

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN LOYALITAS PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA GO-PAY DI JAWA TENGAH

Anni Safitri^{1*}, Mar'atus Sholikhah², Sudarmin³, Ahmad Afendy Susanto⁴, Junirin⁵

Politeknik Balekambang Jepara^{1,2,3,4,5}

1annishafitri96@gmail.com, 2maratussholikhah.polibang@gmail.com,

3sudarmin024@gmail.com, 4ahmadafendysusanto@gmail.com

5junirinnajad15@gmail.com

Received: 09-07-2024

Revised: 25 -07-2024

Approved: 27-07-2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pengguna Go-Pay di Jawa Tengah. Kualitas layanan dianggap sebagai salah satu faktor penting yang menentukan tingkat kepuasan konsumen dalam bisnis berbasis jasa seperti Gojek. Loyalitas pelanggan juga merupakan faktor kunci yang mempengaruhi kepuasan pengguna. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif korelasional dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner dari 115 responden yang merupakan pengguna Go-Pay di Jawa Tengah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan loyalitas pelanggan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pengguna Go-Pay. Simpulan, bahwa peningkatan kualitas layanan dan upaya untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dapat meningkatkan kepuasan pengguna Go-Pay di Jawa Tengah.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Loyalitas Pelanggan, Kepuasan Pengguna*

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 industry digital, terutama teknologi yang sudah terintegrasi dengan kehidupan dan aktivitas masyarakat saat ini. Seluruh aspek kehidupan manusia sangat bergantung dan dikendalikan oleh teknologi (Rais et al., 2024). 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 (Rosyidah & Ismeirita, 2023). 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 (Andini & Winarno, 2023). Salah satu jenis inovasi dari *fintech* yaitu hadirnya *e-wallet*. *E-wallet* dapat berupa program *software* bahkan layanan yang dibuat untuk menghemat dan juga memudahkan dalam melakukan transaksi pembayaran antar setiap penggunaan (Kustono et al., 2020). Salah satu jenis *fintech* yang populer di Indonesia yaitu *GoPay*. Perusahaan yang didirikan oleh seorang pengusaha muda bernama Aldi Haryoprato. Sebelum mendirikan *GoPay*, Aldi membangun dan mengembangkan PT RUMA (Rekan Usaha Mikro Anda) atau biasa disebut Mapan. PT RUMA yaitu perusahaan yang menjual produk furniture yang di tahun 2017 diakuisisi oleh Go-Jek. *GoPay* dengan nama *GoWallet* pada masanya merupakan layanan *e-money* dari salah satu produk atau aplikasi dompet digital yaitu Gojek Indonesia. *GoPay* digunakan untuk melakukan pembayaran atau transaksi-transaksi yang ada pada semua layanan di aplikasi Gojek.

GoPay telah terdaftar dan dipantau oleh Otoritas Jasa Keuangan, karena memiliki fungsi yang sama dengan uang tunai yang dapat digunakan sebagai instrumen

pembayaran yang sah. Pada tahun 2017 Gojek dianugerahi penghargaan dari Bank Indonesia dan masuk dalam kategori Perusahaan Fintech teraktif pendukung Gerakan Nasional Non Tunai (GNNT) Inklusi dan Edukasi Keuangan serta Pemberdayaan UMKM. Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang strategis terhadap peningkatan perekonomian di Indonesia, sebab selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi juga dapat menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang besar (Safitri & Ressa Larasati, 2024). Adanya pandemi covid-19, membuat aktivitas terbatas berdampak pada meningkatnya aktivitas digital masyarakat, salah satunya pada penggunaan aplikasi *e wallet* GoPay. GoPay menjadi *e wallet* yang paling banyak digunakan dan mengalami peningkatan pada masa pandemi saat ini. Sesuai data yang kami dapatkan dari survey East Ventures (EV) (Ningsih et al., 2022).



Gambar 1. Penggunaan E-Wallet di Indonesia 2023

Menurut Badri et al., (2023), Kualitas layanan merupakan salah satu instrumen terpenting untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen dalam bisnis berbasis jasa seperti Gojek, dengan banyak pesaing yang terus bertambah setiap tahunnya membuat Gojek harus berbenah demi kelangsungan bisnis mereka. Untuk melakukan hal tersebut, konsumen memainkan hal yang sangat penting dalam hal ini. Namun, banyak konsumen yang tidak benar-benar mendapatkan apa yang sebenarnya mereka harapkan sehingga mengakibatkan konsumen tidak puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan.

Semakin banyaknya ojek *online* berdampak pada semakin ketatnya persaingan. Faktor yang menjadi penyebab terjadinya hal tersebut yakni adanya persaingan untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan agar tercipta loyalitas pelanggan. Hal ini menjadikan konsumen semakin selektif. Konsumen akan memilih salah satu diantara pilihan alternatif yang menurutnya sesuai dengan yang diinginkan (Widodo, 2018). Menurut Andini & Winarno, (2023), 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.

Kepuasan pelanggan adalah penilaian konsumen terhadap karakteristik produk atau jasa yang bertujuan dalam memenuhi tingkat perasaan antara hasil dan harapan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhannya (Saputri et al., 2024). Atau secara singkat, Kepuasan konsumen merupakan harapan konsumen yang telah terpenuhi dari rasa puas atas layanan atau produk yang telah didapatkan (Badri et al., 2023). Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan atau produk.

Loyalitas pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan. Kepuasan dan loyalitas pelanggan didapatkan ketika perusahaan memberikan *service quality* yang baik dan berkualitas. *Eservice quality* sangat berdampak untuk kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan. Kepuasan pelanggan berkaitan pada pemenuhan harapan pelanggan, Jika kinerja dirasa cocok bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas (Ningsih et al., 2022). Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang terhadap kinerja atau hasil yang berkaitan dengan pemenuhan ekspektasi pembeli hingga akhirnya pembeli dapat menentukan apakah merasa puas atau tidak puas dari nilai (kualitas, pelayanan, dan harga) yang mereka terima (Kotler & Keller, 2008). Menurut Palupi et al., (2023) Konsumen yang merasa puas terhadap produk, akan cenderung loyal terhadap produk tersebut. Ketika kita memberikan kepuasan kepada pelanggan, secara tidak langsung profitabilitas akan meningkat, kepuasan pelanggan juga dapat menciptakan keharmonisan diantara pelanggan dan perusahaan sehingga akan menciptakan pelanggan yang loyal.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Go-pay di Jawa Tengah. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti adalah *purposive sampling* yang dapat dikatakan secara sengaja mengambil sampel tertentu. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan korelasional. Menurut studi deskriptif merupakan penelitian terhadap fenomena atau populasi tertentu yang diperoleh peneliti dari subyek berupa: individu, organisasional, industri atau perspektif yang lain. Data dalam penelitian ini adalah data primer, melalui studi lapangan dengan metode angket. Abdurrahman et al., (2020) berpendapat bahwa angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan pribadi atau hal-hal yang dia ketahui. Penelitian ini dilakukan di Provinsi Jawa Tengah, dengan menggunakan unit observasi khususnya pada pengguna Go-pay.

Dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas layanan dan loyalitas pelanggan terhadap kepuasan pengguna Go-pay. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh UMKM di Kabupaten Jepara yang berjumlah 1.923 pengguna. Berdasarkan kriteria, maka sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 115 pengguna.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survei. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Peneliti melakukan penyebaran dan pengumpulan kuesioner secara langsung kepada pengguna Go-pay yang ada di Jawa tengah. Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert dengan kriteria sebagai berikut :

Table 1.
Kriteria dan Bobot Penilaian

No	Jawaban	Kode	Bobot
1	Sangat Tidak Setuju	Sts	1
2	Tidak Setuju	Ts	2
3	Netral	N	3
4	Setuju	S	4
5	Sangat Setuju	St	5

Variabel Penelitian dan Pengukuran

Variabel Independen (X)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain (Umar, 2003). Variabel yang digunakan peneliti adalah Kualitas Layanan dan Loyalitas Pelanggan. Kualitas Layanan 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 (Andini & Winarno, 2023). Loyalitas pelanggan sebagai respons yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi dan biasanya tercermin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi dan kendala pragmatis. Seorang pelanggan itu dapat dikatakan sebagai pelanggan yang loyal apabila seorang pelanggan tersebut mempunyai komitmen yang kuat untuk mengkonsumsi barang/jasa secara rutin khususnya *Go-pay* (Nugraha, 2020).

Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen merupakan variabel yang dijelaskan atau yang dipengaruhi oleh variabel independen (Umar, 2003). Variabel dependen yang digunakan peneliti adalah Kepuasan Pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah hasil dari penilaian dari konsumen bahwa produk atau pelayanan bahwa telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini biasa lebih atau kurang secara konseptual (Pandu Firdaus, 2018).

HASIL PENELITIAN

Data Demografi Responden

Jumlah responden penelitian ini adalah 115 orang yang merupakan pengguna Go-Pay. Karakteristik responden yang diamati dalam penelitian ini meliputi: Jenis Kelamin, Usia, Status, Pendidikan, dan Pendapatan.

Tabel 2.
Data Demografi Responden

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin		
Laki-laki	64	55.7
Perempuan	51	44.3
Usia		
<20 tahun	5	4.3
21 – 30 tahun	67	58.3
31 – 40 tahun	31	27
41 – 50 tahun	10	8.7
> 51 tahun	2	1.7
Status		
Kawin	75	65.2
Belum Kawin	40	34.8
Pendidikan		
SD/MI	1	0.9
SMP/MTs	4	3.5
SMA/SMK	38	33.0
S1/D4	72	62.6

Keterangan	Frekuensi	Presentase
Pendapatan		
< 10 juta	78	67.8
10-20 juta	11	9.6
21-50 juta	18	15.7
> 50 juta	8	7.0

Tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas pengguna adalah laki-laki yaitu 55.7% dengan rentang usia rata-rata 21 – 30 tahun sebesar 58.3%. Dilihat dari status perkawinan, tabel 1 menunjukkan bahwa rata-rata responden telah menikah sebesar 65.2%. Sementara itu, mayoritas pengguna Go-Pay di Jawa Tengah berpendidikan Sarjana/D4 dengan rata-rata pendapatan di bawah Rp 10.000.000,00 sebesar 67,8%.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas digunakan untuk mengukur kevalidan dan kesahihan suatu instrument penelitian. Penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 25 untuk menguji validitas data. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan valid apabila memiliki nilai validitas lebih besar atau sama dengan 0.30, dan sebaliknya apabila nilai validitas kurang dari 0.30 maka tidak valid.

Tabel 3.
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	Correlation	<i>a</i>
Loyalitas pelanggan (LP)	LP1	0.899	0.867
	LP2	0.952	
	LP3	0.895	
Kualitas Layanan (KL)	KL1	0.894	0.853
	KL2	0.893	
	KL3	0.845	
Kepuasan Pengguna (KP)	KP1	0.933	0.862
	KP2	0.895	
	KP3	0.879	

Tabel 3 menunjukkan bahwa semua item pernyataan adalah valid. Sementara, hasil pengolahan reliabilitas data pada tabel 2 juga menunjukkan bahwa semua variabel reliabel. Karena penentuan apakah reliabel atau tidak yaitu dengan menggunakan batasan dimana 0.6 artinya tidak baik, jika 0.7 dapat diterima, dan di atas 0.8 adalah baik. Hasil uji reliabilitas penelitian ini ditemukan bahwa nilai Cronbach Alpha melebihi 0.60 yaitu 0.867, 0.853, dan 0.862. Oleh karena itu, seluruh instrument adalah reliabel.

Uji Normalitas Data

Uji ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data pada penelitian ini menggunakan Shapiro-Wilk yang dapat dilihat pada tabel 4. Tabel 4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih dari 0.05, maka data yang digunakan telah memenuhi asumsi klasik dan dapat dikatakan berdistribusi normal.

Tabel 4.
Hasil Pengolahan Uji Normalitas dengan Shapiro-Wilk

Variabel	<i>a</i>
Loyalitas pelanggan	0.161
Kualitas Layanan	0.217
Kepuasan Pengguna	0.161

Uji Linearitas

Uji ini digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model penelitian sudah benar atau tidak. Output dari uji linearitas adalah apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik. Uji linearitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji lagrange multiplier. Tabel 5 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Deviation from Linearity lebih dari 0.05 yaitu 0.069 dan 0.292 (> 0.05). Oleh karena itu, variabel penelitian ini memiliki hubungan yang linear.

Tabel 5.
Hasil Pengolahan Uji Linearitas

Variabel	F	Sig. Deviation from Linearity
KP*KL	2.018	0.069
KP*LP	1.213	0.292

Uji Heteroskedastisitas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu penelitian ke penelitian lainnya. Penelitian ini menggunakan Uji Glejser untuk mengetahui ada tidaknya heteroskedastisitas dengan ketentuan jika nilai signifikansi lebih dari 0.05, maka tidak terdapat heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0.05 maka terdapat heteroskedastisitas.

Tabel 6.
Hasil Pengolahan Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.271	.355		6.401	0.000
	Loyalitas Pelanggan	-.101	.027	-.416	-1.824	0.214
	Kualitas Layanan	-.037	.037	-.109	-1.005	0.317

Pengujian di tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikasni variabel loyalitas pelanggan adalah 0.214 lebih besar dari 0.05, sedangkan nilai signifikansi variabel kualitas layanan adalah 0.317 lebih besar dari 0.05. Dengan demikian, pengambilan keputusan dari uji glejser tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat apakah model regresi ditemukan korelasi antar variabel bebas atau variabel terikat. Model regresi yang baik adalah tidak terjadinya gejala multikolinier. Uji multikolinearitas ini menggunakan nilai Variance

Inflation Factor (VIF) dan Tolerance yang ditampilkan tabel 7.

Tabel 7.

Hasil Pengolahan Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	VIF
Loyalitas Pelanggan	0.570	1.755
Kualitas Layanan	0.570	1.755

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai tolerance yang dimiliki variabel Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Layanan adalah 0.570 lebih besar dari 0.10. Sedangkan nilai VIF pada variabel Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Layanan adalah 1.755 kurang dari 10. Oleh karena itu, variabel di atas tidak memiliki gejala multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Hipotesis

Analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui ketergantungan antara dua variabel bebas dengan variabel terikat, a tau juga untuk menduga pengaruh antar dua variabel bebas dengan satu variabel terikat. Uji analisis regresi dalam penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25.0 for Windows dengan alpha sebesar 0.05. Penelitian ini menggunakan uji t dan uji F, di mana uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji t dapat dilihat di dalam tabel 8. Ketentuan dalam menentukan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat adalah jika nilai t atau signifikansi kurang dari 0.05, maka terdapat pengaruh secara parsial. Sementara jika nilai t atau signifikansi lebih dari 0.05, maka tidak terdapat pengaruh secara parsial.

Tabel 8.

Analisis Regresi Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.684	0.565		1.210	0.229
	Loyalitas Pelanggan	0.319	0.042	0.405	7.552	0.000
	Kualitas Layanan	0.634	0.058	0.584	10.892	0.000

Tabel 8 menunjukkan persamaan regresi linear berganda ke arah masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Hasilnya menunjukkan bahwa variabel Loyalitas Pelanggan memiliki nilai t hitung sebesar 7.552, dan nilai signifikansi sebesar 0.000 kurang dari 0.05. Oleh karena itu, hipotesis pertama (H1) yaitu Loyalitas Pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna Go-Pay, dapat diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna Go-Pay. Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai t hitung sebesar 10.892, dan nilai signifikansi sebesar 0.000 kurang dari 0.05. Untuk itu, hipotesis kedua (H2) yaitu kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Go-Pay, dapat diterima. Artinya, kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dalam menggunakan Go-Pay.

Berikutnya, uji F dalam analisis regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara simultan. Syarat hipotesis diterima yaitu jika nilai F hitung lebih besar dari F tabel atau nilai signifikansi kurang dari 0.05. Secara lebih jelas, hasil pengolahan uji F dapat dilihat pada tabel 9.

Tabel 9.
Hasil Pengolahan Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	497.659	2	248.829	248.767	.000 ^b
	Residual	112.028	112	1.000		
	Total	609.687	114			

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar 248.767 dan nilai signifikansi sebesar 0.000 kurang dari 0.05. Hal ini berarti hipotesis ketiga (H3) yang menyatakan bahwa Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pengguna Go-Pay, dapat diterima. Artinya semakin tinggi loyalitas pelanggan dan semakin baik kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan dalam menggunakan Go-Pay akan meningkat.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi berguna untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel independent dalam menerangkan variabel dependen. Hasil koefisien determinasi dapat dilihat dalam tabel 10. Tabel tersebut menunjukkan bahwa korelasi yang terjadi antara variabel Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pengguna sebesar 0.813. Hal ini berarti 81.3% (dengan kriteria sangat kuat), varian variabel kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel loyalitas pelanggan dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya 18.7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam analisis penelitian ini.

Tabel 10.
Hasil Pengolahan Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.903 ^a	.816	.813	1.000

PEMBAHASAN

Hasil penelitian dengan menggunakan program SPSS for windows 22 dapat disimpulkan sesuai dengan uji tabel di atas untuk diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen sebagai berikut :

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pengguna Go-pay Di Jawa Tengah

Dari hasil analisis regresi linear berganda yang tercantum dalam Tabel 7, terlihat bahwa variabel Kualitas Layanan memiliki nilai t hitung sebesar 10.892 dengan signifikansi 0.000 (kurang dari 0.05). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Go-Pay. Dengan kata lain, semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh Go-Pay, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Nilai R Square dalam Tabel 9 menunjukkan bahwa 81.6% variasi dalam kepuasan pengguna dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan dan loyalitas pelanggan. Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan memainkan peran

yang sangat penting dalam menentukan kepuasan pengguna, mengingat bahwa lebih dari separuh variasi kepuasan dapat dijelaskan oleh kualitas layanan dan loyalitas pelanggan.

Hasil uji validitas dan reliabilitas dalam Tabel 2 menunjukkan bahwa semua item pada variabel Kualitas Layanan (KL1, KL2, KL3) memiliki nilai korelasi yang tinggi (semuanya di atas 0.8), dengan Cronbach Alpha sebesar 0.853. Hal ini menunjukkan bahwa indikator kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini sangat valid dan reliabel. Dengan kata lain, item-item yang diukur benar-benar mencerminkan kualitas layanan yang dirasakan oleh pengguna. Hasil Penelitian ini sejalan dengan Widodo, (2018) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Pengaruh Loyalitas Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengguna Go-pay Di Jawa Tengah

Nilai R sebesar 0.903 dan R Square sebesar 0.816 menunjukkan bahwa 81.6% variansi dalam Kepuasan Pengguna dapat dijelaskan oleh variabel Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Layanan, sedangkan sisanya 18.4% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam analisis penelitian ini. Nilai F hitung sebesar 248.767 dan nilai signifikansi 0.000 (kurang dari 0.05) menunjukkan bahwa variabel Loyalitas Pelanggan dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna Go-Pay.

Nilai t hitung sebesar 7.552 dan nilai signifikansi 0.000 (kurang dari 0.05), menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Go-Pay. Artinya, semakin tinggi tingkat loyalitas pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengguna Go-Pay di Jawa Tengah. Semakin tinggi loyalitas pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pengguna. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan pengguna, pihak Go-Pay harus fokus pada strategi peningkatan loyalitas pelanggan, seperti memberikan program loyalitas, diskon, atau penawaran khusus yang dapat membuat pelanggan tetap setia menggunakan layanan Go-Pay. Penelitian ini sejalan dengan Lubis, (2024) yang menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengguna.

KESIMPULAN

Bahwa Kualitas layanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna Go-Pay, di mana semakin baik layanan yang diberikan, semakin tinggi kepuasan pengguna. Selain itu, loyalitas pelanggan dan kualitas layanan secara simultan mempengaruhi kepuasan pengguna secara signifikan; semakin tinggi loyalitas pelanggan, semakin tinggi pula kepuasan pengguna. Oleh karena itu, untuk meningkatkan kepuasan pengguna, Go-Pay perlu fokus pada strategi peningkatan loyalitas pelanggan seperti program loyalitas, diskon, atau penawaran khusus guna menjaga dan meningkatkan kepuasan pengguna.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, B., Febrianita, Y., & Fitri, A. (2020). *Gambaran Pengetahuan Tentang Phubbing Akibat Kecanduan Gadget Pada Generasi Z Di Sma Negeri 9 Kota Pekanbaru Provinsi Riau* (p. Jutrnal Keperawatan Abdurrahman).
- Andini, T. F., & Winarno, A. (2023). *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 Bandu. 10(4), 2692–2703.*
- Badri, M. H., Djuhartono, T., & Vhalery, R. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan Gojek Terhadap Kepuasan Konsumen di Wilayah Bogor. *Journal of Academia Perspectives*, 3(1), 18–23. <https://doi.org/10.30998/jap.v3i1.1712>
- Kustono, A. S., Nanggala, A. Y. A., & Masâ€™ud, I. (2020). Determinants of the Use of E-Wallet for Transaction Payment among College Students. *Journal of Economics, Business, & Accountancy Ventura*, 23(1), 85–95. <https://doi.org/10.14414/jebav.v23i1.2245>
- Lubis, E. M. (2024). *Pengaruh Persepsi Nilai Merchant , Price Discount , Loyalty Program Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi pada pelanggan Gopay di aplikasi Gojek). 7, 362–376.*
- Ningsih, H. W., Safitri, I., & Yusuf, A. (2022). Pengaruh e-Service Quality dan Kepuasan terhadap e- Loyalty (Survey pada Pengguna Gopay). *Business Management Journal*, 18(1), 51. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.3068>
- Nugraha, D. H. (2020). Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Go-Food pada Aplikasi Go-Jek. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(3), 428. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i3.5361>
- Palupi, F. H., Noviyati, T. D., & Ribhi, A. A. (2023). SOSIALISASI PENYULUHAN Keamanan Pangan Pada UMKM. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(2), 361–368.
- Pandu Firdaus. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Transportasi Online. *Jurnal EMBA: Jurnal ...*, 48–138.
- Rais, F., Ramadhani, M. N., Ubaidillah, M., Christian, J., & Farisi, A. (2024). ANALISIS Metode Audit Infrastrukt It Pada Bidang Pendidikan, Pemerintahan, Dan Perusahaan: Sebuah Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Rekayasa Sistem Informasi Dan Teknologi Volume 1, No 3 – Februari 2024 e-ISSN: 3025-888X ANALISIS*, 1(3), 18–27.
- Rosyidah, A. N., & Ismeirita. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pembentukan Karakter Peserta Didik. *Research and Development Journal Of Education*, 9(1), 34–44.
- Safitri, A., & Ressa Larasati. (2024). Pengaruh Skala Usaha, Umur Perusahaan, Dan Pengetahuan Akuntansi Terhadap Penggunaan Informasi Akuntansi (Studi Kasus UMKM di Kabupaten Jepara). *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(2), 276–286. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i2.419>
- Saputri, O., Sulthan, A., Prasetyo, I. W., Saputra, A., Hasan, F., Ihsan, A., Rozy, F., Akhdan, N., Gimnastiar, N., Ambo, S. N., Jakarta, U. M., & Churn, P. (2024). Webinar Dan Workshop Optimizing E – Commerce Success A Deep Dive Into Customer Churn Prediction With Data Science. *Jurnal Pengabdian Kolaborasidan Inovasi IPTEKS*, 2(1), 271–277.
- Widodo, A. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Gojek (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta).*