

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PENGGUNA DOMPET DIGITAL LINKAJA SYARIAH (PADA MAHASISWA PRODI PERBANKAN SYARIAH PRODI PERBANKAN SYARIAH ANGKATAN 2019 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN SJECH M. DJAMIL DJAMBEK BUKITTINGGI)

Muhammad Alghazali^{*}, Amsah Hendri Doni²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, email: mohammadalghazali855@gmail.com

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi, email: amsahhendridoni@uinbukittinggi.ac.id

Abstract

This research was inspired by the extensive use of the LinkAja Syariah application by students enrolled in sharia banking courses at UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. This research seeks to determine and analyze the relationship between product quality and customer satisfaction using the LinkAja Syariah digital wallet. It is part of the Islamic banking program at UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. A quantitative technique is used in this investigation. One hundred and ten persons were surveyed for this study. At the same time, the data analysis method employs determinant coefficient (R^2), simple linear regression analysis, and hypothesis testing (t test) to examine the relationship between dependent and independent variables. Research out of UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi's sharia banking course reveals that the quality of the product significantly impacts customer satisfaction with the LinkAja Syariah digital wallet.

Keywords: Product quality, user satisfaction, LinkAja Syariah

Abstrak

Penelitian ini terinspirasi dari meluasnya penggunaan aplikasi LinkAja Syariah oleh mahasiswa yang mengikuti mata kuliah perbankan syariah di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis hubungan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan menggunakan dompet digital LinkAja Syariah. Ini merupakan bagian dari program perbankan syariah di UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi. Teknik kuantitatif digunakan dalam penyelidikan ini. Seratus sepuluh orang disurvei untuk penelitian ini. Metode analisis datanya menggunakan koefisien determinan (R^2), analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis (uji t) untuk menguji hubungan antara variabel terikat dan bebas. Riset mata kuliah perbankan syariah UIN Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah terhadap dompet digital LinkAja Syariah.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kepuasan Pengguna, LinkAja Syariah.

I. Pendahuluan

Secara keseluruhan, teknologi menjadi semakin penting dalam menunjang kehidupan modern, seiring kemajuan zaman. Negara mana pun di dunia, termasuk Indonesia, bisa merasakan dampak kemajuan teknologi ini. Berkat kemajuan teknologi yang sangat cepat di era digital, semakin banyak orang yang dapat mengakses informasi dalam jumlah besar dan beragam layanan teknologi dibandingkan sebelumnya. Kutipan: Crisantianto (2017)

Mengadaptasi praktik lama dengan inovasi layanan digital baru yang lebih ramah pengguna merupakan potensi bagi setiap industri, termasuk perbankan, berkat transformasi teknologi. Efisiensi pengguna ditingkatkan dengan memanfaatkan platform digital untuk layanan ini. Penghematan waktu, energi, dan uang adalah tiga cara mewujudkan manfaat ini. Bidang studi teknologi yang relatif baru adalah teknologi keuangan (FinTech). National Digital Research Center (NDRC) mendefinisikan Fintech sebagai "inovasi di bidang jasa keuangan dengan menggunakan teknologi modern." Asal usul istilah ini merupakan kombinasi dari "keuangan" dan "teknologi" yang memberikan interpretasi ini. (Kuil: 2015)

Salah satu sistem pembayaran alternatif yang mengandalkan fintech dan internet adalah dompet digital yang kadang disebut e-wallet (Syahnia: 2019). Sistem e-wallet bergantung pada perangkat aplikasi dan konsumen hanya dapat mengaksesnya dengan koneksi internet. Dompet digital, sering dikenal sebagai dompet elektronik, memungkinkan pembeli mentransfer dana langsung ke rekening mereka dari penjual.

Di tengah pandemi yang masih berlangsung, dompet digital merupakan langkah tepat dalam memfasilitasi transaksi masyarakat umum dengan cara yang lebih praktis, aman, cepat, dan menguntungkan. Transaksi moneter instan sedang booming di Indonesia. Pembayaran yang mudah, waktu pemrosesan yang lebih cepat, dan fleksibilitas penambahan dana ke berbagai layanan publik hanyalah beberapa dari sekian banyak manfaat uang elektronik. Dari berbasis chip hingga berbasis server, penyedia uang digital ini menawarkan tiga fitur layanan. OVO, GoPay, LinkAja, Dana, dan ShopeePay merupakan layanan berbasis server, sedangkan Brizzi dan Flazz merupakan layanan berbasis chip (Latief: 2020)

Pasalnya, jumlah dompet digital yang menyediakan layanan luas terus menjamur. Di antara dompet elektronik pertama dan satu-satunya versi dua, LinkAja menonjol. Pengguna yang tertarik untuk berdagang sesuai dengan hukum Islam dapat memilih antara versi standar dan Syariah. Sesuai prinsip syariah di Indonesia, transaksi dilakukan dengan cara ini untuk menghindari riba, maisir (perjudian), gharar (tidak jelas), ketidakadilan, dan barang tidak halal. Pengguna memiliki lebih banyak pilihan dalam bertransaksi di LinkAja

Syariah karena banyaknya fitur menarik yang ditawarkan. Kami mengantisipasi bahwa pengguna akan menjadi lebih produktif, efisien, dan mudah beradaptasi dalam bertransaksi. Sedangkan sejak diluncurkan, LinkAja Syariah telah menarik hampir 1,5 juta pengguna (LinkAja: 2021).

Kualitas produk yang menjadi aset dalam melindungi informasi atau data pengguna dari kejahatan seperti pencurian data dan penipuan di perbankan online atau perusahaan keuangan menjadi variabel yang akan penulis analisis mengenai kebahagiaan pengguna dengan dompet digital LinkAja Syariah. Dengan definisi ini, kami melanjutkan ke Kualitas produk yang ada menjamin risiko yang lebih kecil dibandingkan penggunaan uang tunai dalam transaksi, kesimpulannya diambil.

Menurut Chase dan Aguilano, yang mendukung gagasan bahwa pelanggan menilai kualitas produk berdasarkan fitur dan layanannya, dan bahwa nilai yang diperoleh pelanggan dari mengonsumsi suatu produk merupakan faktor kunci dalam menentukan kepuasan pelanggan (Susuri: 2003). Pelanggan secara alami akan merasakan kepuasan terhadap suatu produk jika mereka menganggapnya berkualitas tinggi. Pelanggan akan lebih puas terhadap suatu produk jika produk tersebut memenuhi standar kualitas yang tinggi.

II. Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Prosedur analitis, teori, metrik objektif, dan data numerik adalah bagian dari teknik deskriptif kuantitatif yang digunakan penelitian ini untuk menyelidiki masalah penelitian dengan cara berbasis fakta.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Rencananya penelitian akan dimulai pada bulan Juni 2024 di Universitas Islam Negeri Sjech M.Djamil Djambek Bukittinggi dan dijalankan hingga selesai. Lokasi acaranya adalah universitas. Prosedurnya diawali dengan penyusunan proposal penelitian dan dilanjutkan dengan penyusunan proposal yang komprehensif. Segera setelah proyek disetujui, pekerjaan akan dilanjutkan pada laporan penelitian. Selama ini, sumber utama kajian dan analisis adalah Sjech M. Djamil Djambek dari Universitas Islam Negeri Bukittinggi.

C. Populasi dan Sampel

Kumpulan benda atau orang apa pun yang terletak di wilayah tertentu dapat dianggap sebagai populasi untuk tujuan analisis statistik. Penelitian ini diikuti oleh empat ratus dua puluh dua mahasiswa Jurusan

Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi.

Sampel adalah sumber daya yang berguna karena mewakili sebagian dari populasi yang lebih besar yang dipilih menggunakan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, seperti nilai numerik dan karakteristik. Ada metode dan pedoman yang harus diikuti untuk mendapatkan representasi demografi yang akurat. Oleh karena itu, demografi dan ciri-ciri sampel lainnya harus mewakili populasi secara keseluruhan.

Dengan menggunakan pendekatan non-probability sampling, penelitian ini tidak menjamin bahwa setiap mahasiswa perbankan syariah mempunyai peluang yang sama untuk terpilih. Seratus sepuluh siswa dipilih secara acak.

D. Sumber Data

Data yang digunakan penulis berasal dari sumber primer dan sekunder. Terutama, Anda ingin mengumpulkan informasi menggunakan alat yang Anda buat sendiri. Data tersebut kemudian diolah dan dianalisis untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah diajukan. Sedangkan data primer berasal dari sumber asli, sedangkan data sekunder merupakan informasi yang dikumpulkan oleh pihak lain kemudian diolah dan dipublikasikan karena alasan tertentu.

Para peneliti di Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi meminta mahasiswa Perbankan Syariah mengisi survei online untuk penelitian ini.

E. Teknik Pengumpulan Data

Tujuan dari pernyataan-pernyataan yang dimasukkan dalam kuesioner ini adalah untuk mengumpulkan data tertentu. Baik melalui esai terbuka atau pertanyaan pilihan ganda, kuesioner adalah alat yang berguna untuk mengumpulkan data dalam bentuk tertulis.

F. Teknik Analisis Data

1. Uji Instrumen Penelitian

a) Uji Validitas

Uji validitas dapat membantu menentukan apakah suatu survei sah. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila memuat pertanyaan-pertanyaan yang dapat menghasilkan informasi mengenai variabel-variabel yang ingin diukur.

b) Uji Reliabilitas

Reliabilitas kuesioner dapat digunakan sebagai proksi untuk

variabel atau konstruk yang mendasarinya. Sejauh mana reaksi seseorang terhadap suatu pernyataan tidak berubah atau berfluktuasi seiring waktu disebut reliabilitas.

2. Uji Asumsi Klasik

Sebuah ujian untuk kenormalan

Uji T dan F terkenal dengan asumsi residu berdistribusi normal. Untuk ukuran sampel yang kecil, uji statistik menjadi tidak valid jika asumsi ini dilanggar. Tujuan dari Uji Normalitas adalah untuk mengetahui apakah residu atau variabel perancu dalam model regresi mengikuti distribusi normal.

Evaluasi Autokorelasi

Koefisien korelasi statistik adalah salah satu cara untuk melihat seberapa erat keterkaitan atau kemiripan dua kumpulan data. Uji korelasi menentukan derajat hubungan dua variabel dengan menghitung koefisien korelasinya (r).

Pengujian Multikolinearitas

Tujuan dari uji multikolinearitas adalah untuk mengetahui apakah model regresi menemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali).

Evaluasi Heteroskedastisitas

Tentukan apakah sebaran varians dalam suatu populasi homogen. Apabila varians antar kelompok populasi tidak berubah dari satu observasi ke observasi berikutnya, maka dikatakan terjadi homoskedastisitas. Apabila terjadi perubahan maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas.

III. Hasil dan Pembahasan

A. Hasil Penelitian

Prosedur verifikasi

Uji validitas merupakan salah satu alat untuk menentukan reliabilitas dan validitas suatu survei. Kuesioner dapat menjelaskan secara sah konstruksi yang sedang dievaluasi, seperti yang kadang-kadang kami sebutkan. Uji validitas dilakukan dengan taraf signifikansi 5% untuk membandingkan nilai r hitung dengan nilai r pada tabel. Apabila nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel, maka pernyataan atau indikasi tersebut dianggap sah. Namun hal ini tidak akan berhasil jika nilai r yang diukur lebih kecil dari nilai r yang terdapat pada tabel. Pada tingkat signifikansi 0,05, tidak ada item faktual dalam variabel penelitian mana pun yang memiliki nilai r lebih rendah dari 0,184.

Menguji Keandalan

Reliabilitas suatu kuesioner dapat digunakan sebagai ukuran kualitasnya karena menunjukkan suatu variabel atau konstruk. Variabel yang dapat diandalkan adalah variabel yang respons individu terhadap suatu pernyataan bersifat konstan atau stabil selama jangka waktu tertentu.

Jika alpha Cronbach suatu instrumen lebih tinggi di atas ambang batas tertentu, maka instrumen tersebut dianggap dapat diandalkan menurut Guilford dan Sperarman Brown (0,60). Variabel ini terbukti memiliki nilai Cronbach's alpha sesuai hasil penelitian.

Sebuah ujian untuk kenormalan

Setelah dilakukan uji normalitas menggunakan histogram dan p-plot, dapat disimpulkan bahwa semua variabel menunjukkan perilaku normal. Data diketahui berdistribusi normal, dan model regresi memenuhi syarat normalitas, karena kurva histogram berbentuk parabola, bukan garis lurus, dan p-plot menampilkan titik-titik yang tersebar di sekitarnya sepanjang garis diagonal.

4. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi (Cochcrane-Orcutt)

Mode 1	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.865 ^a	.748	.745	1.28402	2.033

Sumber: Hasil olahan data (2024)

Hasi Uji Autokorelasi Durbin-Watson dengan Cochcrane-Orcutt

n = 111

d = 2,033

dU= 1,7086

dL = 1,6723

4-dU= 4–1,7086 = 2,2914

Hasil = dU < d < 4 - dU

= 1,7086 < 2,033 < 2,2914 (Tidak Terdapat Autokorelasi)

3. Uji Regresi Linear Sederhana

Hasil Uji Regresi Sederhana

Model		Coefficients ^a					
		B	Std. Error	Standardized Coefficients	t	Sig.	
1	(Constant)	5,221	1,409		3,708	0,000	
	Kualitas Produk	0,251	0,030	0,621	8,265	0,000	

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Hasil olahan data (2024)

Uji regresi linier sederhana di atas menghasilkan persamaan respon variabel terikat terhadap perubahan variabel bebas sebagai berikut:

Kita mempunyai $Y = a + bx$.

Persamaan Y adalah 5,221 ditambah 0,251.

Kepuasan pengguna (Y) hanya bisa sebesar 5,221 satuan, nilai konstanta atau a, jika kualitas produk (X1) diasumsikan konstan dan tidak terpengaruh oleh kepuasan pengguna (Y). Data yang disajikan di atas mendukung hipotesis bahwa kualitas produk yang lebih tinggi menghasilkan pelanggan yang lebih bahagia.

4. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.621 ^a	0,385	0,380	1,297
a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk				

Sumber: Hasil olahan data (2024)

Nilai korelasi/hubungan (R) sebesar 0,385 seperti terlihat pada tabel Ringkasan Model di atas. Hal ini menunjukkan bahwa kebahagiaan pengguna mempunyai pengaruh sebesar 38,5% terhadap kualitas produk.

Perhitungan ini menghasilkan nilai R-squared sebesar 0,385 yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X) Dompet Digital LinkAja Syariah mempunyai pengaruh sebesar 38,5% terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Faktor selain kualitas produk menyumbang 61,5%; ini termasuk faktor-faktor seperti kualitas layanan, emosi, biaya, dan harga.

5. Uji Hipotesis

a) Uji T

Hasil Uji t-hitung

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	3,706	0,000
	Kualitas Produk	8,265	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pengguna

Sumber: Hasil olahan data (2024)

Seperti terlihat pada tabel di atas, pengaruh kualitas produk (X) terhadap kepuasan pengguna (Y) signifikan secara statistik dengan nilai $0,000 < 0,05$. Sedangkan nilai t tabelnya adalah 1,990,

sedangkan nilai t antisipasinya adalah 3,706. Hasilnya kita menerima Ha dan menolak Ho. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas produk (X) dan kepuasan pengguna (Y).

B. Pembahasan

Terdapat korelasi yang kuat antara kualitas produk dan kebahagiaan pelanggan, berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis, menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan elemen kunci dalam hubungan ini. Temuan penelitian mengungkapkan bahwa indikator kualitas produk, seperti daya tahan, kepatuhan terhadap spesifikasi, dan keandalan, berdampak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Riset tersebut dengan jelas menunjukkan bahwa produk-produk LinkAja Syariah berkualitas tinggi. Lebih lanjut, pengolahan data uji t statistik menunjukkan bahwa kebahagiaan pengguna dipengaruhi secara signifikan oleh variabel kualitas produk.

Lesmana dan Ratnasari (2019), Cung dan Rizki (2019), Fatimah (2019), dan Kasturi dkk. (2019) merupakan beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kebahagiaan konsumen. Penelitian ini mengkonfirmasi temuan tersebut.

Pengujian dengan teknik regresi linier berganda menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara faktor kualitas produk dengan kepuasan konsumen. Kemampuan perusahaan untuk berinovasi dan meningkatkan pengendalian kualitas produk berhubungan langsung dengan kepuasan pelanggannya. Mempertahankan pengembangan berkualitas tinggi sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan terhadap produk LinkAja. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ammerinda (2017), Puspitasari & Ferdinand (2018), dan Maramis et al. (2018), kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kebahagiaan konsumen.

IV. Kesimpulan

Peningkatan kualitas produk yang meningkatkan kinerja, keandalan, kesesuaian, dan umur panjang dapat meningkatkan kepuasan pengguna individu dan kelompok. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar $14,916 >$ nilai t tabel 1,990, penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pengguna (Y). Hasilnya kita menerima Ha dan menolak Ho. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas produk (X) dan kepuasan pengguna (Y).

Daftar Pustaka

- Chase, R. B., & Aquilano, N. J. (2003). Operations Management for Competitive Advantage. McGraw-Hill.
- Crisantianto, M. (2017). The Impact of Technology on Modern Life. Jakarta: PT Gramedia.
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2015). Marketing Management. New Jersey: Prentice Hall.
- Latief, I. (2020). Digital Wallets in Indonesia: OVO, GoPay, LinkAja, Dana, and ShopeePay. Journal of Indonesian Digital Economy.
- Lubis, A. (2014). Customer Satisfaction and Its Impact on Business Performance. Jakarta: Pustaka Obor Indonesia.
- National Digital Research Center (NDRC). (2015). FinTech Innovation: Financial Services and Technology. Dublin: NDRC.