

BAB I

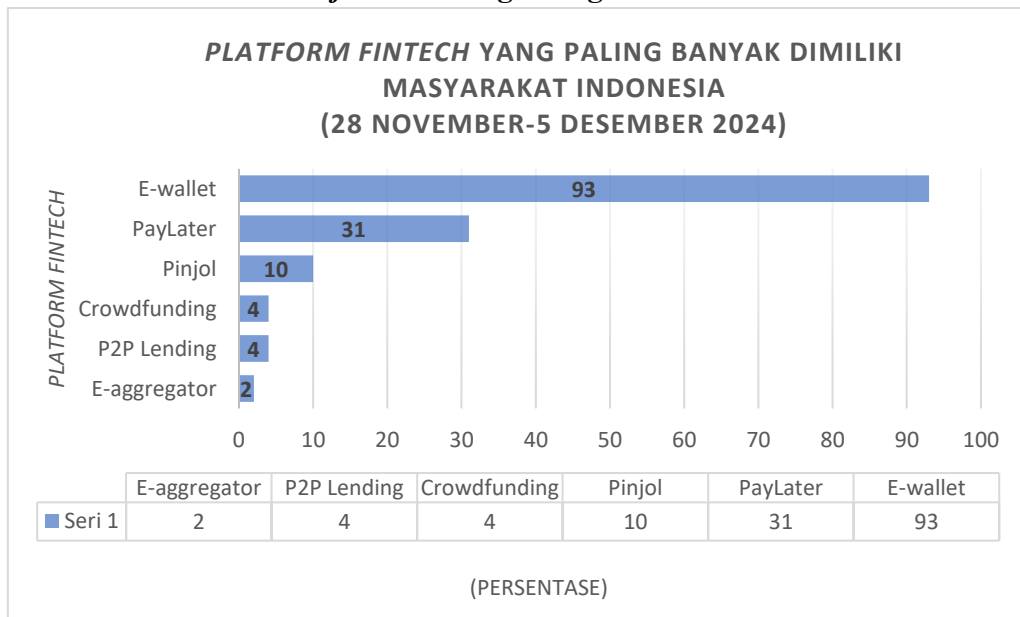
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kemajuan teknologi digital membawa perubahan besar terhadap pola transaksi keuangan masyarakat. Di era digital, dompet digital (*E-Wallet*) berkembang menjadi salah satu metode pembayaran yang banyak diminati, terutama oleh generasi Z yang sejak awal kehidupannya telah akrab dengan perkembangan teknologi. Menurut laporan Sistem Pembayaran dan Infrastruktur Pasar Keuangan (SPIP) Bank Indonesia (2024), jumlah transaksi menggunakan uang elektronik di Indonesia tercatat mencapai 1,75 miliar transaksi pada bulan Juli 2024. Jumlah ini tercatat tiga kali lebih besar dibandingkan dengan volume transaksi yang menggunakan kartu ATM dan kartu debit. Pertumbuhan yang signifikan ini menunjukkan adanya pergeseran preferensi masyarakat dari transaksi tunai menuju transaksi digital. Menurut Agnes dalam GoodStats (2025) *E-Wallet* menjadi layanan yang paling banyak dimiliki masyarakat Indonesia, berikut adalah data platform *fintech* yang dimiliki masyarakat Indonesia tahun 2024.

Gambar 1. 1

Jenis Platform Keuangan Digital di Indonesia



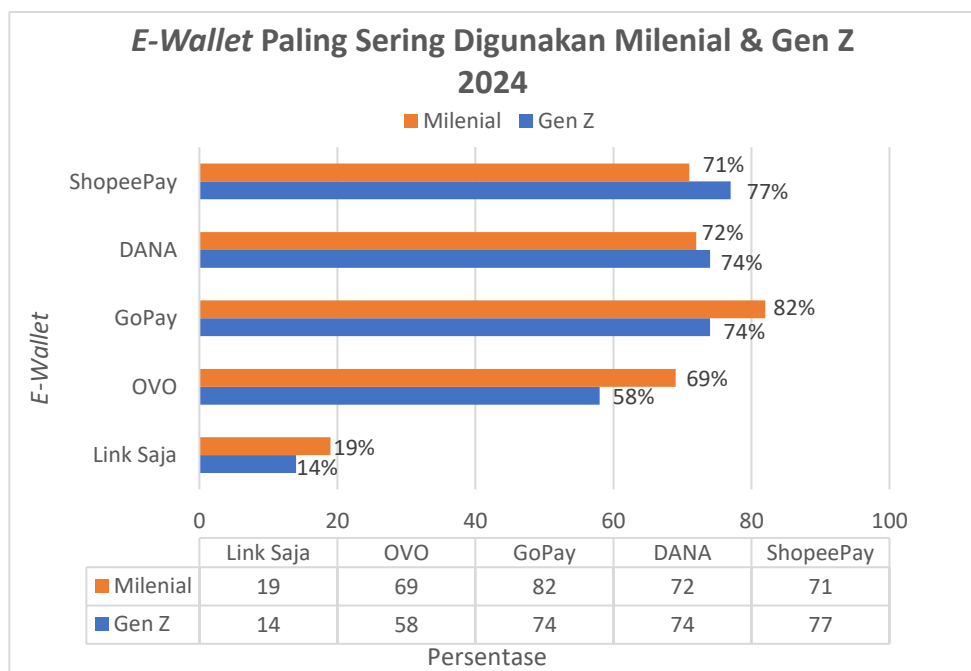
Sumber: <https://data.goodstats.id>

Pada gambar 1.1 Data menunjukkan *E-Wallet* merupakan platform *fintech* yang paling banyak dimiliki oleh masyarakat Indonesia, dengan tingkat penetrasi mencapai lebih dari 90%. Angka ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat telah mengadopsi *E-Wallet* sebagai alat pembayaran utama dalam berbagai transaksi, baik untuk belanja *online*, pembayaran tagihan, hingga kebutuhan sehari-hari. Tingginya tingkat adopsi *E-Wallet* ini membuka peluang bagi berbagai penyedia layanan untuk bersaing menarik pengguna, terutama dari kalangan Generasi Z.

Dari tingginya tingkat adopsi *E-Wallet* di masyarakat Indonesia, perhatian khusus perlu diberikan kepada Gen Z. Sebagai pengguna yang lahir di era digital, Gen Z (13-28 tahun) merepresentasikan segmen pengguna signifikan dengan karakteristik unik seperti ketergantungan tinggi pada teknologi, preferensi akan kecepatan, dan ekspektasi tinggi terhadap pengalaman pengguna tren ini juga didorong oleh berbagai promosi dan *cashback* dari layanan *E-Wallet* yang menarik bagi generasi yang hemat dan cerdas secara finansial ini. Keunikan karakteristik Gen Z mendorong penyedia layanan *E-Wallet* DANA.

Gambar 1. 2

***E-Wallet* Paling Sering Digunakan Milenial & Gen Z 2024**



Sumber: Goodstats.id

Pada Gambar 1.2 menunjukkan penggunaan *E-Wallet* DANA di dominasi oleh Gen Z, relatif seimbang antara Milenial (72%) dan Gen Z (74%), namun data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pengguna aktif DANA berasal dari kalangan Gen Z. Hal ini menandakan bahwa DANA cukup berhasil menjangkau generasi *digital native* yang akrab dengan teknologi dan memiliki potensi besar untuk menjadi basis pengguna utama di masa depan.

Merespons kebutuhan dan karakteristik unik Gen Z tersebut, sebagai respons terhadap tuntutan pasar digital yang terus berkembang, DANA sebagai salah satu *platform E-Wallet* terkemuka di Indonesia telah mencatat pertumbuhan pengguna yang pesat sejak diluncurkan pada tahun 2018. *Platform* ini menawarkan berbagai layanan finansial digital, mulai dari pembayaran *merchant*, transfer uang, hingga pembelian produk digital. Dalam kondisi persaingan yang kian intens di dalam industri *fintech*, kemampuan untuk mempertahankan kepuasan konsumen menjadi faktor krusial bagi keberlangsungan bisnis dompet digital.

Tabel 1. 1

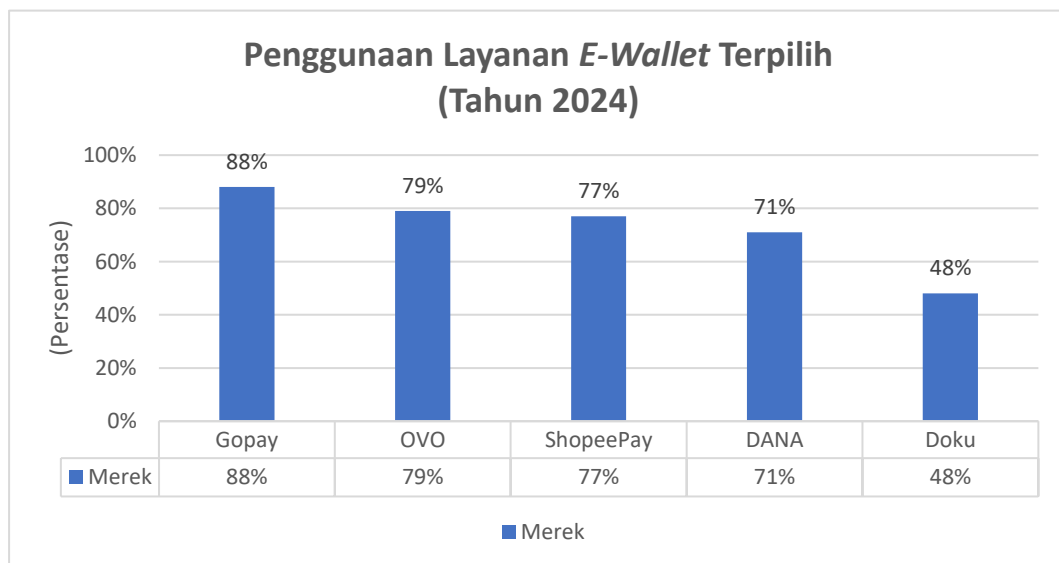
Tabel Penggunaan Layanan *E-Wallet* Terpilih (Tahun 2024)

Peringkat	<i>E-Wallet</i>	Persentase
1	GoPay	88%
2	OVO	79%
3	ShopeePay	77%
4	DANA	71%
5	Doku	48%

Sumber: Goodstats.id

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan tingkat penggunaan di antara beberapa layanan *E-Wallet* terpopuler di Indonesia pada tahun 2024. GoPay menempati posisi pertama dengan persentase penggunaan tertinggi, disusul oleh OVO, ShopeePay, dan DANA. Posisi ini memberikan gambaran awal mengenai peta persaingan pasar *E-Wallet* di Indonesia, di mana setiap platform memiliki proporsi pengguna yang berbeda. Untuk memperjelas perbandingan tersebut secara visual, dapat dilihat pada Gambar 1.3 berikut ini:

Gambar 1. 3
Penggunaan Layanan *E-Wallet* Terpilih Tahun 2024



Sumber: goodstats.id

Berdasarkan gambar 1.3 posisi DANA dalam peta persaingan masih berada di bawah GoPay (88%), OVO (79%), dan ShopeePay (77%), dengan tingkat penggunaan sebesar 71%. Fenomena ini menunjukkan bahwa meskipun DANA memiliki jumlah unduhan yang tinggi di *PlayStore* (lebih dari 100 juta pengguna), tingkat penetrasi pasarnya masih berada di bawah GoPay, OVO, maupun ShopeePay. Fakta ini mengindikasikan bahwa jumlah unduhan atau pengguna tidak selalu sejalan dengan dominasi pasar apabila tidak diimbangi dengan kepuasan konsumen yang memadai. Dengan demikian, dominasi pasar suatu *E-Wallet* tidak hanya ditentukan oleh jumlah pengguna, tetapi juga oleh faktor lain seperti kepuasan konsumen, kemudahan penggunaan, serta pengalaman layanan yang diberikan.

Bagi perusahaan, kepuasan konsumen merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan bagi perusahaan guna mempertahankan bisnis yang dimilikinya, karena jika seseorang konsumen puas, maka hal tersebut menjadi aset yang sangat berharga untuk perusahaan. Menurut Kotler & Keller (2016) kepuasan konsumen dapat dipahami sebagai keadaan psikologis yang timbul ketika seseorang membandingkan ekspektasi terhadap suatu produk dengan hasil nyata yang diperoleh, sehingga menimbulkan rasa puas atau tidak puas. Sementara itu, Paul &

Olson (2014) konsumen yang merasakan kepuasan terhadap suatu produk, layanan, atau merek umumnya memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan kepada orang lain, didorong oleh pengalaman positif yang diperoleh. Meskipun DANA telah membangun reputasi yang kuat, tantangan dalam memenuhi ekspektasi pengguna *E-Wallet* tetap ada, terutama terkait kualitas layanan, kemudahan penggunaan, dan keluhan pelanggan. Ketiga aspek ini menjadi faktor krusial yang menentukan tingkat kepuasan dan loyalitas pengguna di tengah persaingan industri dompet digital yang semakin kompetitif.

Berdasarkan hasil telaah terhadap ulasan konsumen tahun 2025 secara daring, ditemukan beberapa permasalahan yang dialami pengguna dalam menggunakan aplikasi *E-Wallet* DANA. Tabel 1.2 menyajikan ringkasan keterangan ulasan yang diberikan oleh konsumen beserta jumlah pengguna lain yang menyatakan persetujuan terhadap ulasan tersebut. berikut data pengguna terhadap *E-Wallet* DANA adalah sebagai berikut:

Tabel 1. 2
Online Customer Review E-Wallet DANA

No	Keterangan ulasan	Jumlah pengguna lain yang menyetujui ulasan
1	Saldo tidak masuk meski transaksi dinyatakan berhasil.	1.682 Pengguna
2	Aplikasi tidak bisa diakses meski sudah di- <i>update</i> dan <i>reinstall</i> . Saldo masih ada di dalam aplikasi, tapi tidak bisa digunakan.	79 Pengguna
3	Prosedur penutupan akun dinilai tidak sederhana sehingga menyulitkan pengguna.	990 Pengguna
4	Gangguan sistem menyebabkan transaksi tidak dapat diproses dan dana tertahan, meskipun jaringan pengguna terdeteksi aman.	437 Pengguna

No	Keterangan ulasan	Jumlah pengguna lain yang menyetujui ulasan
5	kesulitan dalam meng- <i>upgrade</i> akun ke premium, meskipun sudah menghubungi <i>customer service</i> . Selain itu, penyelesaian keluhan memerlukan waktu cukup lama.	25 Pengguna
6	keterlambatan dalam proses transfer saldo ke rekening bank	12 Pengguna
7	Keamanan aplikasi dinilai kurang kuat dan membuat saldo pengguna menghilang. Risiko akun mudah di retas dan terjadi transaksi tidak dikenal	906 Pengguna

Sumber: Data diakses dari *PlayStore*, 10/4/2025

Pada tabel 1.2 berdasarkan keluhan yang beredar di *platform online* yaitu *Playstore* pada 2025. Banyaknya ulasan negatif dari pengguna dapat memberikan pengaruh besar terhadap tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan. Berbagai keluhan pengguna terhadap layanan *E-Wallet* DANA, seperti saldo tidak masuk meskipun transaksi dinyatakan berhasil 1.682 pengguna, prosedur penutupan akun yang rumit 990 pengguna, serta masalah keamanan aplikasi yang dinilai rentan terhadap kehilangan saldo 906 pengguna. Selain itu, pengguna juga mengeluhkan gangguan sistem yang menyebabkan dana tertahan, kesulitan mengakses aplikasi meski telah diperbarui, serta keterlambatan transfer saldo. Layanan *customer service* DANA juga dinilai kurang sigap dalam menangani keluhan, sehingga memperburuk pengalaman pengguna. Banyaknya keluhan ini mencerminkan ketidakpuasan tinggi dan membuat pengguna enggan merekomendasikan DANA. *Review* buruk tidak hanya berdampak pada pengguna langsung, tetapi juga memengaruhi persepsi calon pengguna lain.

Fenomena ini menunjukkan pengaruh besar *online customer review* terhadap kepuasan konsumen, sejalan dengan Putri & Wandebori (2016) bahwa kredibilitas, keaktualan, kualitas, dan kuantitas ulasan online membentuk persepsi publik. Teori *Disconfirmation Paradigm* oleh Ramasamy et al. (2025) menjelaskan bahwa kepuasan ditentukan perbandingan ekspektasi dengan pengalaman aktual. Ketika

pengalaman yang diperoleh melampaui harapan, maka terjadi *positive disconfirmation* yang menimbulkan rasa puas. Sebaliknya, apabila pengalaman tidak sesuai atau berada di bawah harapan, maka muncul *negative disconfirmation* yang berdampak pada menurunnya kepuasan. Ulasan negatif DANA di *Playstore* membentuk ekspektasi rendah, sehingga ketika pengguna mengalami masalah serupa, hal tersebut mengonfirmasi ekspektasi negatif dan menciptakan ketidakpuasan yang lebih dalam.

Guna memverifikasi fenomena ini secara empiris dan mengidentifikasi permasalahan secara lebih mendalam, peneliti melakukan prasurvei terhadap kepuasan konsumen pengguna *E-Wallet* DANA. Penelitian ini menyebarkan kuesioner kepada 40 responden yang merupakan pengguna aktif aplikasi DANA dari kalangan Generasi Z. Berdasarkan penyebaran kuesioner tersebut diperoleh data pada tabel berikut:

Tabel 1. 3
Pra-Survei Kepuasan Konsumen

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	%	Tidak	%
1	Apakah layanan yang Anda terima dari aplikasi DANA sesuai dengan ekspektasi?	21	52,5%	19	47,5%
2	Apakah Anda merasa puas hingga ingin melakukan transaksi kembali menggunakan <i>E-Wallet</i> DANA?	18	45%	22	55%
3	Apakah Anda merasa pengalaman menggunakan <i>E-Wallet</i> DANA cukup memuaskan untuk dibagikan kepada orang lain?	17	42,5%	23	57,5%

Sumber: Diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa responden merasa layanan yang diterima dari *E-Wallet* DANA sesuai dengan ekspektasi sebesar 52,5%, sedangkan sebesar 47,5% menjawab bahwa layanan yang diterima tidak sesuai dengan

ekspektasi. Hal ini mengindikasikan bahwa sebagian responden merasakan adanya ketidaksesuaian antara layanan yang diterima dengan harapan responden. Sebesar 45% responden mengatakan merasa puas dengan *E-Wallet* DANA sehingga berminat melakukan transaksi kembali, sedangkan 55% responden menyatakan tidak puas dan tidak berminat menggunakan layanan tersebut di masa mendatang. Data ini mengindikasikan adanya tingkat ketidakpuasan yang cukup tinggi di kalangan pengguna DANA, yang dapat menjadi faktor penentu dalam persaingan pasar *E-Wallet* yang kompetitif. Selain itu, sebanyak 57,5% responden menyatakan bahwa pengalaman mereka dalam menggunakan *E-Wallet* DANA tidak cukup memuaskan untuk dibagikan kepada orang lain, sedangkan 42,5% responden merasakan sebaliknya. Temuan ini menunjukkan bahwa, pengalaman penggunaan DANA belum memberikan kesan yang cukup positif sehingga mendorong pengguna untuk merekomendasikannya kepada orang lain. Banyak pengguna merasa bahwa layanan *customer service E-Wallet* DANA tidak sigap dalam menangani keluhan atau permasalahan yang responden alami, sehingga menimbulkan rasa kecewa dan ketidakpercayaan. Selain itu, tingginya jumlah komplain dari pengguna lain yang beredar di berbagai platform media sosial dan forum diskusi turut memperkuat persepsi negatif terhadap layanan ini. Kondisi tersebut membuat pengguna enggan merekomendasikan DANA kepada orang lain karena khawatir juga akan mengalami pengalaman yang serupa. Kondisi ini mengindikasikan bahwa pengalaman pengguna yang diberikan oleh DANA belum sepenuhnya mampu menciptakan kesan positif yang kuat di benak konsumen dan konsumen tidak merekomendasikan kepada orang lain. Menurut Rifa'i (2023) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh sejumlah atribut, seperti reliabilitas sistem, kemudahan pengguna, kecepatan layanan, keamanan, fungsionalitas, dan citra merek, yang secara keseluruhan membentuk persepsi terhadap produk atau layanan yang digunakan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah *online customer review*, Park & Lee (2009) Zhao et al. (2020), Kumbara et al. (2023), Utami et al. (2025), Agriawan & Rahmi (2025) *online customer review* adalah pernyataan atau penilaian konsumen mengenai produk atau layanan yang telah digunakan, yang disebarkan melalui sarana digital seperti media sosial, aplikasi,

atau situs web. Ulasan ini merupakan bentuk evaluasi yang berasal langsung dari pengalaman konsumen dan menjadi sumber informasi penting bagi calon pengguna lainnya. di *platform daring*, berisi pengalaman pengguna dalam menggunakan produk, sekaligus memberikan penilaian kualitas produk tersebut (Aulia & Riva'i 2024). Ulasan ini mencerminkan pengalaman pengguna, kualitas produk, layanan pelanggan, dan aspek lainnya.

Pengguna *E-Wallet* DANA mengeluhkan kehilangan saldo dan sulitnya mengakses aplikasi meski telah dilakukan pembaruan dan pemasangan ulang. Hal ini menunjukkan kurangnya respons *customer service* dalam menangani masalah pengguna, sehingga berdampak pada turunnya kepuasan dan kepercayaan konsumen. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, DANA perlu memperbaiki layanan dan mengoptimalkan pengelolaan ulasan konsumen agar dapat mendukung citra positif dan keberhasilan bisnis ke depannya.

Online customer review merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan kepuasan konsumen, karena umpan balik yang positif dapat mencerminkan pengalaman yang memuaskan, sementara umpan balik negatif dapat menunjukkan ketidakpuasan. *Review* memberikan pemahaman mendalam mengenai kualitas, performa, reliabilitas, serta tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau layanan tertentu. *E-Wallet* DANA menerima sejumlah keluhan dari konsumen yang terekam melalui ulasan pengguna di *PlayStore*. Berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan terhadap 40 pengguna *E-Wallet* DANA, diperoleh temuan sebagai berikut:

Tabel 1. 4
Pra-Survei *Online Customer Review*

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	(%)	Tidak	(%)
1	Apakah Anda merasa lebih yakin pada ulasan jika pemberi ulasan memiliki pengalaman langsung menggunakan <i>E-Wallet</i> DANA?	35	5	5	12,5%

2	Apakah Anda merasa lebih yakin menggunakan <i>E-Wallet</i> DANA setelah membaca ulasan yang jelas dan memiliki alasan kuat?	29	11	11	27,5%
3	Apakah ulasan negatif yang Anda baca pernah membuat ragu untuk melanjutkan penggunaan DANA?	29	11	11	27,5%
4	Apakah Anda merasa ulasan pengguna memberikan informasi yang relevan dan bermanfaat?	33	17	17	17,5%
5	Apakah Anda merasa jumlah ulasan tentang <i>E-Wallet</i> DANA yang pernah Anda baca memengaruhi keputusan Anda untuk menggunakan <i>E-Wallet</i> ini?	31	9	9	22,5%

Sumber: Diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa 87,5% responden merasa lebih yakin menggunakan *E-Wallet* DANA ketika pemberi ulasan memiliki pengalaman langsung menggunakan layanan tersebut, sementara 12,5% tidak merasa hal tersebut mempengaruhi keyakinan responden. Sebanyak 72,5% responden menyatakan lebih yakin menggunakan *E-Wallet* DANA setelah membaca ulasan yang jelas dan memiliki alasan kuat, sedangkan 27,5% tidak terpengaruh oleh kejelasan ulasan. Persentase yang sama 72,5% juga terlihat pada responden yang mengaku ulasan negatif pernah membuat responden ragu untuk melanjutkan penggunaan DANA, dengan 27,5% responden menyatakan tidak terpengaruh oleh ulasan negatif yang kemungkinan responden tidak mengalami kerugian karena mendapatkan layanan yang stabil dari *E-Wallet* DANA. Responden tidak menghadapi gangguan teknis seperti aplikasi *error*, transaksi gagal, atau server *down* yang dapat merugikan aktivitas pembayaran. Selain itu, keamanan transaksi tetap terjaga dengan baik, dimana responden tidak pernah mengalami pembobolan akun, transaksi tidak sah, atau kehilangan saldo secara tidak wajar, sehingga kepercayaan mereka terhadap platform ini tetap tinggi. Terkait relevansi informasi, 82,5% responden merasa ulasan pengguna memberikan informasi yang relevan dan

bermanfaat, sementara 17,5% menganggap ulasan tidak memberikan informasi yang relevan. Selanjutnya, 77,5% responden mengakui bahwa jumlah ulasan tentang *E-Wallet* DANA yang pernah responden baca mempengaruhi keputusan untuk menggunakan layanan ini, sedangkan 22,5% tidak terpengaruh oleh kuantitas ulasan. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna DANA sangat mengandalkan ulasan konsumen *online* dalam pengambilan keputusan, terutama dari pengalaman langsung, kejelasan informasi, dan relevansi konten. Ulasan negatif terbukti berdampak signifikan pada kepercayaan konsumen, sementara kuantitas ulasan memengaruhi persepsi pengguna. Semua faktor ini berkorelasi langsung dengan kepuasan konsumen, dimana kesesuaian antara ekspektasi yang terbentuk dari ulasan dengan pengalaman aktual menentukan tingkat kepuasan pengguna DANA. Penelitian Camilleri & Filieri (2023) menunjukkan bahwa *online customer review* memengaruhi kepuasan konsumen. Namun, terdapat perbedaan hasil temuan penelitian dalam penelitian Satiawan et al. (2023) dan Syahyudi & Wasiman (2024) di mana keduanya menyimpulkan bahwa *Online customer review* terbukti tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun demikian, ulasan konsumen secara daring tetap memiliki peran penting dalam memengaruhi kepuasan konsumen, karena mampu membentuk persepsi serta ekspektasi konsumen terhadap produk maupun layanan.

Faktor lain yang memengaruhi kepuasan konsumen adalah kemudahan penggunaan Az-zahra et al. (2024), Chusnah & Indriana (2020), Yusuf et al. (2021), Fransiska & Aquinia (2023). Kemudahan penggunaan menunjukkan betapa mudahnya seseorang mengoperasikan aplikasi atau sistem. Saat aplikasi mudah digunakan, pengguna dapat memahami fungsi-fungsinya dengan cepat tanpa banyak kesulitan. Navigasi menjadi jelas, fitur-fitur penting mudah ditemukan, dan proses penggunaan berjalan lancar. Kemudahan ini membuat pengguna merasa nyaman dan mendorong pengguna untuk terus menggunakan aplikasi (Venkatesh & Davis, 2000).

Davis (1989) mendefinisikan kemudahan penggunaan merujuk pada persepsi pengguna tentang tingkat kesederhanaan dalam mengoperasikan sebuah sistem tanpa membutuhkan tenaga fisik dan mental yang besar. Dalam konteks aplikasi DANA, aspek kemudahan penggunaan meliputi sistem navigasi yang mudah

dipahami, tahapan registrasi yang sederhana, dan antarmuka yang *user-friendly*. Studi yang dilakukan oleh Indarso et al. (2024) dan Nurcahyo et al. (2023) kemudahan penggunaan sangat mempengaruhi kepuasan pengguna *E-Wallet* di kalangan Generasi Z, di mana kemudahan penggunaan menjadi faktor utama dalam meningkatkan pengalaman pengguna *E-Wallet* di Indonesia. Untuk mengetahui sejauh mana kemudahan penggunaan aplikasi *E-Wallet* DANA dirasakan oleh pengguna, dilakukan prasurvei yang hasilnya sebagai berikut:

Tabel 1. 5
Pra-Survei Kemudahan Penggunaan

No	Pertanyaan	Jawaban			
		Ya	(%)	Tidak	(%)
1	Apakah Anda dengan cepat memahami cara menggunakan fitur-fitur dasar pada aplikasi <i>E-Wallet</i> DANA?	33	7	82,5%	17,5%
2	Apakah Anda merasa mudah saat menggunakan <i>E-Wallet</i> DANA?	26	14	65%	35%
3	Apakah Anda dengan mudah secara jelas memahami cara menggunakan <i>E-Wallet</i> DANA?	31	9	77,5%	22,5%

Sumber: Diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 1.5 menunjukkan bahwa 82,5% responden menyatakan dapat dengan cepat memahami cara menggunakan fitur-fitur dasar pada aplikasi *E-Wallet* DANA, sementara hanya 17,5% yang mengalami kesulitan dalam pemahaman cepat. Terkait tingkat kemudahan penggunaan, 65% responden tidak merasa kesulitan saat menggunakan *E-Wallet* DANA, sedangkan 35% masih merasakan kesulitan dalam penggunaannya. Sebagian responden mungkin mengalami kesulitan dalam navigasi aplikasi yang dirasa terlalu kompleks atau tidak intuitif. Fitur-fitur yang beragam dalam satu aplikasi dapat membingungkan pengguna. Proses registrasi dan verifikasi yang memerlukan beberapa langkah juga dapat dianggap merepotkan. Selanjutnya, 77,5% responden menyatakan dengan mudah secara jelas memahami cara menggunakan *E-Wallet* DANA, sementara

22,5% masih mengalami kebingungan dalam memahami penggunaan aplikasi tersebut. Sebagian besar pengguna merasa mudah dalam memahami dan menggunakan *E-Wallet* DANA karena antarmuka yang sederhana dan fitur yang mudah diakses. Untuk menggunakan DANA, pengguna harus memiliki nomor ponsel aktif, mengunduh aplikasi, serta melakukan registrasi dan verifikasi identitas. Penelitian Aji & Prijanto (2020) mengemukakan bahwa kemudahan pengguna memengaruhi kepuasan konsumen. Tetapi, terdapat perbedaan pada penelitian Kenyta (2022) dan Liana & Fadli (2024) yang menyimpulkan bahwa kemudahan pengguna tidak memengaruhi kepuasan konsumen. Adanya perbedaan hasil penelitian ini memperkuat urgensi untuk melakukan penelitian lebih lanjut mengenai pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen, terutama dalam konteks *E-Wallet* yang digunakan oleh Generasi Z.

Generasi Z, sebagai *digital native*, memiliki ekspektasi tinggi terhadap *user interface* dan *user experience* sebuah aplikasi. Berdasarkan survei APJII 2024 yang dilakukan Eraspase (2024), Generasi Z merupakan pengguna internet terbesar di Indonesia 34,4%, diikuti dengan milenial sebanyak 30,62%. menunjukkan bahwa generasi Z sangat aktif secara digital dan menjadi penentu tren layanan digital, termasuk aplikasi *E-Wallet* seperti DANA. Kesulitan dalam navigasi, proses transaksi yang rumit, atau respons yang lambat dapat langsung berdampak pada kepuasan konsumen. Hal ini semakin diperkuat dengan mudahnya Gen Z beralih ke *platform* lain jika konsumen merasa tidak puas dengan layanan yang diterima.

Memahami dinamika kepuasan konsumen *E-Wallet* menjadi semakin penting, berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji pengaruh ulasan pelanggan daring serta kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen Gen Z pada aplikasi *E-Wallet* DANA. Pemahaman mendalam tentang hubungan antara ketiga variabel ini menjadi krusial mengingat karakteristik unik Gen Z sebagai pengguna dominan *E-Wallet* dan tantangan yang dihadapi DANA dalam mempertahankan kepuasan penggunanya. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh *Online Customer Review* dan kemudahan penggunaan terhadap Kepuasan Konsumen Gen Z pada Penggunaan *E-Wallet* DANA"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah *online customer review* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gen Z pada pengguna *E-Wallet* DANA?
2. Apakah kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Gen Z pada pengguna *E-Wallet* DANA?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh variabel *online customer review* terhadap kepuasan konsumen Gen Z pada pengguna *E-Wallet* DANA.
2. Untuk mengetahui pengaruh variabel kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen Gen Z pada pengguna *E-Wallet* DANA.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pemahaman bagi pembaca mengenai berbagai faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan aspek kepuasan konsumen dan pengelolaan aktivitas pemasaran.

2. Bagi Perusahaan DANA

Temuan dari penelitian ini dapat menjadi masukan yang berharga bagi perusahaan, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang berperan dalam memengaruhi kepuasan konsumen, seperti *online customer review* dan kemudahan penggunaan aplikasi. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai bagaimana kedua variabel tersebut memengaruhi kepuasan konsumen Gen Z pengguna *E-Wallet* DANA, sehingga dapat dijadikan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan dan strategi perusahaan secara lebih tepat.

3. Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi sebagai sumber referensi dan landasan teoretis bagi peneliti selanjutnya yang memiliki minat untuk melakukan kajian mendalam terkait dampak *online customer review* dan kemudahan penggunaan terhadap tingkat kepuasan konsumen, sekaligus memberikan stimulus bagi pengembangan riset-riset serupa di periode yang akan datang.

1.4 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini dapat berjalan secara terfokus dan sesuai dengan rumusan masalah serta tujuan yang telah ditetapkan, peneliti memberikan batasan ruang lingkup permasalahan sebagai berikut:

1. Permasalahan peneliti yang dibahas, dibatasi pada konsumen yang menggunakan aplikasi *E-Wallet* DANA di Kota Bekasi.
2. Peneliti ini berfokus pada konsumen generasi Z yang menggunakan *E-Wallet* DANA.
3. Pembahasan pada variabel yang akan diteliti dibatasi pada kepuasan konsumen, *online customer review* dan kemudahan penggunaan.

1.5 Sistematika Pelaporan

Sistematika penulisan disusun guna memberikan gambaran umum mengenai struktur dan isi penelitian yang dilakukan. Setiap bab dalam penulisan ini menguraikan subjek dan topik yang dibahas secara sistematis sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat uraian mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta ruang lingkup atau batasan permasalahan yang menjadi fokus penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan teori-teori yang menjadi dasar penelitian, yang digunakan sebagai acuan dalam merumuskan hipotesis serta melakukan interpretasi terhadap data. Pembahasan dalam bab ini meliputi kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, hasil penelitian terdahulu, serta penjabaran konsep dan pemahaman terhadap variabel *online customer review*, kemudahan penggunaan, dan kepuasan konsumen.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini mendeskripsikan desain penelitian yang meliputi penetapan lokasi dan periode pelaksanaan penelitian, identifikasi populasi dan penentuan sampel penelitian, prosedur pengumpulan data, operasionalisasi variabel-variabel penelitian, serta teknik analisis data yang diaplikasikan dalam penelitian ini.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian secara rinci, meliputi deskripsi data responden, data variabel *online customer review*, kemudahan penggunaan, dan kepuasan konsumen. Selain itu, bab ini juga membahas hasil uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh *online customer review* dan kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen Gen Z pengguna *E-Wallet* DANA, disertai dengan analisis serta interpretasi hasil tersebut.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir berisi simpulan yang diperoleh dari hasil penelitian serta saran yang diajukan berdasarkan temuan penelitian, baik untuk pihak terkait maupun untuk penelitian selanjutnya.