

ABSTRAK

DETERMINAN FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI *HERLITA PAYMENT*

Oleh:

Dio Kemas Haiqal Sanjaya¹

Meilaty Finthariasari²

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Customer Satisfaction* dan *Trust* terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Herlita Payment* di Rejang Lebong. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 50 responden yang merupakan pengguna aplikasi *Herlita Payment*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer Satisfaction* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Herlita Payment*. Kepuasan pelanggan yang dirasakan melalui kualitas layanan, kemudahan transaksi, fitur aplikasi, kecepatan layanan, serta kepuasan secara keseluruhan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. *Trust* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Herlita Payment*. Kepercayaan pengguna terhadap keamanan data, keamanan transaksi, keandalan aplikasi, informasi yang diberikan, serta kemampuan aplikasi dalam memberikan layanan dengan baik mampu meningkatkan loyalitas pelanggan. Secara simultan, *Customer Satisfaction* dan *Trust* berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Herlita Payment*. Dengan demikian, semakin baik *Customer Satisfaction* yang dirasakan pengguna dan semakin tinggi *Trust* terhadap aplikasi, maka semakin tinggi pula loyalitas pelanggan dalam menggunakan aplikasi *Herlita Payment*.

Kata kunci: *Customer Satisfaction*, *Trust*, loyalitas pelanggan.

ABSTRACT

DETERMINANT FACTORS INFLUENCING CUSTOMER LOYALTY OF HERLITA PAYMENT APPLICATION USERS

By:

Dio Kemas Haiqal Sanjaya¹

Meilaty Finthariasari²

This study aims to analyze the influence of Customer Satisfaction and Trust on the loyalty of Herlita Payment application users in Rejang Lebong. This research uses a quantitative method with a survey approach. Data were collected through questionnaires distributed to 50 respondents who are users of the Herlita Payment application. The data analysis technique used in this study is multiple linear regression analysis with the assistance of SPSS software.

The results of the study indicate that Customer Satisfaction has a positive and significant effect on customer loyalty of Herlita Payment application users. Customer satisfaction through service quality, transaction convenience, application features, service speed, and overall satisfaction is able to increase customer loyalty. Trust also has a positive and significant effect on customer loyalty of Herlita Payment application users. Users' trust in data security, transaction security, application reliability, the information provided, and the application's ability to provide good services is able to increase customer loyalty. Simultaneously, Customer Satisfaction and Trust have a positive and significant effect on customer loyalty of Herlita Payment application users. Therefore, the better the Customer Satisfaction experienced by users and the higher their Trust in the application, the higher the level of customer loyalty in using the Herlita Payment application.

Keywords: Customer Satisfaction, Trust, customer loyalty.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak industri, termasuk sistem pembayaran daring, telah mengalami perubahan drastis akibat kemajuan teknologi informasi. Semakin banyak orang beralih ke aplikasi pembayaran seluler demi mendapatkan kemudahan dan kepuasan instan. Menurut Sihotang dan Nasution (2025) Evolusi sistem pembayaran telah dipengaruhi oleh pesatnya perkembangan TIK dalam beberapa tahun terakhir. Dulu, orang menjalankan pembayaran memakai uang tunai, namun kini mereka memakai sistem pembayaran nontunai yang dapat diakses melalui aplikasi ponsel pintar, yang jauh lebih efisien dan praktis. Pengguna tidak perlu lagi membawa uang tunai atau dompet untuk menjalankan transaksi digital, mereka hanya memerlukan ponsel mereka.

Inilah yang memotivasi penyedia layanan untuk terus menciptakan hal-hal baru bagi klien mereka. Seperti yang diungkapkan Gustia & Hartini, (2024) Dalam hal memperkuat keunggulan kompetitif perusahaan, inovasi layanan merupakan hal yang sangat penting. Selain mengharapkan pengalaman yang lebih personal, konsumen modern juga mengutamakan kecepatan, kenyamanan, dan layanan berkualitas tinggi.

Salah satu aplikasi layanan pembayaran digital yang berkembang pesat ialah *Herlita Payment*. Aplikasi ini menyediakan berbagai fitur bermanfaat untuk pengelolaan keuangan, termasuk kemampuan untuk membayar tagihan dan menjalankan pembelian pulsa seluler. Menurut Puspitasari (2025) Prinsip di balik sistem pembayaran digital sama dengan prinsip perbankan daring.

Rekening bank konsumen langsung didebit saat mereka menjalankan pembayaran secara daring. Ini merupakan cara pembayaran yang sangat aman karena memakai PIN dan enkripsi SSL.

Sebuah aplikasi harus tampil lebih unggul dibandingkan para pesaingnya dalam menarik pengguna baru dan mempertahankan pengguna yang sudah ada agar dapat berkembang di tengah pasar yang sangat kompetitif saat ini. Menurut Brian, (2024) Konsumen yang mempunyai pengalaman positif dengan barang dan jasa suatu perusahaan di masa lalu cenderung akan tetap setia kepada bisnis tersebut di masa mendatang. Selanjutnya Indriasari (2021) mengemukakan bahwa loyalitas klien sangat penting bagi keberhasilan bisnis, mempertahankan pelanggan setia berarti lebih banyak pemasukan dan risiko kegagalan bisnis yang lebih kecil.

Menurut yang diungkapkan oleh Putra dan Raharjo (2022) Mengingat persaingan yang semakin ketat di sektor transportasi daring, sangatlah penting bagi perusahaan untuk memantau secara cermat faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan sangat krusial bagi bisnis karena hal ini menumbuhkan reputasi, mendukung kondisi keuangan, serta menjamin kelangsungan usaha dalam jangka panjang. Peningkatan penjualan, rekomendasi dari mulut ke mulut yang positif, dan perolehan laba merupakan dampak tidak langsung dari pelanggan setia yang terus-menerus membeli serta memakai suatu produk atau merek.

Ketika kinerja perusahaan memenuhi atau melampaui harapan pelanggannya, perusahaan tersebut biasanya akan mendapatkan pelanggan yang setia. Menurut pelanggan Wilson et al., (2021) Komponen kunci dalam membangun loyalitas klien ialah memastikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tolok ukur seberapa baik perusahaan memenuhi atau melampaui harapan pelanggan terkait produk atau layanan yang mereka terima.

Dari konteks yang diberikan, jelas bahwa loyalitas pelanggan merupakan komponen penting bagi keberlangsungan aplikasi pembayaran digital. Selain kepuasan pelanggan, faktor-faktor seperti kegunaan aplikasi, persepsi mengenai manfaat, kualitas layanan TI, dan kepercayaan pengguna turut berperan dalam menentukan loyalitas pelanggan. Perusahaan tidak dapat menumbuhkan kualitas layanan TI maupun mempertahankan pengguna aplikasi tanpa mengetahui hal-hal yang membuat pelanggan menjadi loyal.

Penelitian ini akan berfokus pada persepsi kepuasan pelanggan, dan tingkat kepercayaan pengguna aplikasi *Herlita Payment*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan memahami cara mempertahankan loyalitas pelanggan di tengah persaingan ketat dalam industri pembayaran digital serta cara menumbuhkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan pada aplikasi tersebut. Dari hal tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji

”Determinan Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Pengguna Aplikasi *Herlita Payment*”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang studi yang disajikan, kita dapat mengidentifikasi sejumlah kendala terkait aspek-aspek yang memengaruhi loyalitas pelanggan terhadap aplikasi *Herlita Payment*. Kendala-kendala tersebut ialah:

1. Pesatnya perkembangan teknologi digital telah menumbuhkan persaingan di antara aplikasi pembayaran digital, sehingga organisasi semakin perlu berupaya menjaring pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan yang sudah ada.
2. Untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efisien, pelaku bisnis perlu memahami faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas pelanggan. Faktor-faktor tersebut meliputi, kepercayaan dan kepuasan pelanggan.
3. Tingkat loyalitas pelanggan aplikasi *Herlita Payment* saat ini masih belum optimal.
4. *Herlita Payment* harus secara konsisten menumbuhkan kepuasan pelanggan guna membangun loyalitas pelanggan dalam jangka panjang.

1.3 Batasan Masalah

Setelah membahas latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitiannya ialah:

1. Pengguna aplikasi *Herlita Payment* merupakan satu-satunya pihak yang menjadi fokus perhatian pada penelitian ini.

2. Faktor-faktor yang akan diperhitungkan sebagai variabel independen ialah *Customer Satisfaction, and Trust* . Variabel dependennya ialah loyalitas pelanggan.
3. informasi yang digunakan berasal dari sumber primer, yaitu survei. Mereka yang tidak memenuhi persyaratan tersebut tidak dapat berpartisipasi pada penelitian ini:
 - Memakai aplikasi *Herlita Payment*.
 - Menjalankan pembelian memakai aplikasi *Herlita Payment*.
 - Telah menjadi pengguna aktif aplikasi tersebut selama tiga bulan terakhir.
 - Persyaratan usia minimum: tujuh belas tahun.
 - Bersedia mengisi survei untuk kepentingan akademis.
4. Pertimbangan teknis terkait pengembangan sistem aplikasi berada di luar cakupan studi ini, yang hanya mengkaji korelasi antarvariabel.

1.4 Rumusan Masalah

Berikut ialah rumusan masalah untuk penelitian ini, dengan mempertimbangkan latar belakang sebelumnya:

1. Bagaimana pengaruh *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan) terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Herlita Payment*?
2. Bagaimana pengaruh *Trust* (kepercayaan) terhadap loyalitas pelanggan pengguna *Herlita Payment*?

3. Bagaimana pengaruh *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan) dan *Trust* (kepercayaan) terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Herlita Payment*?

1.5 Tujuan Penelitian

1.5.1 Tujuan Umum

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek, tujuan utama penelitian ini ialah untuk menentukan aspek mana dari aplikasi *Herlita Payment* yaitu kepuasan pelanggan, dan tingkat kepercayaan, yang mempunyai dampak terbesar dalam mendorong loyalitas pelanggan jangka panjang.

1.5.2 Tujuan Khusus

Berikut ialah tujuan khusus dari penyelidikan ini:

1. Guna mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan) terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Herlita Payment*.
2. Guna mengetahui pengaruh *Trust* (kepercayaan) terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Herlita Payment*.
3. Guna mengetahui pengaruh *Customer Satisfaction* (kepuasan pelanggan) dan *Trust* (kepercayaan) secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan pengguna aplikasi *Herlita Payment*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pemahaman kita mengenai faktor-faktor yang membentuk loyalitas pelanggan hal yang penting dalam berbagai industri, khususnya di bidang pemasaran dan sistem informasi.

Selain itu, penelitian ini dapat menjadi titik awal bagi studi lanjutan yang mendalami topik-topik serupa, seperti kepuasan pelanggan aplikasi pembayaran digital, dan kepercayaan,

1.6.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa memperkaya pemahaman mengenai faktor-faktor yang membentuk loyalitas pelanggan hal yang penting dalam berbagai industri, khususnya di bidang pemasaran dan sistem informasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi akademisi yang ingin mengkaji aplikasi pembayaran digital dari berbagai sudut pandang, seperti *consumer satisfaction, and Trust*.

1. Bagi Perusahaan (*Herlita Payment*)

Pertimbangan seperti kepuasan pelanggan, dan kepercayaan serta langkah-langkah untuk menumbuhkan loyalitas pelanggan, kemungkinan besar akan menjadi bagian dari penilaian dan pertimbangan dari studi ini.

2. Bagi Pengguna

Pengguna akan mempunyai pemahaman yang lebih baik mengenai keunggulan dan kualitas layanan TI yang ditawarkan, berkat temuan yang diharapkan dari studi ini mengenai faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas dalam penggunaan sistem pembayaran digital.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya Faktor tambahan atau metodologi penelitian bisa digunakan untuk mengembangkan studi ini, yang juga dapat dijadikan sebagai referensi bagi penelitian di masa mendatang.