SPSS.....	126
Lampiran 9 Dokumentasi Penelitian.....	129



# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi dan perkembangan teknologi yang sangat pesat, metode pembayaran yang digunakan masyarakat semakin maju. Salah satu bentuk kemajuan metode pembayaran yang digunakan masyarakat adalah penggunaan *FinTech* atau *mobile payment* untuk transaksi pembayaran. *Mobile payment* merupakan salah satu bentuk teknologi dan inovasi metode pembayaran yang bertujuan untuk memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam bertransaksi.

*Mobile payment* adalah perpaduan antara teknologi dan fitur layanan yang tersedia dalam satu aplikasi. *Mobile payment* dijadikan sebagai pilihan yang bisa dikategorikan efektif terlebih dengan transaksi secara *online* yang dipilih masyarakat semakin meningkat dan beragam. Hampir seluruh bank menawarkan layanan internet *banking*, *mobile banking*, ataupun *e-money* untuk customernya, hanya dengan mengunduh aplikasi di seluler.

Dengan meningkatnya permintaan uang tidak hanya dipengaruhi oleh pendapatan, namun juga seperti pembayaran yang mudah, dan lebih murah dari adanya teknologi digital. Teknologi keuangan menghasilkan layanan model bisnis baru dengan kategori sistem pembayaran, manajemen investasi dan risiko, pinjaman dan pembiayaan modal serta layanan keuangan.

Penyelenggaraan *mobile payment* telah meluas seiring dengan meningkatnya kepemilikan *smartphone* di berbagai kalangan masyarakat. Pertumbuhan *mobile payment* di Indonesia ditopang oleh perkembangan sistem pembayaran di sektor perbankan dan perkembangan industri telekomunikasi, serta penyedia perangkat lunak.

*Mobile payment* dinilai sebagai metode pembayaran yang mudah dan efisien oleh para penggunanya, baik penggunaan untuk transaksi pribadi sehari-hari maupun penggunaan sebagai metode pembayaran oleh para *merchant*. Oleh karena itu, penerapan *mobile payment* dapat menjadi salah satu alternatif untuk merangkul lapisan masyarakat yang belum memiliki akses terhadap layanan sistem pembayaran dan keuangan (belum memiliki rekening bank), khususnya masyarakat yang berada di daerah terpencil, dengan memanfaatkan jangkauan infrastruktur telekomunikasi yang saat ini sudah dapat mencakup hampir seluruh wilayah di Indonesia.

Menurut Septiana dalam National & Pillars (2019), layanan *mobile payment* semakin populer seiring meningkatnya pemakaian *smartphone* hingga 70% dalam lima tahun terakhir di Indonesia. Terlebih semakin banyak pilihan aplikasi *mobile payment* untuk melakukan transaksi tanpa kartu. Berdasarkan data dari Bank Indonesia, sudah ada 38 *e-wallet* yang mendapatkan lisensi resmi. Pada tahun 2018, transaksi menggunakan *e-wallet* di Indonesia mencapai angka USD1.5 miliar dan diprediksikan akan meningkat menjadi USD 25 miliar pada tahun 2023.

Terdapat beberapa bentuk layanan yang ditawarkan dalam *mobile payment* secara umum yaitu, seperti tarik saldo, kirim uang (*send money*), minta saldo (*request money*), pembelian isi ulang pulsa dan pembayaran tagihan, pencarian promo (*promo request*), pembelanjaan pada *merchant* yang bekerja sama dengan pihak perusahaan, dan masih banyak lagi bentuk layanan yang dapat ditawarkan perusahaan kepada pengguna untuk memenuhi kebutuhan penggunanya.

Pandemi Covid telah mengubah perilaku masyarakat dalam melakukan transaksi secara non tunai dengan memanfaatkan layanan *e-wallet* atau penggunaan *mobile payment* dalam melakukan transaksi untuk mengurangi resiko terinfeksi virus corona yang besar kemungkinan untuk menempel pada uang, kartu kredit ataupun alat pembayaran lainnya yang mengharuskan untuk berdekatan. *World Health Organization* (WHO) dan pemerintah menghimbau masyarakat untuk dapat menerapkan *contactless payment* (Prima, 2020).

Menurut Firman dalam (Katon & Yuniati, 2020:135) *contactless payment* merupakan sebuah upaya untuk mengurangi kontak pembayaran tunai dengan menggunakan dompet digital atau transaksi elektronik. *Cashless* merupakan salah satu bentuk metode pembayaran yaitu tanpa menggunakan uang tunai. Perkembangan teknologi telah membentuk pelayanan *cashless* yaitu dengan *mobile payment*, sehingga masyarakat dapat melakukan transaksi secara *online* di tengah kondisi pandemi Covid.

*Mobile payment* merupakan salah satu solusi yang baik bagi Indonesia, mengingat jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia cukup tinggi. Menurut *survey* yang dilakukan oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) dan Teknopreneur pada tahun 2019-2020 menunjukkan bahwa terdapat 73,7% penduduk Indonesia yang saat ini menggunakan internet. Data ini menunjukkan bahwa potensi penerapan *mobile payment* di Indonesia sangat besar, juga seiring dengan rencana pemerintah untuk melakukan penetrasi internet lebih banyak untuk menjangkau penduduk di pelosok.

Untuk mengetahui presentase tingkat penggunaan aplikasi *mobile payment* pada masyarakat Indonesia dapat dilihat melalui tabel 1 berikut:

**Tabel 1 Presentase Tingkat Pengguna *Mobile Payment***

No	<i>Mobile Payment</i>	Presentase Tingkat Penggunaan <i>Mobile Payment</i>			
		2018	2019	2020	2021
1	Gopay	79,4%	83,3%	17%	21,9%
2	OVO	58,4%	81,4%	28%	22,1%
3	Link Aja	55,5%	68,2%	7%	15,7%
4	DANA	34,2%	53,0%	14%	21,7%
5	Shopee Pay	0	0	34%	25,1%

Sumber : *Tempo.co*

Dari data tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa terdapat lima aplikasi *mobile payment* yang cukup populer digunakan oleh masyarakat Indonesia, yaitu Gopay, OVO, Link Aja, DANA, dan Shopee Pay. Dari tabel 1 terlihat bahwa penggunaan aplikasi *mobile payment* pada masyarakat Indonesia masih mengalami fluktuasi di setiap tahun.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh perusahaan survei Ipsos, dapat diketahui presentase durasi penggunaan *mobile payment* dalam tabel 2 sebagai berikut:

**Tabel 2 Penggunaan *Mobile Payment***

No	<i>Mobile Payment</i>	Penggunaan <i>Mobile Payment</i>			
		>1 Tahun	6-12 Bulan	3-6 Bulan	2-3 Bulan
1	Gopay	77%	16%	6%	1%
2	OVO	74%	19%	3%	4%
3	DANA	27%	51%	12%	10%
4	Link Aja	30%	30%	35%	5%

*Sumber: Ipsos.com*

Berdasarkan paparan pada tabel 2 dapat diketahui bahwa penggunaan aplikasi *mobile payment* DANA masih cukup rendah dibandingkan penggunaan aplikasi *mobile payment* lainnya, penggunaan lebih dari satu tahun hanya mencapai 27% dibandingkan dengan *mobile payment* Gopay dan OVO yang mencapai angka 70%. Dapat disimpulkan bahwa tingkat loyalitas penggunaan *mobile payment* DANA masih rendah.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh masih rendahnya tingkat loyalitas pengguna menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA dalam melakukan transaksi. Rendahnya loyalitas ini dapat di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu seperti kepuasan terhadap fitur layanan yang ditawarkan serta citra merek yang dimiliki.

Suatu teknologi dapat di kategorikan berhasil jika banyak konsumen yang menggunakan teknologi tersebut. Tolak ukur yang digunakan adalah kepuasan konsumen yang merupakan titik dari keberhasilan suatu teknologi. Sebagai aplikasi yang bergerak dibidang



teknologi keuangan dalam bertransaksi, DANA harus memperhatikan kualitas layanan yang diberikan kepada konsumen untuk menciptakan citra merek yang positif. Menurut (Hidayat et al., 2009:9), kualitas produk merupakan suatu bentuk nilai kepuasan yang saling berhubungan. Kualitas akan berhubungan erat antara konsumen dengan perusahaan penyedia.

Loyalitas pelanggan adalah hal yang sangat penting bagi suatu usaha. Pelanggan yang loyal merupakan kunci sukses dari bisnis atau usaha untuk terus mempertahankan pelanggan, pelanggan yang loyal harus menjadi prioritas utama perusahaan. Menurut Kotler (2009:134) menciptakan pelanggan yang loyal adalah inti dari setiap bisnis. Jika perusahaan mampu untuk mengelola produk dan bisa memperoleh loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan dengan baik, maka akan terjadi ikatan emosional antara konsumen dengan produk tersebut. Selain itu, konsumen yang loyal terhadap suatu produk bisa mempengaruhi dan menganjurkan orang lain untuk menggunakan produk yang digunakannya.

Untuk mengetahui gambaran tingkat loyalitas pengguna aplikasi *mobile payment* DANA pada mahasiswa Universitas Negeri Padang penulis melakukan observasi awal berbentuk kuesioner pada *google form* yang di bagikan kepada 30 responden di Universitas Negeri Padang. Tingkat loyalitas pengguna aplikasi *mobile payment* DANA dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

**Tabel 3 Loyalitas Mahasiswa UNP Menggunakan DANA**

No	Butir Pertanyaan	Pilihan jawaban					Jumlah
		SS	S	KS	TS	STS	
1	Setia menggunakan aplikasi <i>mobile payment</i> DANA dalam melakukan transaksi secara online	3,3%	50%	43,3%	0	3,3%	100%
2	Melakukan pembelaan saat ada orang yang menyatakan buruk pada aplikasi <i>mobile payment</i> DANA	3,3%	53,3%	36,7%	3,3%	3,3%	100%
3	Merekomendasikan aplikasi <i>mobile payment</i> DANA kepada orang lain	6,7%	56,7%	30%	6,7%	0	100%
4	Menyampaikan keunggulan aplikasi <i>mobile payment</i> DANA kepada orang lain	6,7%	56,7%	23,3%	6,7%	6,7%	100%
5	Tidak beralih kepada aplikasi <i>mobile payment</i> lainnya	3,3%	20%	60%	16,7%	0	100%

Sumber : *Olahan Data Primer 2022*

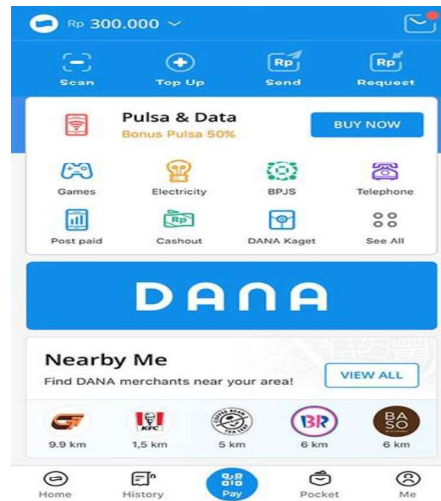
Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa, setelah melakukan observasi awal kepada 30 orang responden di Universitas Negeri Padang dapat disimpulkan bahwa pada pertanyaan pertama, sebanyak 43,3% kurang setuju, dan 3,3% sangat tidak setuju untuk setia menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA dalam melakukan transaksi secara *online*. Pernyataan kedua sebanyak 36,7% kurang setuju, 3,3% tidak setuju, dan 3,3% sangat tidak setuju untuk melakukan pembelaan saat ada orang yang menyatakan buruk pada aplikasi *mobile payment* DANA.

Setelah itu untuk pernyataan ketiga, sebanyak 30% kurang setuju dan 6,7% tidak setuju untuk merekomendasikan aplikasi *mobile payment* DANA kepada orang lain. Pernyataan keempat sebanyak 23,3% kurang

setuju, 6,7% tidak setuju, dan 6,7% orang tidak setuju untuk menyampaikan keunggulan aplikasi *mobile payment* DANA kepada orang lain. Pernyataan terakhir sebanyak 60%, dan 16,7% tidak setuju untuk tidak beralih kepada aplikasi *mobile payment* lainnya. Berdasarkan hasil observasi dari 30 responden di atas dapat dilihat bahwa tingkat loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang untuk menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA masih rendah karena terdapat indikasi peralihan perilaku untuk menggunakan aplikasi *mobile payment* lain.

Menurut Mardialis (2005:114-117) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen diantaranya yaitu citra merek dan kepuasan pelanggan. Kepuasan merupakan harapan seseorang dalam membeli atau menggunakan layanan produk tercapai sesuai dengan kenyataan yang diharapkan. Menurut Nuralam dalam Pranantha (2021:45) kepuasan adalah penilaian yang dilakukan oleh pengguna terhadap keistimewaan produk atau jasa yang ditawarkan dengan menyediakan tingkat kesenangan pengguna dalam kegiatan pemenuhan kebutuhan pengguna.

Aplikasi DANA digunakan oleh berbagai kalangan dari atas hingga menengah kebawah, namun masih banyak pengguna yang belum merasa puas dengan kualitas layanan yang ditawarkan melalui fitur-fitur yang tersedia pada aplikasi tersebut.



**Gambar 1 Tampilan aplikasi DANA**

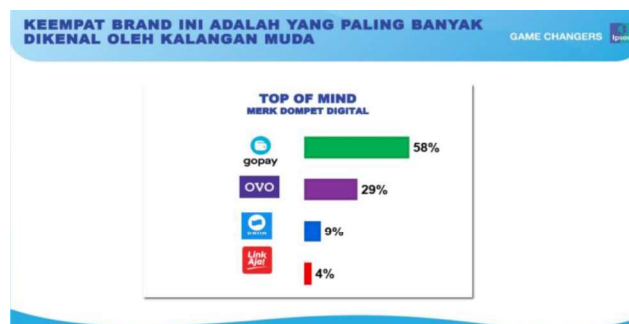
Selain permasalahan dalam loyalitas menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA, permasalahan yang terlihat dari ulasan yang diberikan oleh pengguna pada google *playstore*, tingkat kepuasan pengguna terhadap fitur layanan yang ditawarkan perusahaan masih rendah seperti, tidak tersedia pendektesian wajah agar pembayaran fleksibel, tidak tersedia menu pembatalan transaksi, transaksi *error*, dan masih banyak lagi keluhan yang diberikan oleh pengguna, permasalahan ini bisa dilihat dari berbagai komentar pengguna dalam ulasan di Google *Playstore* (<https://play.google.com/store/apps/details?id=id.dana>).

Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan berbasis *online* seperti *mobile payment* adalah memperhatikan fitur layanan yang tersedia serta memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Fitur layanan merupakan hal yang sangat diperhatikan serta dipertimbangkan oleh konsumen dalam

menggunakan sebuah alat transaksi pembayaran seperti *mobile banking*.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:273), fitur adalah alat bersaing untuk membedakan produk perusahaan dari produk pesaing. Fitur layanan yang terdapat pada aplikasi *mobile payment* DANA seperti pembayaran langsung, *top up* game, pembayaran BPJS, transfer bank, dan masih banyak lagi fitur yang ditawarkan aplikasi DANA untuk memudahkan penggunaannya dalam bertransaksi. Selain kepuasan atas fitur layanan, citra merek yang diberikan perusahaan harus baik dan dipelihara oleh perusahaan. Citra merek adalah seperangkat asosiasi untuk yang ingin diciptakan atau dipelihara oleh pemasar. Salah satu strategi pemasaran yang penting adalah penciptaan sebuah hubungan sentiment yang berupa kepercayaan (Nicolino, 2004).

Berdasarkan data laporan dari Ipsos pada tahun 2020 yang berjudul “*The Evolution of the Digital Wallet: Driving the Next Wave of Growth*” terdapat empat *brand mobile payment* yang paling banyak dikenal oleh kalangan muda seperti paparan gambar berikut :



**Gambar 2 Hasil Survey Ipsos**

*Sumber : Ipsos.com*



Berdasarkan hasil survei yang dilakukan Ipsos kepada 500 orang responden tersebar di Indonesia dapat dilihat bahwa *brand mobile payment* DANA masih kurang populer di kalangan muda, aplikasi *mobile payment* DANA hanya memperoleh suara sebesar 9% masih jauh tertinggal dibandingkan aplikasi Gopay sebesar 58% dan Ovo sebesar 29%. Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa *mobile payment* DANA masih memiliki citra merek yang rendah di kalangan masyarakat.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hilyatul Azizah (2012) terdapat pengaruh yang positif antara citra dan loyalitas, pada penelitian tersebut peneliti menilai citra yang diberikan oleh *teller* bank kepada nasabah akan berpengaruh kepada citra bank BRI. Citra perusahaan dapat ditunjukkan dalam bentuk nilai kepuasan yang diberikan oleh nasabah atau pengguna layanan perusahaan.

Berdasarkan fenomena yang terjadi, citra merek yang didirikan harus positif sesuai dengan harapan atau ekspektasi konsumen. Sikap positif konsumen pada merek akan berbanding lurus dengan tingkat loyalitas konsumen pada sebuah merek. Aplikasi *mobile payment* DANA harus memperhatikan citra merek dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik melalui fitur aplikasi tersebut, sehingga dengan kemudahan penggunaan aplikasi dalam bertransaksi pengguna akan cenderung loyal untuk menggunakan aplikasi DANA.

Perusahaan *mobile payment* DANA harus menyadari manfaat dari kualitas fitur layanan dan citra merek yang baik untuk mempertahankan

dan menarik pengguna baru, berdasarkan uraian di atas maka penulis tertarik untuk memilih judul tentang **“Pengaruh Kepuasan Atas Fitur Layanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Mahasiswa/I Universtas Negeri Padang Menggunakan Aplikasi *Mobile Payment* Dana”**

#### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah sebelumnya, dapat diidentifikasi beberapa masalah berikut :

1. Tingkat penggunaan aplikasi *mobile payment* DANA di Indonesia berfluktuatif dari tahun 2018-2021
2. Hasil survey ipsos menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi *mobile payment* DANA masih rendah.
3. Citra *brand mobile payment* DANA yang masih rendah.
4. Kepuasan konsumen masih kurang sesuai dengan kinerja fitur layanan produk DANA yang dirasakan pengguna.

#### **C. Batasan Masalah**

Mengingat begitu banyak permasalahan yang dapat dikaji pada penelitian ini. Maka diperlukan adanya batasan masalah. Tujuannya adalah adalah agar penelitian ini dapat mencapai sasaran yang diharapkan, permasalahan dibatas pada pengaruh kepuasan atas fitur layanan dan citra merek terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang, maka permasalahan yang akan diteliti akan dibatasi serta diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh kepuasan fitur layanan, dan citra merek secara terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang dalam menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA?
2. Bagaimana pengaruh kepuasan atas fitur layanan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA?
3. Bagaimana pengaruh citra merek terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengungkapkan :

1. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan atas fitur layanan, dan citra merek terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA.
2. Untuk mengetahui pengaruh kepuasan atas fitur layanan terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA.
3. Untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA.

## F. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu :

### 1. Bagi Penulis

Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai kegiatan pemasaran, terutama mengenai kepuasan atas fitur layanan dan citra merek serta saranan bagi penulis dalam menerapkan ilmu yang telah didapat selama perkuliahan dalam keadaan yang sesungguhnya pada dunia usaha.

### 2. Bagi Perusahaan *Mobile Payment* DANA/Perusahaan *Mobile Payment* lainnya.

Diharapkan dengan hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran atau informasi kepada perusahaan mengenai pengaruh kepuasan atas fitur layanan dan citra merek terhadap loyalitas mahasiswa Universitas Negeri Padang dalam menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA. Sehingga dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas maupun menarik pengguna baru.

### 3. Bagi Pihak Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pemahaman, referensi, atau masukan serta perbandingan untuk penelitian berikutnya dalam permasalahan atau bidang kajian yang sama, serta mengembangkan di masa akan datang atau ingin mengadakan penelitian lebih lanjut.