

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Loyalitas Pelanggan**

##### **1. Pengertian Loyalitas Pelanggan**

Loyalitas adalah komitmen pelanggan terhadap suatu merek, toko, atau pemasok berdasarkan hasil positif dalam pembelian jangka panjang. Dengan kata lain, kesetiaan pelanggan diperoleh karena kombinasi kepuasan dan keluhan pelanggan (Griffin, 2005). Pelanggan yang puas dengan produk atau jasa perusahaan disebut loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan biasanya merupakan bagian dari pelanggan setia, yang akan terus memilih produk, menggunakannya, dan cenderung berbicara tentang produk atau jasa yang menyenangkan yang telah diberikan kepada orang lain (Kusumawardhani et al., 2023).

##### **2. Karakteristik Loyalitas Pelanggan**

Menurut Hasan (2014) menyatakan bahwa pelanggan yang loyal akan menunjukkan karakteristik sebagai berikut:

- a. Ada runtutan pembelian, serta proporsi pembelian, atau kemungkinan pembelian
- b. Seberapa dekat pelanggan dengan sebuah produk atau jasa
- c. Ada perasaan positif terhadap barang atau jasa tersebut
- d. Penggunaan barang atau jasa yang sama dengan sering

### **3. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan**

Menurut Hasan (2014) mengungkapkan faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah:

a. Kepuasan Pelanggan

Tingkat kenyamanan konsumen dianggap sebagai faktor penentu yang signifikan terhadap loyalitas konsumen.

b. Kualitas Produk atau Layanan

Kualitas produk atau layanan berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan. Kualitas meningkatkan penjualan, meningkatkan penguasaan pasar, dan mengarahkan pelanggan pada kesetiaan.

c. Citra Merek

Membangun reputasi perusahaan yang lebih baik dan meningkatkan kesetiaan pelanggan telah menjadi bagian penting dari citra merek.

d. Nilai yang dirasakan

Nilai yang dirasakan digunakan untuk menentukan kesetiaan pelanggan dengan melihat manfaat yang dirasakan pelanggan dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan.

e. Kepercayaan

Rasa percaya muncul ketika pelanggan melihat bahwa semua yang dijanjikan perusahaan benar-benar sesuai dengan yang mereka harapkan.

#### **4. Indikator Loyalitas Pelanggan**

Menurut Griffin (2005) menyatakan bahwa ada empat aspek yang bisa digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan yaitu :

- a. Melakukan pembelian ulang
- b. Kebiasaan menggunakan produk
- c. Rasa suka yang besar terhadap jasa atau produk
- d. Merekomendasikan jasa atau produk kepada orang lain

#### **B. Theory of Technology Acceptance Models (TAM)**

*Theory of Technology Acceptance Models* (TAM) merupakan adaptasi dari teori TRA (*Theory of Reasoned Action*) yang merupakan teori tentang hubungan antara sikap dan perilaku seseorang. Sedangkan TAM sendiri adalah sebuah teori yang digunakan untuk mengetahui sikap penerimaan pengguna terhadap hadirnya teknologi (Fatamwati, 2015). Persepsi yang dapat mempengaruhi sikap seseorang dalam menerima suatu teknologi adalah persepsi kemudahan dan persepsi manfaat (Davis, 1989).

- a. Persepsi kemudahan (*Perceived Ease of Use*) dapat diartikan sejauh mana seseorang merasa mudah menggunakan teknologi tertentu.

- b. Persepsi manfaat (*Perceived Usefulness*) dapat diartikan sejauh mana mereka percaya bahwa penggunaan teknologi akan meningkatkan kinerja mereka secara otomatis.

Teori TAM bertujuan untuk menjelaskan dan menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi penerimaan terhadap teknologi (Khofifah & Kardiyem, 2024).

### C. Kemudahan Penggunaan

#### 1. Pengertian Kemudahan Penggunaan

Kemudahan dalam penggunaan (*perceived ease of use*) diartikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa dengan menggunakan suatu teknologi akan terbebas dari kesulitan (Davis, 1989). Kemudahan penggunaan juga merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Apabila seseorang merasakan percaya bahwa sistem informasi dan teknologi ini mudah digunakan, pasti seseorang akan menggunakannya. Begitu sebaliknya, apabila seseorang merasa percaya bahwa sistem teknologi tidak mudah digunakan, pasti seseorang tersebut tidak akan menggunakannya (Susanti dkk., 2021).

#### 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kemudahan Penggunaan

Menurut Lestari (2014) kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor :

- a. Berfokus pada teknologi itu sendiri

Suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya.

- b. Reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna

Ketika seseorang mendengar tanggapan baik dari orang lain tentang suatu aplikasi, mereka akan merasa lebih yakin bahwa aplikasi tersebut mudah digunakan.

- c. Tersedianya mekanisme pendukung yang handal

Mekanisme pendukungnya yang terpercaya akan membuat pengguna nyaman dan yakin bahwa ada mekanisme yang akan membantu mereka jika mereka menghadapi masalah dengan teknologi.

Ini akan meningkatkan persepsi pengguna.

### **3. Indikator Kemudahan Penggunaan**

Menurut Davis (1989) kemudahan penggunaan atau *perceived ease of use* dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator, yaitu:

- a. Mudah dipelajari

Sistem atau aplikasi dapat dipahami tanpa memerlukan banyak usaha untuk mempelajarinya.

- b. Dapat dikontrol

Pengguna memiliki kendali penuh atas sistem, dapat memanipulasi dan mengarahkan fungsi sesuai kebutuhan mereka.

- c. Jelas dan dapat dipahami

Antarmuka dan *fungsionalitas* sistem bersifat transparan, memungkinkan pengguna dengan mudah mengerti cara kerja dan *navigasi* sistemnya.

- d. Fleksibel

Sistem mampu beradaptasi dengan berbagai kebutuhan pengguna, mendukung variasi penggunaan dan perubahan kondisi.

e. Mudah untuk digunakan

Sistem dirancang secara intuitif, memungkinkan pengguna menggunakan fitur-fiturnya dengan lancar dan tanpa kesulitan.

## D. Keamanan

### 1. Pengertian Keamanan

Keamanan sistem informasi diartikan sebagai kemampuan sistem informasi dalam mengelola dan melindungi data transaksi. Transaksi pembelian secara online mengandung risiko yang cukup tinggi karena penjual dan pembeli tidak bertemu langsung saat proses transaksi berlangsung (Park & Kim, 2003). Keamanan adalah kegiatan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas data yang mampu dilakukan oleh perusahaan (Arasu & Viswanathan, 2011).

### 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keamanan

Menurut Nurul dkk (2022) dalam upaya penanganan maupun pengendalian terhadap keamanan sistem informasi, kiranya harus mempertimbangkan tiga aspek penting dalam keamanan informasi yang akrab dengan kependekan CIA (*Confidentiality, Integrity, Availability*).

a. Kerahasiaan, yaitu memastikan bahwa informasi hanya dapat diakses oleh orang yang berwenang

- b. Integritas, yaitu menjamin bahwa data tidak dapat diubah tanpa seizin pihak yang berwenang, dan menjaga keakuratan dan keutuhan informasi.
- c. Ketersediaan, yaitu menjamin bahwa data selalu tersedia kapan pun dan di mana pun dibutuhkan.

### **3. Indikator Keamanan**

Menurut Park & Kim (2003) indikator keamanan meliputi dua hal, yaitu:

- a. Jaminan Keamanan

Ketika jaminan keamanan sesuai dengan harapan pengguna, maka pengguna akan bersedia membuka informasi tentang pribadinya dan akan membeli dengan perasaan aman.

- b. Kerahasiaan Data

Kerahasiaan data sangat penting karena jika data jatuh ke tangan orang lain, hal itu dapat merugikan pemilik data.

## **E. Kepuasan Pengguna**

### **1. Pengertian Kepuasan Pengguna**

Kepuasan pengguna adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan mereka dengan kinerja atau hasil yang dirasakan dari suatu produk atau layanan (Tjiptono, 2014). Kepuasan muncul ketika kualitas layanan yang diterima pengguna memenuhi atau melampaui ekspektasi mereka. Sebaliknya,

ketidakpuasan terjadi bila layanan yang diberikan berada di bawah harapan pelanggan (Hartanto & Andreani, 2019).

## **2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna**

Menurut Novia dkk., (2020) faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pengguna yaitu:

a. Kualitas Pelayanan

Tingkat keunggulan layanan yang diberikan untuk memenuhi keinginan pelanggan, mencakup kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kemudahan akses.

b. Kualitas Produk

Kemampuan suatu produk untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi apa yang diinginkan pelanggan.

## **3. Indikator Kepuasan Pengguna**

Menurut Tjiptono (2014) terdapat tiga indikator untuk mengukur kepuasan pengguna:

a. Kualitas yang dirasakan

Penilaian konsumen terhadap keseluruhan keunggulan suatu produk atau layanan berdasarkan persepsi mereka.

b. Nilai yang dirasakan

Merujuk pada persepsi individu tentang manfaat yang diperoleh dari suatu produk atau layanan dibandingkan dengan biaya atau pengorbanan yang dikeluarkan.

c. Harapan Pelanggan

Ekspektasi konsumen sebelum mereka membeli atau menggunakan suatu barang atau jasa.

## F. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Fokus Variabel	Peneliti	Deskripsi
1.	Kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna	(Nugraha et al., 2021)	Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna
		Sandy et al., 2023)	Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna
		(Lubis & Sitorus, 2023)	Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna
2.	Keamanan terhadap loyalitas pengguna	Wahyuningsih & Nirawati (2023)	Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas
		Calendri & Utami (2022)	Keamanan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan
		Septiani & Alam (2024)	Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas
3.	Kemudahan penggunaan terhadap kepuasan	(Nugraha et al., 2021)	Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna
		(Yunita et al., 2024)	Kemudahan penggunaan tidak berpengaruh terhadap loyalitas pengguna
		Putra Hayuningtyas & (2023)	Kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap loyalitas pengguna

4.	Keamanan terhadap kepuasan	(Masiaga et al., 2022)	Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan
		(Mileniumati et al., 2023)	Keamanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan
		Kinasih (2012)	Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan
5.	Kepuasan terhadap loyalitas pengguna	Samara & Susanti (2023)	Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas
		Sandy et al., 2023)	Kepuasan tidak berpengaruh terhadap loyalitas.
		Septiani & Alam (2024)	Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas
6.	Kepuasan memediasi kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna	Ismi & Abdilla (2023)	Kepuasan dapat memediasi kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna
		(Pasaribu et al., 2024)	Kepuasan tidak dapat memediasi kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna.
7.	Kepuasan memediasi keamanan terhadap loyalitas pengguna	(Dwiyanti et al., 2023)	Kepuasan dapat memediasi keamanan terhadap loyalitas pengguna
		Rismawati (2024)	Kepuasan tidak dapat memediasi keamanan terhadap loyalitas pengguna.

## G. Hipotesis Penelitian

### 1. Hubungan Kemudahan Penggunaan dengan Loyalitas

Loyalitas adalah suatu bentuk kesetiaan konsumen untuk tetap melakukan pembelian produk barang atau jasa di masa yang akan datang (Saragih & Prayitta, 2023). Kemudahan penggunaan merupakan penentu

penting dalam penggunaan teknologi. Kemudahan penggunaan menjadi karakteristik penting untuk niat loyalitas terhadap merek yang dijual (Hamari dkk., 2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dkk (2021) yang menunjukan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Hal yang sama juga diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Calendri & Utami (2022) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Lubis & Sitorus (2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Semakin banyak kemudahan yang dirasakan oleh pengguna atau konsumen maka semakin loyal atau pengguna akan terus menggunakan produk atau layanan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet*.

## 2. Hubungan Keamanan dengan Loyalitas

Keamanan adalah salah satu aspek terpenting dalam teknologi informasi. Aplikasi *e-wallet* umumnya dilengkapi dengan sistem keamanan berlapis. Pengguna biasanya diharuskan memasukkan *identification number* (PIN) atau *password* saat mendaftar akun maupun saat melakukan login di aplikasi *e-wallet*. Keamanan akan berpengaruh langsung terhadap loyalitas (Wahyuningsih & Nirawati, 2019).

Penelitian yang dilakukan oleh Lubis & Sitorus (2023) yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Selain itu, dalam penelitian yang dilakukan oleh Wahyuningsih & Nirawati (2023) juga mengungkapkan bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Hal yang sama juga diungkapkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Septiani & Alam (2024) bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna. Artinya semakin tinggi keamanan yang dimiliki pada suatu sistem informasi, maka pengguna akan semakin nyaman dalam menggunakan suatu sistem informasi dan akan semakin loyal. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2: Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet*.

### **3. Hubungan Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan**

Jika pelanggan merasa bahwa kemudahan dalam menggunakan aplikasi memenuhi harapan mereka, hal ini akan menghasilkan kepuasan (Nugraha dkk., 2021). Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan konsumen setelah mengalami suatu kinerja atau hasil yang telah memenuhi berbagai harapannya (Supriyatna Adi, 2015).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dkk (2020) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal yang sama juga diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Putra & Hayuningtyas (2023) yang

menyebutkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pengguna. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani & Bertuah (2023) juga mengungkapkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Hal tersebut menunjukkan bahwa saat pengguna merasa aplikasi mudah digunakan, maka kepuasan mereka terhadap aplikasi tersebut semakin meningkat. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3: Kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*.

#### **4. Hubungan Keamanan dengan Kepuasan**

Keamanan adalah kegiatan pengontrolan dan penjagaan keamanan atas data yang mampu dilakukan oleh perusahaan (Arasu & Viswanathan, 2011). Semakin kuat sistem keamanan yang terdapat pada sistem informasi, maka kepuasan penggunanya akan semakin tinggi (Putra & Triwardhani, 2020).

Berdasarkan penelitian Masiaga dkk (2022) yang menyatakan bahwa keamanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal yang sama juga diungkapkan dalam penelitian Kinashih (2012) bahwa keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Fichan & Narundana (2022) juga menungkapkan keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin kuat keamanan pada sebuah sistem informasi, maka kepuasan penggunanya akan semakin tinggi.

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4: Keamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna *e-wallet*.

## 5. Hubungan Kepuasan dengan Loyalitas

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan pelanggan terhadap hasil suatu produk dan harapan-harapan pelanggan. Keberhasilan perusahaan apabila karyawan mampu memberikan pelayanan yang baik, sehingga pelanggan merasa puas dan di mata pelanggan citra perusahaan menjadi baik dan bersifat positif. Hal tersebut dapat menumbuhkan loyalitas pelanggan (Kotler & Keller, 2007).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Samara & Susanti (2023) menyatakan bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Hal yang sama juga diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Nugraha dkk (2021) bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Septiani & Alam (2024) juga mengungkapkan hal yang sama bahwa kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas. Artinya semakin puas seseorang menggunakan suatu produk maka loyalitasnya akan semakin tinggi. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H5: Kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet*.

## **6. Hubungan Kemudahan Penggunaan dengan Loyalitas melalui Kepuasan**

Kemudahan penggunaan merupakan persepsi bahwa suatu sistem atau aplikasi dapat digunakan dengan mudah dan tidak menyulitkan (Ismi & Abdilla, 2023). Dalam konteks *e-wallet*, jika aplikasi mudah dioperasikan, pengguna akan merasa nyaman dalam mengakses berbagai fitur yang disediakan. Hal ini dapat menimbulkan kepuasan terhadap layanan yang digunakan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ismi & Abdilla (2023) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna. Artinya jika pengguna merasa nyaman dalam mengakses berbagai fitur yang disediakan maka akan menimbulkan sebuah kepuasan. Pengguna yang merasa puas cenderung akan terus menggunakan layanan tersebut dalam jangka panjang, sehingga meningkatkan loyalitas. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H6 : Kepuasan memediasi pengaruh kemudahan penggunaan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet*.

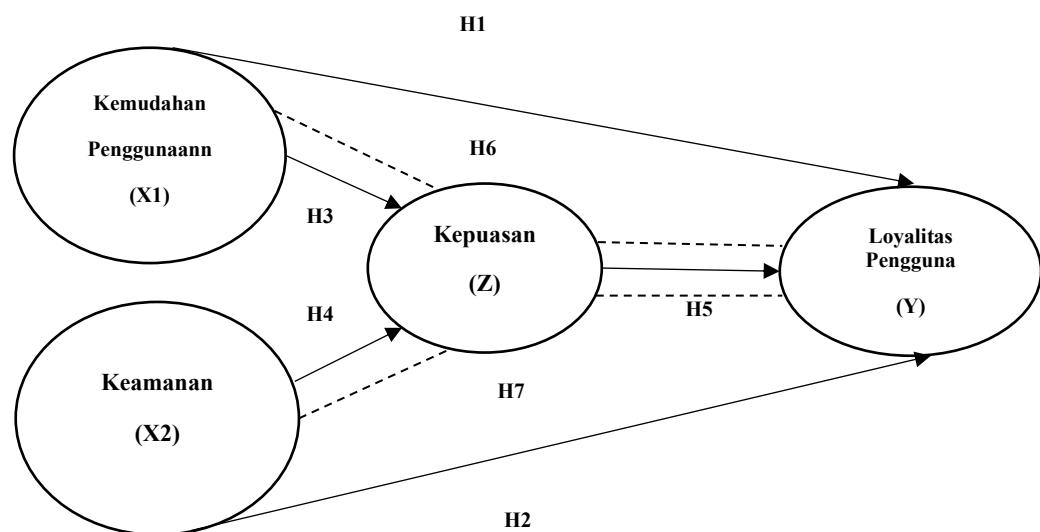
## **7. Hubungan Keamanan dengan Loyalitas melalui Kepuasan**

Keamanan dalam *e-wallet* merujuk pada perlindungan data pribadi dan transaksi pengguna dari risiko kebocoran atau penyalahgunaan. Jika pengguna merasa sistem *e-wallet* aman, maka tingkat kepercayaan dan

kenyamanan mereka akan meningkat. Rasa aman ini akan memicu kepuasan karena pengguna merasa dilindungi. Ketika kepuasan terbentuk, maka loyalitas pengguna terhadap layanan juga akan semakin kuat (Arasu & Viswanathan, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Dwiyanti dkk (2023) menyatakan bahwa keamanan berpengaruh secara tidak langsung terhadap loyalitas melalui kepuasan pengguna. Artinya keamanan pada sistem *e-wallet* dapat memicu kepuasan dan akan berdampak pada loyalitas. Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H7: Kepuasan memediasi pengaruh keamanan terhadap loyalitas pengguna *e-wallet*.



Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian