

BAB I

PENDAHULUAN

Latar belakang

Loyalitas pengguna ShopeePay sangat penting bagi organisasi karena mereka berkontribusi terhadap kesuksesan suatu platform. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa kemudahan dalam bertransaksi dan kepercayaan dalam keamanan data pribadi merupakan faktor kunci yang mempengaruhi loyalitas pengguna fintech. Pelanggan loyal adalah mereka yang membeli produk atau jasa berulang kali, cenderung membeli lebih banyak, bersedia membayar lebih, dan merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain. Dalam kasus ShopeePay, pengguna loyal adalah mereka yang menggunakan aplikasi ini berulang kali untuk bertransaksi, sehingga menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Oleh karena itu, penting bagi Shopee untuk menjaga tingkat kemudahan transaksinya, kepercayaan keamanan data pribadi untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru. Dengan demikian, ShopeePay dapat meningkatkan pangsa pasarnya dan tetap kompetitif di industri e-wallet.

Penelitian empiris menunjukkan bahwa kemudahan transaksi dan kepercayaan keamanan data pribadi pelanggan merupakan faktor penting yang mempengaruhi loyalitas pelanggan. Dalam kasus ShopeePay, kemudahan transaksi dan keamanan data pribadi pelanggan sangat penting untuk mempertahankan penggunaannya dan menarik pengguna baru. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Daisy *et.al* (2023) menemukan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas terhadap ShopeePay dari persepsi kepercayaan. Studi lain yang dilakukan Pantouvakis dan Bouranta (2013) menemukan bahwa loyalitas pelanggan dapat meningkatkan profitabilitas bisnis secara signifikan. Oleh karena itu, penting untuk melakukan penelitian terhadap loyalitas pelanggan di ShopeePay untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya dan menyusun strategi untuk mempertahankan pelanggan setia. Dengan demikian, ShopeePay dapat meningkatkan pangsa pasarnya dan tetap kompetitif di industri e-wallet.

Loyalitas pengguna fintech dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kemudahan transaksi, kepercayaan, promosi, dan kualitas layanan. Kemudahan transaksi menjadi faktor penting dalam mempengaruhi loyalitas pengguna fintech.

Menurut Davis dalam (Pratama & Suputra, 2019), persepsi kemudahan didefinisikan sebagai tingkat ekspektasi pengguna terhadap usaha yang harus dikeluarkan untuk menggunakan sebuah sistem . Dengan adanya kemudahan transaksi, pengguna fintech akan merasa lebih nyaman dan aman dalam melakukan transaksi, sehingga akan mempengaruhi loyalitas pengguna fintech. Kepercayaan konsumen terhadap fintech dapat mempengaruhi penggunaan layanan fintech serta keputusan untuk menggunakan layanan tersebut secara berkelanjutan (Arman dkk , 2023) .Promosi dan kualitas layanan juga mempengaruhi loyalitas pengguna fintech, Kotler (1997) menyebut bahwa promosi itu merupakan aktivitas perusahaan dalam menyampaikan manfaat produk atau service yang dilakukannya agar pelanggan tertarik atau yakin untuk melakukan pembelian . Sedangkan kualitas layanan adalah seberapa besar kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan atas barang atau jasa yang ditawarkannya (Melva & Andrew, 2022) .Oleh karena itu, perusahaan fintech perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut agar dapat membangun loyalitas pengguna fintech dan mempertahankan pangsa pasarnya.

Beberapa faktor diatas didasarkan pada penelitian penelitian terdahulu seperti yang dilakukan (Debora ,2018; Rizky, 2019 ; Reninary, 2014; Candra ,2021) yang mana menunjukan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh terhadap loyalitas pengguna. Sedangkan terdapat penelitian terdahulu yang menunjukan bahwa kemudahan transaksi tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap loyalitas seperti yang dilakukan oleh Samara (2023). Hasil pengujian terhadap hipotesis kemudahan transaksi berpengaruh terhadap loyalitas pengguna dompet digital ditolak. Sehingga disimpulkan bahwa kemudahan transaksi tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas pengguna. Kemudian faktor selanjutnya seperti kepercayaan juga terdapat pada penelitian terdahulu seperti yang dilakukan (Muhajir, 2023; Jarot, 2019; Gilang, 2023; Adelina, 2022) yang mengatakan bahwa Kepercayaan yang didapat berdasarkan pengalaman afektif sebelumnya memainkan peran penting dalam memfasilitasi pengguna untuk tetap menggunakan platform Fintech. Namun penelitian yang dilakukan Anisa (2022) mengatakan bahwa kepercayaan berpengaruh negatif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepercayaan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Faktor promosi dan kualitas layanan juga

terdapat pada beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Melva, 2023; Jesslyn, 2023; Sirhan, 2016; Laura, 2018; Jarot, 2019; Candra, 2021; Reinarny, 2016; Gilang, 2023; Nazilatul, 2020; Anisa, 2022) mengatakan bahwa promosi dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas setelah dilakukan uji hipotesis antara dua variable tersebut.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap ShopeePay, namun faktor kepercayaan keamanan dan kemudahan transaksi adalah faktor yang paling penting. Kemudahan transaksi ShopeePay, respon cepat terhadap permintaan, menjadi beberapa faktor yang dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pengguna. Selain itu, beragamnya produk dan kualitas layanan ShopeePay juga dapat memengaruhi loyalitas pelanggan. Namun kemudahan transaksi dan kepercayaan keamanan yang diberikan juga merupakan faktor penting yang dapat mempengaruhi loyalitas pengguna terhadap suatu merek. Oleh karena itu, penting bagi Shopee untuk terus meningkatkan kemudahan transaksi dan kepercayaan keamanan data pribadi penggunanya untuk menjaga dan meningkatkan loyalitas pengguna.

ShopeePay menjadi objek penelitian penting untuk mempelajari pengaruh kepercayaan dan kemudahan transaksi terhadap loyalitas pengguna. Pasalnya, ShopeePay adalah platform e-commerce populer di Indonesia dan loyalitas pengguna sangat penting untuk kesuksesannya. Beberapa penelitian telah dilakukan untuk menguji hubungan antara kepercayaan keamanan dan kemudahan transaksi, terhadap loyalitas pengguna ShopeePay. Kepercayaan dan kemudahan transaksi merupakan variabel penting yang dapat mempengaruhi kepuasan dan persepsi pengguna, yang pada akhirnya dapat berdampak pada loyalitas pengguna. Oleh karena itu, penting untuk mempelajari pengaruh kepercayaan dan kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna terhadap ShopeePay untuk meningkatkan pengalaman pengguna serta mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pengguna.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah kemudahan transaksi berpengaruh terhadap loyalitas pengguna e-wallet ShopeePay?
2. Apakah kepercayaan keamanan data pribadi pengguna berpengaruh terhadap loyalitas pengguna e-wallet ShopeePay?

Tujuan penelitian

Adapun tujuan dari diadakannya penelitian ini yaitu :

1. Untuk menguji pengaruh kemudahan transaksi terhadap loyalitas pengguna e-wallet ShopeePay
2. Untuk menguji pengaruh kepercayaan keamanan data pribadi terhadap loyalitas pengguna e-wallet ShopeePay.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini membahas mengenai pengaruh dari kemudahan transaksi dan kepercayaan keamanan data pribadi terhadap loyalitas pengguna ShopeePay. Khususnya dalam bidang Fintech. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu para peneliti-peneliti lainnya untuk dijadikan sebagai tambahan informasi dan referensi melakukan penelitian dengan topik atau permasalahan yang serupa.

b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan saran bagi pihak ShopeePay sehingga dapat dijadikan suatu pedoman dalam menentukan strategi mempertahankan loyalitas pengguna di masa yang akan datang.