

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, HARGA PADA APLIKASI DANA TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA MASYARAKAT KOTA MEDAN

Lisa Feronika Naomi<sup>1</sup>, Lidia Sartika Lumban Gaol<sup>2</sup>, Roger Tan Shia<sup>3</sup>, Roza Maya Sari<sup>4</sup>, Efry Kurnia<sup>5</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>, Universitas Prima Indonesia, <sup>5</sup>Universitas Prima Indonesia

\* Corresponding author: [rozamayasari@unprimdn.ac.id](mailto:rozamayasari@unprimdn.ac.id)

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak kualitas pelayanan, promosi, dan harga terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam penggunaan dompet digital DANA. Responden dari penelitian ini adalah warga Kota Medan, dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis data menggunakan metode SMART PLS untuk mengevaluasi validitas dan keandalan variabel, serta untuk menentukan apakah variabel independen memiliki dampak positif terhadap variabel dependen, atau sebaliknya.

**Keywords:** Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi, dan Kepuasan Pelanggan

**Copyright © 2024 by the author**



## PENDAHULUAN

Kegiatan masyarakat mengikuti perkembangan zaman sekarang sangat bergantung dengan teknologi dimana semua kegiatan masyarakat dilakukan dengan serba digital ini memberikan ide baru bagi perusahaan untuk membangun bisnis didunia digital, fenomena pembayaran non-tunai dandasan baru bagi perusahaan untuk membangun bisnis dompet digital yaitu DANA. DANA merupakan solusi finansial inovatif yang memungkinkan pengguna untuk mengakses layanan dompet digital dan e-wallet secara praktis dan efisien. DANA merupakan bagian dari PT. Espay Debit Indonesia Koe. DANA telah aktif mulai dari tahun 2017 dan resmi diluncurkan pada 5 November 2018. Pengguna dapat melakukan transaksi secara digital atau tunai melalui platform dompet digital DANA.. DANA memiliki banyak investor dalam menjalankan usahanya salah satunya adalah dukungan finansial dari PT. Elang Sejaterah Mandiri dengan porsi kepemilikan sebesar 99%. DANA juga merupakan dompet digital terbesar keempat di Indonesia setelah OVO, Gopay, dan ShoopePay yang terkenal di Indonesia.

Sejak meluncurkan dompet digital DANA di 11 November dan sampai Juni 2109 tercatat jika pemakai aplikasi DANA sudah berjumlah 20 juta pengguna dengan jumlah

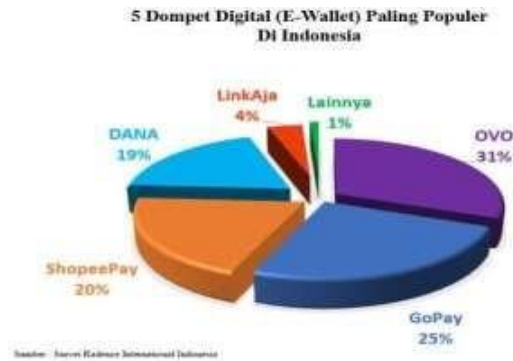
transaksi perhari 1,5 juta transaksi. Aplikasi Dana juga sangat diterima karena kualitas pelayanan yang bergerak membantu masyarakat dalam banyak transaksi seperti pembayaran tagihan, topu up, scan barcode, transfer uang ke rekening bank dan pembayaran e-commers. Dana juga sudah bergabung dan membantu para UMKM dengan berbagai jenis bisnis pada transaksi digital dengan bantuan pembayaran *Q-RIS* untuk semua metode pembayaran, hal ini sangat membantu para UMKM dalam proses pembayaran dan membantu masyarakat dalam pembayaran non-cash. Pengisian saldo dana dapat dilakukan di mini market terdekat ataupun gerai toko yang menyediakan pengisian saldo dana.

DANA telah meluncurkan berbagai kampanye dan iklan untuk menarik konsumen seperti menambahkan fitur diskon, cashback, kupon, kode referral dan penawaran untuk pengguna baru. Tujuan dari kampanye periklanan ini adalah untuk meningkatkan jumlah pengguna, mendorong lebih banyak transaksi dan memperkuat loyalitas pelanggan. Penawaran yang efektif dapat meningkatkan minat konsumen dalam menggunakan DANA, mengurangi hambatan untuk mencoba layanan baru dan meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam konteks penetapan harga DANA memberikan kebijakan harga yang relatif lebih murah dalam menggunakan fitur yang disediakan oleh DANA untuk transaksi yang dilakukan melalui aplikasi, seperti biaya transaksi, biaya tambahan atau transfer. Kebijakan penetapan harga ini dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap nilai layanan yang diberikan oleh DANA. Harga yang terlalu tinggi dapat mengurangi minat konsumen untuk menggunakan DANA atau mencari alternatif lain yang lebih murah, sejauh ini DANA memberikan harga yang terbilang cukup lebih murah daripada dompet digital lainnya, penggunaan e-wallet sendiri terbilang cukup populer dikarenakan masyarakat untuk era sekarang lebih banyak menggunakan transaksi non-tunai karena dianggap efisien dan efektif. Pemakaian sistem pembayaran online semasa pandemi Covid-19 menunjukkan pertumbuhannya transaksi di-commerce yakni pemakai OVO, GoPay, ShopeePay, Dana, Jenius, Isaku serta lainnya. Ditahun 2021 survey Kadance Internasional menyatakan ada 5 dompet digital pesaing yang bergerak di bidang ecommerce seperti penggunaan OVO dengan jumlah aplikator 31%, Gopay dengan jumlah aplikator 25%, Shoopay dengan jumlah aplikator 20%, DANA dengan jumlah aplikator 19%, LinkAja dengan jumlah aplikator 4% dan lainnya dengan jumlah aplikator 1%. Terlihat penggunaan dompet digital Dana berada di urutan ke-4, masih tertinggal dari OVO, Gopay dan Shoopay di industri.

## Grafik 1.1

Data penggunaan Dompet digital tahun 2021



Jika melihat grafik di atas, terlihat akan ada 6 kegunaan dompet digital pada tahun 2021. E-wallet yang paling banyak digunakan adalah OVO dengan jumlah aplikator 31%, Gopay dengan jumlah aplikator 25%, ShopeePay dengan jumlah aplikator 20% dan DANA dengan jumlah aplikator 19%), LinkAja dengan jumlah aplikator 4% dan sel elektronik lainnya mengalami penurunan sebesar 1%. Fenomena ini menjadikan ketertarikan peneliti ini untuk menguji persepsi terhadap kualitas layanan, biaya, dan promosi pada aplikasi DANA yang

membuat DANA dapat dipercaya masyarakat sehingga menjadi aplikasi yang dipercaya masyarakat, selaras dengan pokok permasalahan yang diteliti maka penulis mengambil judul penelitian yaitu “Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Permintaan Layanan Pelanggan DANA Pada Masyarakat Kota Medan”.

### RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan aplikasi DANA terhadap kepuasan pelanggan masyarakat Kota Medan?.
2. Bagaimana dampak biaya pengajuan DANA terhadap kepuasan konsumen warga kota Medan?
3. Bagaimana pengaruh promosi aplikasi DANA terhadap kepuasan pelanggan di kota Medan?
4. Bagaimana pengaruh pendapat warga kota Medan terhadap kualitas pelayanan, harga dan promosi aplikasi DANA terhadap kepuasan pelanggan?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Arianto (2018), kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau cara yang digunakan untuk memenuhi apa yang diinginkan konsumen dengan harapan dapat memenuhi harapan konsumen. Kualitas pelayanan ini berfokus pada bagaimana penyedia layanan berusaha untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, yang dapat berdampak langsung pada tingkat kepuasan konsumen.

### **Harga**

Campbell dalam Cockril dan Goode (2015) menjelaskan bahwa harga merupakan faktor emosional yang signifikan bagi konsumen. Harga berperan penting dalam keputusan pembelian karena konsumen sering kali merasakan dampak emosional terhadap harga suatu produk, yang pada gilirannya mempengaruhi persepsi mereka dan keputusan untuk membeli.

### **Promosi**

Laksana (2019) mendefinisikan promosi sebagai komunikasi antara penjual dan pembeli yang bertujuan untuk mengubah persepsi pembeli terhadap perusahaan. Promosi berfungsi untuk memperkenalkan produk, mendorong pembelian, serta membangun kesadaran dan ingatan terhadap produk tersebut untuk pemasaran di masa depan.

### **Kepuasan Pelanggan**

Bahrudin dan Zuhro (2016) mengartikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi yang dilakukan oleh konsumen untuk menilai nilai dari pengalaman mereka ketika menggunakan suatu layanan atau produk. Kepuasan pelanggan merupakan hasil dari perbandingan antara harapan pelanggan dan kenyataan yang mereka rasakan setelah menggunakan produk atau layanan.

### **Parameter Penelitian**

Siyoto et al. (2015) menjelaskan bahwa parameter penelitian adalah bentuk atau nilai yang dapat diubah oleh peneliti untuk mendapatkan hasil dari observasi terhadap suatu peristiwa. Parameter ini penting untuk menarik kesimpulan dari hasil observasi yang telah dilakukan dalam penelitian.

### **Variabel Penelitian**

Dalam penelitian, terdapat dua konsep utama yaitu variabel independent (X) dan variabel dependen (Y). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel lain dan dapat diubah sesuai dengan metode penelitian. Sebaliknya, variabel dependen adalah

variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen dan digunakan untuk menjelaskan permasalahan penelitian. Variabel ini memberikan gambaran tentang bagaimana variabel independen memengaruhi hasil atau dampak yang diteliti.

## **METHODOLOGY**

### **Pendekatan, Jenis, dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif. Menurut Arikunto (2019), pendekatan kuantitatif adalah metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data, analisis data, dan pengolahan data yang dapat berlangsung selama bertahun-tahun. Jenis penelitian yang digunakan adalah asosiatif, yang bertujuan untuk menemukan hubungan antara parameter penelitian dan mengembangkan teori yang menjelaskan permasalahan antar variabel terkait (Sujarweni, 2015). Sifat penelitian ini adalah korelasional, yaitu menjelaskan hubungan kausal antara dua variabel atau lebih yang saling berhubungan.

### **Ruang Lingkup dan Waktu Investigasi**

Penelitian ini dilakukan di Kota Medan, Sumatera Utara. Survei dilaksanakan pada bulan Juli 2023.

### **Populasi serta Sampel**

#### **Populasi**

Populasi penelitian ini adalah seluruh warga Kota Medan yang menggunakan aplikasi Dana.

#### **Sampel**

Sampel penelitian terdiri dari 100 orang, sesuai dengan ketentuan yang diperlukan untuk penelitian ini.

### **Teknik Pengambilan Sampel**

Metode yang digunakan dalam penentuan sampel adalah kuota sampling. Sugiyono (2016) menjelaskan bahwa teknik sampling kuota adalah metode untuk menentukan jumlah sampel yang diinginkan dari suatu populasi yang tidak terbatas. Teknik ini digunakan karena populasi tidak terbatas. Data utama diperoleh dari kuesioner yang diisi oleh penduduk Kota Medan, sementara data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan skripsi sebelumnya. Teknik sampling jenuh digunakan dengan kriteria pemeringkatan Linkert, yaitu SS (5), S (4), N (3), TS (2), STS (1).

## Metode untuk Analisis Data

Penelitian ini menggunakan sistem olah data SEM-PLS untuk menguji hipotesis. SEM-PLS terdiri dari dua pengujian: outer model dan inner model.

### Outer Model

- **Uji Validitas:** Untuk mengevaluasi validitas data dengan menentukan nilai faktor loading yang lebih besar dari 0,70.
- **Uji Reliabilitas:** Untuk menentukan apakah data reliabel dengan memeriksa nilai faktor loading > 0,70.

### Inner Model

- **Koefisien Determinasi:** Mengukur seberapa baik model menjelaskan variabel dependen. Menurut Ghazali (2018), nilai R-squared ( $R^2$ ) menunjukkan kemampuan model dalam menjelaskan variabel dependen.
- **Pengujian Hipotesis Penelitian:**
  - **Uji t:** Digunakan untuk memeriksa hubungan parsial antara variabel independen dan dependen. Uji t menunjukkan nilai T-statistic > 1,96 dan nilai P-value < 0,05.
  - **Uji F:** Untuk melihat hubungan simultan antara variabel. Kriteria pemenuhan dilihat dari nilai NFI > 0,062.

Dokumen ini menyajikan metodologi penelitian yang sistematis, mulai dari pengumpulan data hingga analisis, untuk memastikan keakuratan dan validitas hasil penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Tinjauan Umum Perusahaan

DANA adalah perusahaan fintech asal Indonesia yang menawarkan layanan dompet digital dan solusi keuangan. Didirikan pada tahun 2018 sebagai hasil patungan antara Ant Financial dan Grup EMTEK, DANA memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi digital, termasuk membayar tagihan, mengirim uang, dan investasi. Perusahaan ini menjalin kemitraan strategis dengan bank dan institusi keuangan, berfokus pada inovasi teknologi, serta berkontribusi pada ekosistem keuangan digital di Indonesia.

## **Karakteristik Responden**

Dalam survei penelitian ini, karakteristik responden ditetapkan untuk memperoleh persepsi mereka mengenai pengalaman menggunakan aplikasi DANA sebagai dompet digital. Kriteria yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. **Umur:** Responden harus berusia minimal 19 tahun, karena aplikasi DANA memerlukan verifikasi KTP untuk mengakses semua fitur. Aplikasi ini cenderung digunakan oleh generasi muda yang lebih familiar dengan teknologi fintech.
2. **Pengguna Teknologi:** Responden harus memiliki smartphone, karena aplikasi DANA hanya dapat diakses melalui perangkat berbasis internet.
3. **Lokasi Geografis:** Responden harus merupakan warga Kota Medan yang telah menggunakan aplikasi DANA.
4. **Tujuan Penggunaan:** Responden harus memiliki tujuan tertentu dalam menggunakan aplikasi DANA, seperti bertransaksi sehari-hari dengan dompet digital.

## **Penjelasan Responden atas Variabel Penelitian**

### **Variabel Kualitas Pelayanan**

Sebagian besar responden (70%) menyatakan sangat setuju bahwa kualitas pelayanan aplikasi DANA sangat baik dan mudah dipahami. Fitur-fitur dalam aplikasi DANA dianggap jelas dan mudah dimengerti.

### **Variabel Promosi**

Sebanyak 80% responden sangat setuju bahwa promosi yang dilakukan oleh DANA sangat membantu. Responden menganggap promosi yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memberikan kemudahan dalam berhemat.

### **Variabel Harga**

Responden menganggap bahwa harga yang ditawarkan oleh aplikasi DANA sangat terjangkau, terstruktur, dan transparan. Informasi pembayaran disediakan secara jelas dan sistematis.

### **Variabel Kepuasan Konsumen**

Sebagian besar responden menilai kepuasan konsumen sangat baik, dengan 80% menunjukkan penilaian positif. Penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan, promosi, dan harga juga berkisar antara 70% - 80%, yang berdampak langsung pada kepuasan

konsumen. Meskipun demikian, terdapat beberapa responden yang tidak setuju atau bersikap netral, menunjukkan bahwa beberapa aspek aplikasi DANA mungkin tidak memberikan persepsi yang signifikan bagi semua konsumen.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Analisis Statistik Data**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Smart PLS, sebuah metode statistik yang efektif untuk mengolah data tanpa memerlukan hipotesis atau pengujian normal, serta dapat menangani ukuran sampel kecil.

### **Analisis Outer Model**

Analisis data menggunakan Smart PLS terdiri dari dua pendekatan: pendekatan kuantitatif (eksternal) dan pendekatan struktural (internal). Model variabel menggambarkan hubungan antara variabel indikator dan variabel laten. Model pengukuran memungkinkan identifikasi variabel indikator yang paling relevan dengan variabel laten. Penelitian ini melibatkan 14 variabel dengan 4 variabel laten: kualitas pelayanan (X1) dengan 8 variabel manifes, harga (X2) dengan 8 variabel manifes, promosi (X3) dengan 6 variabel tampilan, dan kepuasan konsumen (Y) dengan dua variabel.

### **A. Validitas Konvergen**

Validitas konvergen menilai sejauh mana dua instrumen atau tes yang berbeda tetapi mengukur konsep yang sama menghasilkan hasil yang serupa. Menurut Chin (1998) dalam Ghazali (2014), nilai komposit yang lebih besar dari 0,5 dianggap cukup, sedangkan nilai external loading di bawah 0,6 dianggap tidak signifikan. Model struktural dan pengolahan data dalam penelitian ini mengikuti pedoman tersebut untuk memastikan validitas hasil penelitian.

Dokumen ini memberikan gambaran mendalam tentang tinjauan umum perusahaan, karakteristik responden, serta analisis hasil penelitian menggunakan metode statistik Smart PLS. Dengan pendekatan ini, diharapkan dapat memperoleh pemahaman yang jelas tentang persepsi pengguna terhadap aplikasi DANA.



## **Tinjauan Umum Perusahaan**

DANA adalah perusahaan fintech asal Indonesia yang menawarkan layanan dompet digital dan solusi keuangan. Didirikan pada tahun 2018 sebagai hasil patungan antara Ant Financial dan Grup EMTEK, DANA memungkinkan pengguna untuk melakukan berbagai transaksi digital, termasuk membayar tagihan, mengirim uang, dan investasi. Perusahaan ini menjalin kemitraan strategis dengan bank dan institusi keuangan, berfokus pada inovasi teknologi, serta berkontribusi pada ekosistem keuangan digital di Indonesia.

## **Karakteristik Responden**

Dalam survei penelitian ini, karakteristik responden ditetapkan untuk memperoleh persepsi mereka mengenai pengalaman menggunakan aplikasi DANA sebagai dompet digital. Kriteria yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. **Umur:** Responden harus berusia minimal 19 tahun, karena aplikasi DANA memerlukan verifikasi KTP untuk mengakses semua fitur. Aplikasi ini cenderung digunakan oleh generasi muda yang lebih familiar dengan teknologi fintech.
2. **Pengguna Teknologi:** Responden harus memiliki smartphone, karena aplikasi DANA hanya dapat diakses melalui perangkat berbasis internet.
3. **Lokasi Geografis:** Responden harus merupakan warga Kota Medan yang telah menggunakan aplikasi DANA.
4. **Tujuan Penggunaan:** Responden harus memiliki tujuan tertentu dalam menggunakan aplikasi DANA, seperti bertransaksi sehari-hari dengan dompet digital.

## **Penjelasan Responden atas Variabel Penelitian**

### **Variabel Kualitas Pelayanan**

Sebagian besar responden (70%) menyatakan sangat setuju bahwa kualitas pelayanan aplikasi DANA sangat baik dan mudah dipahami. Fitur-fitur dalam aplikasi DANA dianggap jelas dan mudah dimengerti.

## **Variabel Promosi**

Sebanyak 80% responden sangat setuju bahwa promosi yang dilakukan oleh DANA sangat membantu. Responden menganggap promosi yang dilakukan sesuai dengan kebutuhan konsumen dan memberikan kemudahan dalam berhemat.

## **Variabel Harga**

Responden menganggap bahwa harga yang ditawarkan oleh aplikasi DANA sangat terjangkau, terstruktur, dan transparan. Informasi pembayaran disediakan secara jelas dan sistematis.

## **Variabel Kepuasan Konsumen**

Sebagian besar responden menilai kepuasan konsumen sangat baik, dengan 80% menunjukkan penilaian positif. Penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan, promosi, dan harga juga berkisar antara 70% - 80%, yang berdampak langsung pada kepuasan konsumen. Meskipun demikian, terdapat beberapa responden yang tidak setuju atau bersikap netral, menunjukkan bahwa beberapa aspek aplikasi DANA mungkin tidak memberikan persepsi yang signifikan bagi semua konsumen.

## **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

### **Analisis Statistik Data**

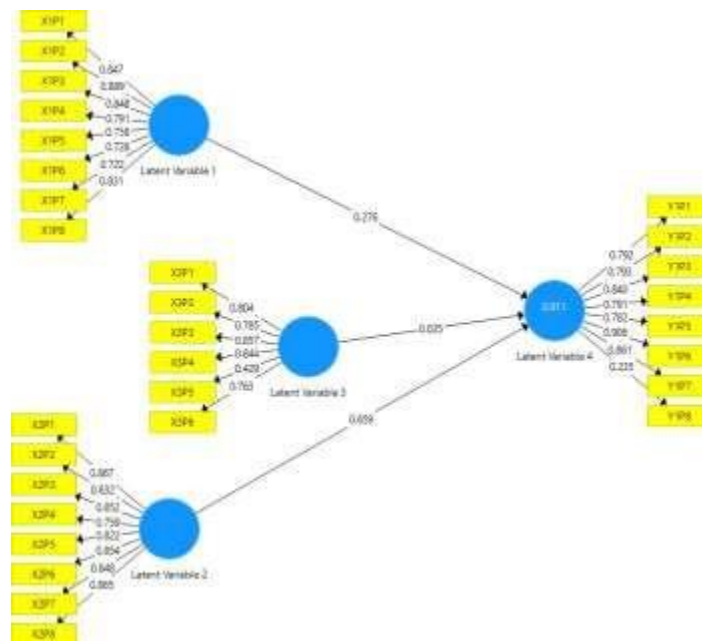
Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Smart PLS, sebuah metode statistik yang efektif untuk mengolah data tanpa memerlukan hipotesis atau pengujian normal, serta dapat menangani ukuran sampel kecil.

### **Analisis Outer Model**

Analisis data menggunakan Smart PLS terdiri dari dua pendekatan: pendekatan kuantitatif (eksternal) dan pendekatan struktural (internal). Model variabel menggambarkan hubungan antara variabel indikator dan variabel laten. Model pengukuran memungkinkan identifikasi variabel indikator yang paling relevan dengan variabel laten. Penelitian ini melibatkan 14 variabel dengan 4 variabel laten: kualitas pelayanan (X1) dengan 8 variabel manifes, harga (X2) dengan 8 variabel manifes, promosi (X3) dengan 6 variabel tampilan, dan kepuasan konsumen (Y) dengan dua variabel.

### **Validitas Konvergen**

Validitas konvergen menilai sejauh mana dua instrumen atau tes yang berbeda tetapi mengukur konsep yang sama menghasilkan hasil yang serupa. Menurut Chin (1998) dalam Ghazali (2014), nilai komposit yang lebih besar dari 0,5 dianggap cukup, sedangkan nilai external loading di bawah 0,6 dianggap tidak signifikan. Model



struktural dan pengolahan data dalam penelitian ini mengikuti pedoman tersebut untuk memastikan validitas hasil penelitian.

**Gambar 3.1**

**Sumber output SMART PLS 3.0 Outer Model Tahap-1**

Output SMART PLS untuk memberikan penjelasan dan nilai Outer Loading tahap 1 pada tabel sebagai berikut :

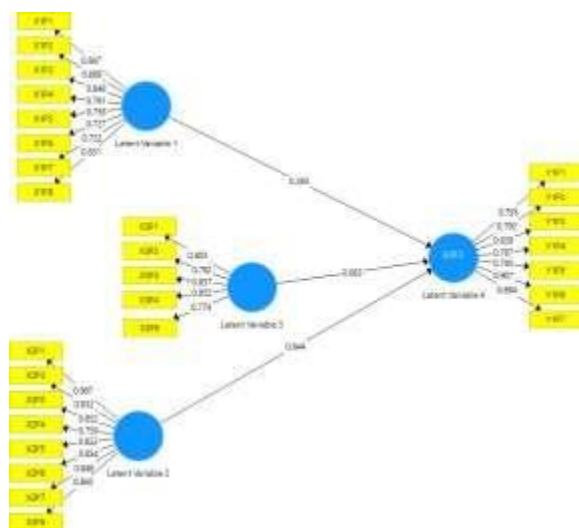
	X1	X2	X3	X4
X1P 1	0,847			
X1P 2	0,889			
X1P 3	0,848			
X1P 4	0,791			
X1P 5	0,758			
X1P 6	0,722			
X1P 7	0,722			
X1P 8	0,831			

X2P 1		0,86 7		
X2P 2		0,83 2		
X2P 3		0,85 2		
X2P 4		0,75 9		
X2P 5		0,82 2		
X2P 6		0,85 4		
X2P 7		0,84 8		
X2P 8		0,86 5		
X3P 1			0,80 4	
X3P 2			0,78 5	
X3P 3			0,85 7	
X3P 4			0,84 4	
X3P 5			0,42 9	
X3P 6			0,76 3	
Y1P 1				0,79 2
Y1P 2				0,79 3
Y1P 3				0,84 0
Y1P 4				0,79 1
Y1P 5				0,78 2
Y1P 6				0,90 6
Y1P 7				0,86 1
Y1P 8				0,23 5

**Tabel 3.1**

*Sumber: Outer Smart PLS 3.0 Outer loading Tahap 1*

Jika variabel X3P5 dan Y1P8 memiliki nilai beban luar di bawah 0,7, maka indikator tersebut merupakan indikator yang hasil perhitungan ulang PLS menunjukkan bahwa konstruksinya tidak valid dan harus dihapus.



Outp

ut SMART PLS 3.0 Outer Model *Tahap-2*

	X1	X2	X3	X4
<b>X1P1</b>	<b>0,847</b>			
<b>X1P2</b>	<b>0,889</b>			
<b>X1P3</b>	<b>0,848</b>			
<b>X1P4</b>	<b>0,791</b>			
<b>X1P5</b>	<b>0,758</b>			
<b>X1P6</b>	<b>0,727</b>			
<b>X1P7</b>	<b>0,722</b>			
<b>X1P8</b>	<b>0,831</b>			
<b>X2P1</b>		<b>0,867</b>		
<b>X2P2</b>		<b>0,832</b>		
<b>X2P3</b>		<b>0,852</b>		
<b>X2P4</b>		<b>0,759</b>		
<b>X2P5</b>		<b>0,822</b>		
<b>X2P6</b>		<b>0,854</b>		
<b>X2P7</b>		<b>0,848</b>		
<b>X2P8</b>		<b>0,865</b>		
<b>X3P1</b>			<b>0,803</b>	
<b>X3P2</b>			<b>0,782</b>	
<b>X3P3</b>			<b>0,857</b>	
<b>X3P4</b>			<b>0,852</b>	
<b>X3P6</b>			<b>0,774</b>	
<b>Y1P1</b>				<b>0,795</b>

Y1P2				0,792
Y1P3				0,839
Y1P4				0,787
Y1P5				0,785
Y1P6				0,907
Y1P7				0,864

Sumber: Output Smart PLS 3.0

Setelah dilakukan outer loading tahap 2 dan menghapus variabel yang memiliki nilai dibawah 0.7, amak dapat dilihat jika semua variabel bernilai>0,7 dan dapat dinyatakan semua variabel bersifat valid untuk mengukur konstruktunya.

### Validitas Diskriminan dan Reliabilitas

Selain validitas konvergen, evaluasi validitas diskriminan juga penting dalam memastikan kualitas model. Dalam model yang baik, nilai Average Variance Extracted (AVE) harus melebihi 0,5. Reliabilitas komposit dianggap memadai jika nilainya lebih besar dari 0,70. Untuk menilai reliabilitas indikator atau variabel laten, alpha Cronbach juga digunakan.

	Cronbach's Alpha	rho_A	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
X 1	0,921	0,925	0,936	0,646
X 2	0,939	0,941	0,950	0,702
X 3	0,873	0,877	0,908	0,663
X 4	0,921	0,926	0,937	0,681

Berdasarkan tabel di atas, nilai **Average Variance Extracted (AVE)** untuk setiap variabel melebihi 0,50, yang menunjukkan bahwa masing-masing variabel dalam model memiliki validitas diskriminan yang tinggi. AVE yang lebih besar dari 0,50 menandakan bahwa variabel laten dapat menjelaskan varians indikator-indikatornya dengan baik.

Selanjutnya, **Composite Reliability** untuk semua variabel juga melebihi 0,70. Ini menunjukkan bahwa semua variabel dalam model memiliki reliabilitas tinggi. Reliabilitas komposit yang lebih dari 0,70 berarti bahwa indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur variabel laten memberikan hasil yang konsisten dan stabil.

### Koefisien Determinasi (R2)

Berdasarkan pengolahan data di SMART PLS untuk melihat koefisien determinasinya dapat dilihat dari nilai R Square sebagai berikut:

	R Square	R Square Adjusted
Latent Variable 4	0,913	0,910

**Sumber: Output SMART PLS 3.0**

Melihat Tabel 3.6 di atas, terlihat bahwa variabel **kepuasan pelanggan** mempunyai nilai sebesar **91,3%**. Ini berarti variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi sebesar 91,3% oleh variabel kualitas pelayanan, promosi, dan harga, serta faktor-faktor lain yang dipertimbangkan dalam model ini. Sebaliknya, **8,7%** dari variabilitas kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model.

**Uji Hipotesis**

**A. Uji F**

**Tingkat Kelayakan Model (GoF):** Evaluasi kelayakan model pengujian dapat disahkan dengan memperoleh nilai **NFI** minimal **0,662**, yang dianggap memadai. Data ini diolah menggunakan perangkat lunak **SmartPLS 3.0**. Berikut adalah nilai Kelayakan Model:

	Saturat ed Model	Estimat ed Model
SRMR	0,061	0,061
d_ULS	1,495	1,495
d_G	2,204	2,204
Chi-Square	935,076	935,076
NFI	0,712	0,712

**Uji T**

Setelah meninjau model internal, langkah selanjutnya adalah mengevaluasi hubungan antara konstruk laten yang diestimasi dalam penelitian ini. Untuk menguji hipotesis penelitian, dilakukan penilaian terhadap nilai statistik T dan P. Hipotesis diterima jika nilai  $T > 1,96$  dan nilai  $P < 0,05$ , yang menunjukkan hubungan signifikan antara variabel.

Tabel koefisien jalur (pengaruh langsung) memberikan informasi mengenai hasil koefisien jalur, yang menggambarkan seberapa kuat dan signifikan hubungan langsung antara konstruk-konstruk laten. Evaluasi ini membantu dalam memahami pengaruh satu variabel terhadap variabel lainnya dalam model penelitian yang diestimasi.

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ((O/STDEV))	P Values	Hasil
X 1 ->Y	0,2764	0,25625	0,1257	2.198	0.028	Diterima
X 2 -> Y	0,1285	0,14792	0,1125	1.140	0.225	Ditolak
X 3 -> Y	0,2875	0,28819	0,0965	2.978	0.003	Diterima

Melihat tabel di atas, terlihat terdapat lima hipotesis dengan tiga variabel yang berpengaruh langsung: (Variabel 1 -> Y), (Variabel 2 -> Y) dan (Variabel 3 -> Y). Jika hanya satu variabel yang dinegasikan, yaitu variabel 2 -> variabel Y.

## **Pembahasan dan Hasil Penelitian**

### **Pengaruh variabel X1 ke Y**

Variabel kualitas pelayanan ditemukan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan aplikasi DANA di Kota Medan.

### **Pengaruh Variabel X2 ke Y**

Variabel promosi tidak terdapat pengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna Aplikasi Dana di Kota Medan.

### **Pengaruh Variabel X3 ke Y**

Variabel Harga berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan pada Aplikasi DANA di Kota Medan.

### **Pengaruh Variabel X1, X2, X3 ke Y**

Variabel X1 dan X3 berepengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen namun tidak dengan variabel X2.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian ini, kami menyimpulkan bahwa di Kota Medan, kualitas layanan aplikasi DANA memengaruhi kepuasan pelanggan secara positif. Namun, promosi aplikasi tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat



juga keseimbangan yang baik antara biaya dan kepuasan pelanggan dalam penggunaan aplikasi ini. Secara keseluruhan, baik kualitas layanan maupun harga berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, untuk memastikan kepuasan pelanggan yang optimal, penting untuk menjaga kualitas layanan dan menetapkan harga yang sesuai dengan nilai yang diberikan kepada pelanggan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Apriliani, R. W. (2023). Dampak Kemudahan, Fitur Layanan, dan Upaya Promosi pada Penggunaan E-Wallet Dana di Kabupaten Kebumen (Disertasi Doktoral, Universitas Putra Bangsa).
- Gunawan, A., Wahyuni, N., & Nursekha, V. (2021). Evaluasi Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sistem Terintegrasi*, 4(2), 181-198.
- Setiawan, A., Maria, B., Endriyati, F. E., Wijanarko, M. F., & Marliya, S. (2022). Format Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi E-Wallet Dana. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(4), 6865-6874.
- Heryanti, A. H. (2023). Evaluasi Kualitas Layanan Aplikasi Dana terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan dalam Transaksi Online sebagai Alat Pembayaran Elektronik (E-Payment). *Jurnal Pendidikan*, 5(3), 8080-8096.
- Sutanto, E. M. (2020). Analisis Pemilihan Aplikasi Pembayaran DANA (Disertasi Doktoral, Universitas Kristen Petra).
- Setiawan, A., Maria, B., Endriyati, F. E., Wijanarko, M. F., & Marliya, S. (2022). Model Kepuasan Pengguna Terhadap Aplikasi E-Wallet Dana. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(4), 6865-6874.
- Maulidin, T., Alexander, N., & Zulbetti, R. (2022). Evaluasi Kualitas Pelayanan dan Dampaknya pada Kepuasan Pelanggan di PT Bhakti Idola Tama Bandung. *Eqien- Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 519-524.
- Nurulhuda, E. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Layanan Go-Ride di Kota Tasikmalaya: Survei pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Periode Tahun 2018 Universitas Perjuangan Tasikmalaya. *ULIL ALBAB: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3450-3454.

- Karmila, M. S., Lestari, S. P., & Risana, D. (2023). Dampak Promosi dan Ketersediaan Produk pada Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Prianka Gallery Tasikmalaya). *Jurnal Transformasi Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 254-267.
- Lumempow, K. R., Worang, F. G., & Gunawan, E. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Harga terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen di Swiss Belhotel Maleosan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 11(1), 1-11.
- Kusumawardhani, D. A., & Purnaningrum, E. (2021). Persebaran Pengguna Dompot Digital di Indonesia berdasarkan Analisis Google Trends. *Jurnal Inovasi*, 17(2), 377-385.
- Harahap, L. K., & Pd, M. (2020). Analisis SEM (Model Persamaan Struktural) dengan SMARTPLS (partial least square). *Fakultas Sains dan Teknologi UIN Walisongo Semarang*, 1(1).