

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan Kemajuan teknologi adalah sesuatu hal yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Kondisi seperti ini telah memunculkan lingkungan baru yang berpengaruh juga pada sosial masyarakat dan mengubah kebudayaan lama menjadi kebudayaan baru pengguna internet. Di dalam Al-Quran juga menjelaskan akan perkembangan ilmu pengetahuan seperti yang tercantum dalam surat Al-Isra' ayat 85:

وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا (٨٥)

Artinya: *Dan mereka bertanya kepadamu tentang roh. Katakanlah: "Roh itu termasuk urusan Tuhan-ku, dan tidaklah kamu diberi pengetahuan melainkan sedikit.*

Di era sekarang atau era modernisasi berita atau informasi bisa di dapatkan dengan mudah, begitu pun dengan membagikannya sangat mudah. Sehingga dalam hal ini perkembangan teknologi hingga sekarang ini bisa di katakan menguntungkan karena secara langsung memberikan kemudahan serta kenyamanan bagi masyarakat. Peran sistem teknologi informasi tidak hanya sebagai meningkatkan komunikasi, efisiensi, dan efektivitas saja (Burhanuddin, 2006:9), tetapi juga sebagai kolaborasi dan kompetitif dengan aspek kehidupan lainnya. Tidak heran apabila teknologi diperlukan dan penting dalam kehidupan manusia. Begitu pula dengan perekonomian yang juga tidak kalah pentingnya bagi kehidupan manusia. Untuk menunjang perekonomian masyarakat di era modern, muncul perkembangan teknologi yang berbasis perekonomian.

Dalam perekonomian, teknologi sangat berpengaruh hingga saat ini inovasi terus bermunculan dan sangat menguntungkan dalam hal dunia bisnis. Adapun

hasil dari kemajuan teknologi tersebut salah satunya yaitu suatu sistem pembayaran yang non tunai. Dengan adanya sistem pembayaran non tunai atau bisa dikenal dengan ini menjawab terhadap kebutuhan instrumen mikro yang diharapkan mampu untuk melakukan proses pembayaran secara cepat dan efisien. Kemudahan transaksi yang diberikan oleh juga dapat mendorong penurunan biaya transaksi sehingga bisa menumbuhkan pertumbuhan ekonomi (Citra, 2017). Selain itu adanya ini diciptakan bukan hanya dalam hal mempermudah proses pembayaran melainkan juga pencatatan data keuangan personal secara otomatis lebih aman dan memudahkan akses *e-commerce*. Prinsipnya, orang yang memiliki sama dengan memiliki sejumlah uang tunai yang dikonversikan ke dalam bentuk elektronik (Quthbi, 2016:2). Dan keuntungan untuk Bank Indonesia sendiri akan sistem pembayaran ini atau yaitu dapat mengontrol perputaran uang di masyarakat sehingga inflasi dapat di kontrol dengan baik, serta dengan adanya bagi Bank Indonesia dapat menghemat operasional untuk memproduksi uang.

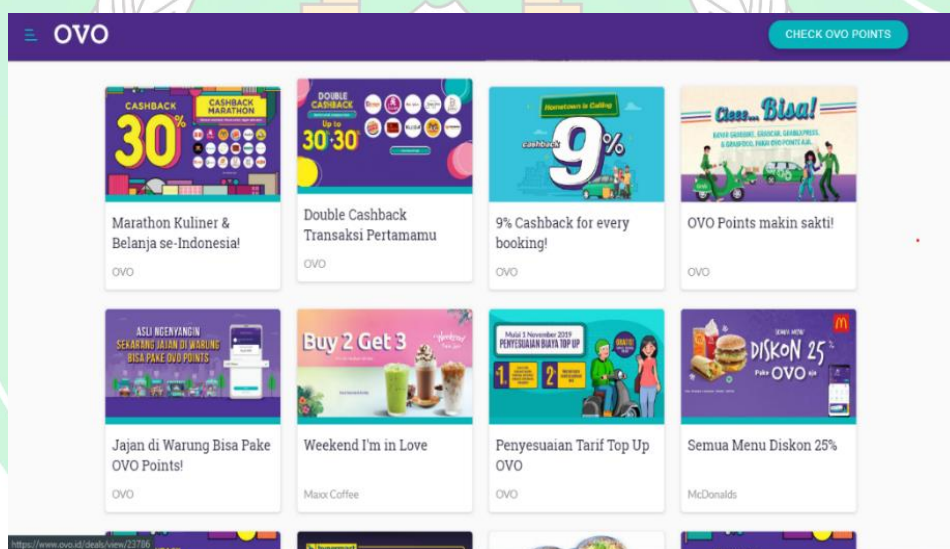
Berdasarkan Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/11/PBI/2009 Tingginya jumlah uang beredar, maraknya kasus pemalsuan uang, serta besarnya biaya operasional yang dikeluarkan Bank Indonesia tiap tahunnya untuk mencetak, menyimpan, mendistribusikan, dan memusnahkan uang menjadi latar belakang Bank Indonesia selaku bank central Indonesia mencanangkan gerakan penggunaan instrumen non tunai (Less Cash Society/LCS) khususnya dalam melakukan transaksi atas kegiatan ekonomi yang diberi nama dengan Gerakan Nasional Non Tunai. Munculnya *e-wallet* dilatar belakangi oleh Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/12/PBI/2009 sebagai salah satu pendukung agenda Bank Indonesia untuk menciptakan *less cash society* di Indonesia.

Pembayaran secara digital sekarang ini bukanlah hal yang asing, karena hingga saat ini banyak perusahaan-perusahaan yang menyediakan jasa *digital payment* tersebut salah satunya LippoX. Menurut Rio (2019:2) LippoX sebagai perusahaan digital payment milik grup perusahaan Lippo, sebuah smart financial apps diluncurkan layanan belanja dengan produk pembayaran digital yang bernama OVO, aplikasi ini mencoba mengakomodasi berbagai kebutuhan terkait dengan *cashless* dan *mobile payment*. Aplikasi OVO saat ini tersedia untuk platform Android dan iOS. OVO menggunakan sistem poin *reward*, yang

disebut dengan *OVO Point*, untuk menjaga dan meningkatkan transaksi pengguna.

OVO, aplikasi pembayaran Serba Bisa, Sempel, Instan dan Aman yang siap buat segala transaksi finansial Anda jadi lebih menyenangkan. (<https://www.ovo.id/about>, 07 Oktober 2019) itulah yang merupakan *tagline* yang OVO berikan yang merupakan salah satu *digital payment* yang ada di Indonesia.

Dalam hal ini untuk menarik konsumen serta juga bersaing dengan perusahaan lain yang juga memberikan layanan *digital payment* OVO juga terus melakukan promosi, dengan bekerja sama dengan beberapa merchant dengan berbagai penawaran menarik yang diberikan OVO seperti halnya *Cashback*. Adapun berikut promo yang diberikan OVO (di akses tanggal 07 Oktober 2019).



Sumber: <https://www.ovo.id/deals>

Gambar 1.1 Promosi OVO

Banyak promo yang menarik menjadikan Hal ini tentunya membuat masyarakat mendapatkan keuntungan dikarenakan setiap jenis makanan atau minuman akan mendapat potongan harga sebesar 10% dari harga normalnya. Selain itu, dengan membayar menggunakan sistem pembayaran *online* OVO, masyarakat mendapat poin dan poin tersebut dapat digunakan kembali untuk mendapat *merchant* yang menarik dan lainnya sesuai dengan yang OVO akan berikan. (Dirja, 2018:2)

Agus Hermawan (2013:38) mengemukakan promosi adalah salah satu prioritas dari kegiatan pemasaran yang diberitahukan kepada konsumen bahwa perusahaan meluncurkan produk baru yang menggoda konsumen untuk melakukan kegiatan pembelian. Selain itu juga kemudahan dalam hal transaksi serta fitur keamanan yang diberikan dapat mempengaruhi konsumen untuk memakai produk/jasa kita.

Namun daripada itu adanya promosi ataupun juga kemudahan yang didapat oleh konsumen dalam hal bertransaksi serta juga fitur keamanan yang diberikan tidaklah cukup memberikan konsumen kepuasan. Kesetiaan konsumen tidak terbentuk dalam waktu singkat tetapi melalui proses belajar dan berdasarkan hasil pengalaman dari konsumen itu sendiri dari pembelian konsisten sepanjang waktu. Bila yang didapat sudah sesuai dengan harapan, maka proses pembelian ini terus berulang. Hal ini dapat dikatakan bahwa telah timbul kesetiaan konsumen. Bila dari pengalamannya, konsumen tidak mendapatkan merek yang memuaskan maka ia tidak akan berhenti untuk mencoba merek-merek lain sampai ia mendapatkan produk atau jasa yang memenuhi kriteria yang mereka tetapkan Andriani Kusumawati (2011:78).

Adapun dalam penelitian ini dilakukan pada pengguna aplikasi OVO di Cirebon. Adapun wilayah penelitian ini di tujukan bagi pengguna OVO yang berada di Cirebon untuk mempermudah penulis dalam hal penelitian.

Dari hal tersebut maka penulis tertarik untuk melakukan lebih lanjut dan menuangkannya dalam bentuk skripsi dengan judul: **Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Keamanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi OVO di Kota Cirebon).**

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan variabel *intervening* yaitu Kepuasan dan Loyalitas sebagai variabel dependen dan tiga variabel independen yaitu Promosi, Kemudahan Transaksi dan Fitur Keamanan.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat di simpulkan di sini penulis mengidentifikasi beberapa pokok permasalahan yang akan di bahas, sehingga muncul pertanyaan-pertanyaan penulis, adapun sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh secara langsung antara promosi terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon?
2. Adakah pengaruh secara langsung antara kemudahan transaksi terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon?
3. Adakah pengaruh secara langsung antara fitur keamanan terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon?
4. Adakah pengaruh secara tidak langsung antara promosi terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*?
5. Adakah pengaruh secara tidak langsung antara kemudahan transaksi terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*?
6. Adakah pengaruh secara tidak langsung antara fitur keamanan terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*?
7. Adakah pengaruh antara kepuasan terhadap loyalitas?

D. Tujuan Penelitian

Setelah memahami permasalahan yang diteliti ini, ada beberapa tujuan dalam penelitian ini yang sesuai dengan permasalahan yang diajukan antara lain:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara promosi terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara kemudahan transaksi terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara langsung antara kemudahan transaksi terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon.

4. Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung antara promosi terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.
5. Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung antara kemudahan transaksi terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.
6. Untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung antara fitur keamanan terhadap loyalitas pengguna aplikasi OVO di Kota Cirebon dengan kepuasan sebagai variabel *intervening*.
7. Untuk mengetahui pengaruh antara kepuasan dan loyalitas.

E. Manfaat Penelitian

Dalam hal ini suatu penelitian atau pembahasan suatu masalah yang dilakukan tentunya diharapkan dapat memberi manfaat dan berguna bagi pihak-pihak yang tertarik dan berkepentingan dengan masalah-masalah yang diteliti dan dibahas, di antaranya adalah:

1. Kegunaan teoritis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi perkembangan *kehasanah* dari suatu ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan Kegunaan praktis Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Keamanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*.

2. Kegunaan praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini dapat digunakan untuk mengetahui lebih jauh tentang bagaimana Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Keamanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*.
- b. Bagi mahasiswa, ikut serta menambah keilmuan mengenai bagaimana Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Keamanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*.
- c. Bagi lembaga, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu bahan pertimbangan ataupun referensi dalam menciptakan karya-

karya ilmiah bagi seluruh civitas akademika di IAIN Syekh Nurjati Cirebon maupun pihak-pihak lain yang membutuhkan.

- d. Bagi masyarakat, kajian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam memahami persoalan Pengaruh Promosi, Kemudahan Transaksi Dan Fitur Keamanan Terhadap Loyalitas Dengan Kepuasan Sebagai Variabel *Intervening*.

F. Sistematika Penulisan

Dalam memberikan gambaran yang jelas mengenai penelitian yang dilakukan, maka disusun suatu sistematika penulisan yang berisi informasi mengenai materi yang dibahas dalam tiap-tiap bab, yaitu:

BAB I: Pendahuluan bab ini berisi latar belakang masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II: Landasan teori berisi konsep teoritis sebagai dasar untuk menganalisis permasalahan yang merupakan hasil dari studi pustaka, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III: Metode Penelitian berisi variabel penelitian dan operasional variabel, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, jadwal penelitian, metode pengolahan data, dan metode analisis.

BAB IV: Hasil dan Pembahasan menguraikan tentang deskripsi objek penelitian serta analisis data dan pembahasannya.

BAB V: Penutup bab ini berisi simpulan dan saran –saran yang merupakan hasil analisis data.