

## ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN *MOBILE PAYMENT*

Prihatiningsih, Ida Savitri Kusmargiani, Nina Woelan Soebroto, Utami Tri Sulistyorini, Moch Abdul Kodir

Politeknik Negeri Semarang, Jl. Prof. H. Soedarto, SH, Tembalang  
[atin3r@gmail.com](mailto:atin3r@gmail.com)

**Abstract:** *Electronic money is a payment system that has been adopted and developed in the banking world. An example of electronic money is e-Toll Card, BCA Flazz, GazCard, BNI TapCash, BRI BRIZZI, BTN Blink and others. The use of electronic money as an innovative and practical means of payment is expected to help smooth payments for mass, fast and micro economic activities, so that their development can help smooth transactions on toll roads, in the field of transportation such as trains or other public transportation or transactions in mini. market, food court or parking. The problem in this study is the gap between smartphone users and mobile payment users, complaints from mobile payment users, and differences in the results of previous studies. The purpose of this study is to analyze the significance of the effect content, accuracy, format, timeliness and easy of use either simultaneously or partially on customer satisfaction mobile payment formulate and user satisfaction mobile payment levels. The population in this study were users mobile payment using purposive sampling technique, the sample in this study was the Semarang State Polytechnic Student who used the Dana.OVO, dan Go Pay application. using the analysis method Satisfactio End User Computing.*

**Keywords :** *Financial Technology, smartphone, mobile payment*

**Abstrak:** *Electronic money merupakan sistem pembayaran yang telah diadopsi dan dikembangkan di dunia perbankan. Contoh dari electronic money yaitu e-Toll Card, BCA Flazz, GazCard, BNI TapCash, BRI BRIZZI, BTN Blink dan lain-lain. Penggunaan uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi di jalan tol, di bidang transportasi seperti kereta api maupun angkutan umum lainnya atau transaksi di mini market, food court atau parkir. Permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya kesenjangan antara pengguna smartphone dan pengguna mobile payment, keluhan pengguna mobile payment, dan perbedaan hasil penelitian sebelumnya. Tujuan dari penelitian ini adalah Menganalisis signifikansi pengaruh isi (content), keakuratan (accuracy), bentuk (format), ketepatan waktu (timeliness) dan kemudahan penggunaan sistem (easy of use) baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan mobile payment dan merumuskan tingkat kepuasan pengguna mobile payment. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna mobile payment dengan menggunakan teknik purposive sampling, sampel dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang pengguna aplikasi Dana.OVO, dan Go Pay dengan menggunakan metode analisis End User Computing Satisfactio.*

**Kata kunci :** *Financial Technology, Smartphone, Mobile payment*

## PENDAHULUAN

Menurut Undang-Undang Bank Indonesia No.23 tahun 1999, sistem pembayaran adalah suatu sistem yang mencakup seperangkat aturan, lembaga dan mekanisme, yang digunakan untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi suatu kewajiban yang timbul dari suatu kegiatan ekonomi.

*Electronic money* merupakan sistem pembayaran yang telah diadopsi dan dikembangkan di dunia perbankan. Contoh dari *electronic money* yaitu *e-Toll Card*, *BCA Flazz*, *GazCard*, *BNI TapCash*, *BRI BRIZZI*, *BTN Blink* dan lain-lain. Penggunaan

uang elektronik ini sebagai alat pembayaran yang inovatif dan praktis diharapkan dapat membantu kelancaran pembayaran kegiatan ekonomi yang bersifat massal, cepat dan mikro, sehingga perkembangannya dapat membantu kelancaran transaksi di jalan tol, di bidang transportasi seperti kereta api maupun angkutan umum lainnya atau transaksi di *mini market*, *food court* atau parkir. Volume dan nominal transaksi uang elektronik di Indonesia terus mengalami kenaikan dari tahun ke tahun, dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Transaksi Uang Elektronik

Periode	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019
Volume (dalam satuan transaksi)	943.319.933	2.922.689.905	5.226.699.919
Nominal (dalam jutaan rupiah)	12.375.469	47.198.616	145.165.486

Sumber: Bank Indonesia, 2019 (data diolah)

Menurut Bank Indonesia, *fintech* merupakan hasil gabungan teknologi jasa keuangan dengan teknologi yang mengubah model bisnis tunai menjadi non-tunai serta dapat mengubah sistem pembayaran di masyarakat dan membantu perusahaan menekan biaya yang terlalu tinggi. Tujuan *fintech* adalah membantu untuk memaksimalkan penggunaan teknologi untuk mengubah, mempertajam atau mempercepat berbagai aspek pelayanan keuangan.. Hal ini yang menjadi cikal bakal dikeluarkannya *mobile payment*.

*Mobile payment* ini merujuk pada uang elektronik berbasis *server*, sehingga dalam penggunaannya konsumen harus terkoneksi dengan

*server* penerbit dan jaringan internet. Contoh dari *mobile payment* yaitu, *T-Cash* Telkomsel, *DOKU*, *Go-Pay*, *DANA*, *OVO*, *Uangku*, *Sakuku*, *LinkAja*, *Samsung Pay*, *Apple Pay* dan lain-lain.

Perbandingan antara jumlah penduduk suatu negara dengan pelanggan *smartphone* terdapat ketidakseimbangan dari populasi penduduk dan pelanggan *smartphone*. Hal ini disebabkan karena satu orang penduduk memiliki lebih dari satu buah *smartphone*. Data perbandingan jumlah penduduk dan jumlah pengguna *Smartphone* di Asia Tenggara dapat dilihat dalam tabel 2 pada halaman berikutnya:

**Tabel 2. Data Jumlah Penduduk dan Pengguna *Smartphone* di Asia Tenggara**

<i>Negara</i>	Jumlah Penduduk (Juta)	Pengguna <i>Smartphone</i>	%
Indonesia	270,6	355,5	133%
Malaysia	31,95	40,24	125%
Philippines	108,1	124,2	116%
Singapore	5,80	8,37	144%
Thailand	69,63	92,33	133%
Vietnam	96,46	143,3	148%

Sumber: DataR eportal, Digital 2019 Southeast Asia Ecommerce Spotlight September 2019 v01 (data diolah)

Menurut *Global customer insights survey* (2019) menunjukkan pertumbuhan jumlah pelanggan *mobile payment* jika dibandingkan dengan jumlah pengguna *smartphone* yang belum maksimal. Contohnya di Indonesia, persentase pelanggan *mobile payment* sebesar 47% di tahun 2019, dibandingkan dengan tahun 2018, persentase pelanggan *mobile payment* hanya mengalami kenaikan sebesar 9%. Masih ada 53% pengguna *smartphone* yang belum berlangganan *mobile payment*. Hal ini dapat menjadi peluang besar bagi pertambahan jumlah pelanggan *mobile payment* untuk tahun selanjutnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut Doll dan Torkzadeh (1988) adalah isi (*content*), keakuratan (*accuracy*), format (*format*), ketepatan waktu (*timeliness*) dan kemudahan penggunaan sistem (*easy of use*) terhadap kepuasan pengguna *mobile payment*.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, diperlukan adanya evaluasi sistem informasi untuk mengetahui apakah pelanggan (*end user*) *mobile payment* sudah merasa puas dengan pelayanan *mobile payment* atau belum. Ada beragam model evaluasi sistem informasi yang memiliki konsep dan spesifikasi yang beragam, sehingga perlu disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan tersebut. Salah satunya adalah model evaluasi dengan pendekatan EUCS (*End User Computing Satisfaction*), konsep pendekatan ini memberi penekanan

pada aspek kepuasan pengguna suatu sistem informasi atau aplikasi dengan pertimbangan dari segi isi (*content*), keakuratan (*accuracy*), bentuk (*format*), ketepatan waktu (*timeliness*) dan kemudahan penggunaan suatu sistem (*easy of use*). Rini (2019:3) berpendapat penggunaan model EUCS ini dianggap paling sesuai untuk penelitian mengenai jenis penelitian yang berkaitan dengan sistem informasi atau aplikasi karena model pendekatan EUCS menilai tingkat kepuasan penggunaan suatu aplikasi berdasarkan perspektif pengguna sedangkan model lainnya (misalnya TAM, TPB, TTF, HOT *Fit* dll) lebih menekankan pada tingkat penerimaan suatu sistem informasi atau aplikasi yang telah dikembangkan untuk kepentingan internal perusahaan. Sebuah sistem informasi atau aplikasi yang didesain berbasis *user centric* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pemakai, fleksibel, mudah digunakan dan bersifat *real time* sehingga pelanggan (*end user*) dapat merasa puas. Kepuasan pelanggan (*end user*) dapat dinilai berdasarkan isi, keakuratan, format, waktu dan kemudahan penggunaan dari sistem.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah masih rendahnya pelanggan *mobile payment* dibandingkan dengan pengguna *smartphone* dan adanya perbedaan hasil penelitian sebelumnya terkait faktor-faktor yang

mempengaruhi kepuasan nasabah *mobile payment*.

**Tujuan Penelitian**

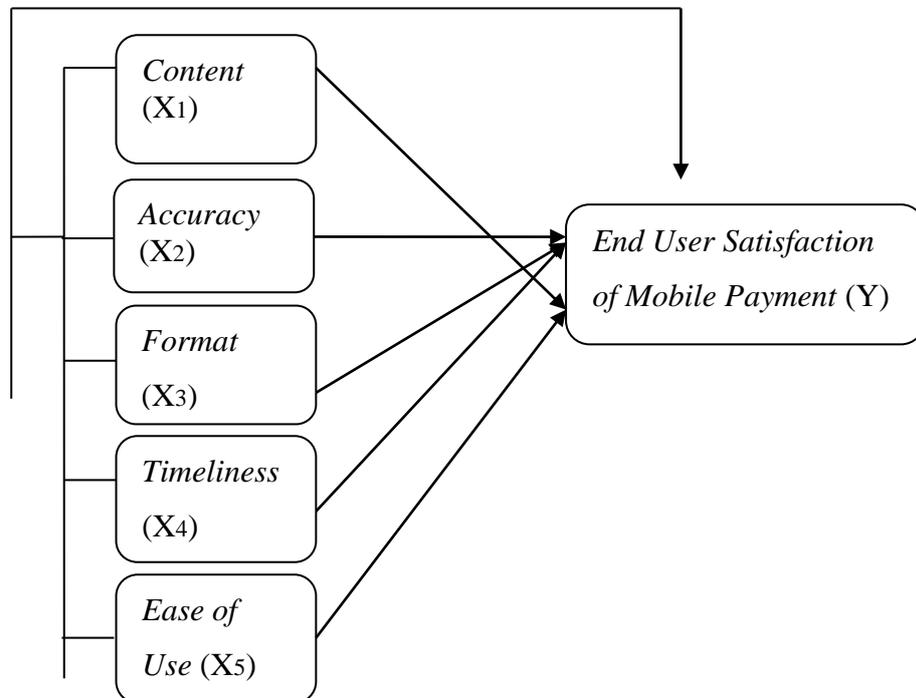
Tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Menganalisis signifikansi pengaruh isi (*content*), keakuratan (*accuracy*) bentuk

- 1. Menganalisis signifikansi pengaruh isi (*content*), keakuratan (*accuracy*), bentuk (*format*), ketepatan waktu (*timeliness*) dan kemudahan penggunaan sistem (*easy of use*) secara simultan terhadap (*format*), ketepatan waktu (*timeliness*), dan kemudahan penggunaan sistem (*easy of use*) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*.

**METODE**

**Kerangka Pemikiran**



**Gambar 2. Kerangka Pemikiran**

Sumber: Hidayah et al (2016), Rini (2019), Fajriyansyah dan Abdurachman (2012), Suzantodan Sidharta (2015), Pratama et al (2012), Djunanto dan Pampilaya (2018), dan Yulianingsih (2016).

**Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Politeknik Negeri Semarang yang berlangganan aplikasi *mobile payment* dalam *smartphone* mereka, dengan pemilihan sampel berdasarkan *non random system*.

Dalam penelitian ini metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. *Non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel penelitian secara *non-random* (tidak acak).

Batasan-batasan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Responden dalam penelitian ini adalah dari kalangan mahasiswa yang menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA, Go Pa, dan OVO
2. Ruang lingkup sampel mahasiswa yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa Politeknik Negeri Semarang yang berlangganan atau menggunakan aplikasi *mobile payment* DANA, Go Pay, dan OVO

#### Metode Pengumpulan Data

Metode Pengumpulan data dalam penelitian ini melalui kuesioner atau angket sebagian besar penelitian umumnya menggunakan kuesioner sebagai metode yang dipilih untuk mengumpulkan data.

Pertanyaan tertutup menggunakan suatu skala yang disebut *Likert's Summated Rating* (LSR). LSR adalah metode pengukuran sikap (*attitude*) yang banyak digunakan dalam penelitian

sosial karena kesederhanaannya. Dalam penelitian ini menggunakan skala 1-4 dengan pilihan jawaban berjenjang sebagai berikut:

**Tabel 3. *Likert's Summated Rating***

Penilaian	Bobot Nilai
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Radjab dan Jam'an (2017:96), data diolah

#### Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel independen meliputi *content*, *accuracy*, *format*, *timeliness* dan *ease of use*, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan *mobile payment*. Hubungan variabel independen dengan variabel dependen adalah naik turunnya variabel dependen dipengaruhi oleh perilaku variabel independen.

**Tabel 4. Definisi Operasional Variabel**

No	Variabel	Definisi Operasional
1	<i>Content</i>	Digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna yaitu ditinjau dari sisi isi sistem dan isi informasi (Dewa, 2016:29). X1.1 <b>Sesuai kebutuhan</b> , artinya aplikasi <i>m-payment</i> menyediakan informasi berguna dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. X1.2 <b>Mudah dipahami</b> , artinya Komponen dan fungsi setiap <i>menu</i> dalam <i>m-payment</i> mudah dipahami oleh pelanggan. X1.3 <b>Jelas</b> , artinya aplikasi <i>m-payment</i> menyediakan informasi yang jelas. X1.4 <b>Lengkap</b> , artinya Aplikasi <i>m-payment</i> menyediakan informasi yang lengkap.
2	<i>Accuracy</i>	Digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna dari sisi keakuratan data, keakuratan sistem dan kesalahan dalam proses pengolahan data atau <i>error</i> (Dewa, 2016:29). X2.1 <b>Benar dan akurat</b> , artinya aplikasi <i>m-payment</i> menghasilkan <i>output</i> yang benar dan sesuai dengan <i>input</i> yang diperintahkan pelanggan. X2.2 <b>Tingkat kesalahan</b> , artinya dalam memproses perintah berupa input dari pelanggan selalu berjalan lancar dan jarang terjadi <i>error</i> .
3	<i>Format</i>	Digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna

		<p>dari sisi desain, keteraturan komponen-komponen dan estetika dari tampilan system (Dewa, 2016:29).</p> <p>X<sub>3.1</sub> <b>Desain dan layout</b>, artinya aplikasi <i>m-payment</i> menampilkan pengaturan tata letak fungsi dan komponen dengan terstruktur, sistematis dan kreatif.</p> <p>X<sub>3.2</sub> <b>Warna</b>, artinya aplikasi <i>m-payment</i> menampilkan komposisi dan perpaduan warna yang menarik sehingga tidak membosankan untuk dilihat.</p>
4	<b>Timeliness</b>	<p>Digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna dari sisi ketepatan waktu sistem dalam menyajikan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna (Dewa, 2016:29).</p> <p>X<sub>4.1</sub> <b>Informasi terbaru</b>, artinya aplikasi <i>m-payment</i> menyediakan informasi yang <i>up to date</i> dan menampilkan notifikasi seperti promo dan penawaran.</p> <p>X<sub>4.2</sub> <b>Kecepatan</b>, artinya aplikasi <i>m-payment</i> memproses perintah (<i>input</i>) dari pelanggan dengan cepat dan tepat waktu.</p>
5	<b>Ease of Use</b>	<p>Digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna dari sisi kemudahan sistem seperti proses memasukkan data, mengolah data dan mencari informasi yang dibutuhkan (Dewa, 2016:29).</p> <p>X<sub>5.1</sub> <b>Kemudahan penggunaan</b>, artinya aplikasi <i>m-payment</i> mudah dipahami dan digunakan untuk mendapatkan informasi dan hasil yang dibutuhkan pelanggan (<i>user friendly</i>).</p> <p>X<sub>5.2</sub> <b>Kemudahan akses</b>, artinya aplikasi <i>m-payment</i> dapat diakses dimana saja dan kapan saja.</p>
6	<b>Kepuasan Pelanggan Mobile Payment</b>	<p>Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, kebutuhan dan harapan pelanggan dapat terpenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan apabila memenuhi kebutuhan dan harapan dari pelanggannya (Qomariyah, 2012:2).</p> <p>Y<sub>1</sub> <b>Content</b>, artinya pelanggan puas dengan aplikasi dan layanan <i>mobile payment</i> karena isinya sesuai dengan kebutuhan pelanggan.</p> <p>Y<sub>2</sub> <b>Accuracy</b>, artinya pelanggan puas dengan aplikasi dan layanan <i>mobile payment</i> karena tingkat keakuratannya terjamin dan jarang terjadi kesalahan sistem.</p> <p>Y<sub>3</sub> <b>Format</b>, artinya pelanggan puas dengan aplikasi dan layanan <i>mobile payment</i> karena bentuk tampilannya menarik dan kreatif.</p> <p>Y<sub>4</sub> <b>Timeliness</b>, artinya pelanggan puas dengan aplikasi dan layanan <i>mobile payment</i> karena proses pengolahan input atau perintah yang diberikan berjalan dengan cepat dan tepat waktu serta selalu menampilkan informasi yang <i>up to date</i>.</p> <p>Y<sub>5</sub> <b>Ease of Use</b>, artinya pelanggan puas dengan</p>

aplikasi dan layanan *mobile payment* karena mudah digunakan dan diakses kapan saja dan dimana saja.

Referensi : Doll dan Torkzadeh (2004), Rasman (2012), Rini (2019), Pangri et al (2019) dan Dewa (2016)

### Model Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan *mobile payment*. Variabel independen dalam penelitian ini

adalah *content*, *accuracy*, *format*, *timeliness* dan *ease of use*.

Pengujian hipotesis akan dilakukan dengan model regresi sebagai berikut:

$$KPMP = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Dimana:

KPMP = Kepuasan Pelanggan *Mobile Payment*.

$\alpha$  = Konstanta.

$X_1$  = *Content*.

$X_2$  = *Accuracy*.

$X_3$  = *Format*.

$X_4$  = *Timeliness*.

$X_5$  = *Ease of Use*.

$b_1$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_1$ , *Content*.

$b_2$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_2$ , *Accuracy*.

$b_3$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_3$ , *Format*.

$b_4$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_4$ , *Timeliness*.

$b_5$  = Koefisien regresi dari variabel  $X_5$ , *Ease of Use*.

$e$  = *Error* (tingkat kesalahan pengganggu).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pembahasan Pengaruh Variabel *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Timeliness* dan *Ease of Use* Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan *Mobile Payment*

Berdasarkan hasil uji  $f$ , diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} = 25,683$  lebih besar dari  $F_{tabel} = 2,31$  atau nilai signifikansi = 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel *content*, *accuracy*, *format*, *timeliness*, dan *ease of use* secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment* dengan kontribusi dari variabel *content*, *accuracy*, *format*, *timeliness*, dan *ease of use* dalam menerangkan kepuasan pelanggan *mobile payment* dapat dilihat dari seberapa besar nilai koefisien determinasi (*Adjusted R<sup>2</sup>*) sebesar 0,708. Hal ini menunjukkan

bahwa variabel *content*, *accuracy*, *format*, *timeliness*, dan *ease of use* memiliki kontribusi pengaruh kepuasan pelanggan *mobile payment* sebesar 70,8 % dan tersisa 29,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan Pengaruh Variabel *Content* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan *Mobile Payment*

Berdasarkan hasil uji statistik diketahui bahwa variabel *content* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *content* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*, sehingga pihak penyelenggara *mobile payment* harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas *content* dari aplikasi *mobile payment* seperti

menyesuaikan fitur *mobile payment* sesuai kebutuhan, mudah dipahami, jelas dan lengkap sehingga diharapkan dapat menambah pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama.

#### **Pembahasan Pengaruh Variabel *Accuracy* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan *Mobile Payment***

Berdasarkan hasil uji statistik diketahui bahwa variabel *accuracy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *accuracy* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*, sehingga pihak penyelenggara *mobile payment* harus mempertahankan dan meningkatkan kualitas *accuracy* dari aplikasi *mobile payment* dengan menyajikan informasi benar dan akurat serta tingkat kesalahan kecil kepada pelanggan sehingga diharapkan dapat menambah pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama.

#### **Pembahasan Pengaruh Variabel *Format* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan *Mobile Payment***

Berdasarkan hasil uji statistik diketahui bahwa variabel *format* berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*. Berdasarkan wawancara dan pertanyaan tertutup menunjukkan pelanggan *mobile payment* kurang memperhatikan tampilan visual aplikasi *mobile payment* dan tata letak/ *lay out* fitur aplikasi, meskipun demikian pihak penyelenggara *mobile payment* tidak boleh mengabaikan hal tersebut, tetapi harus tetap meningkatkan kualitas *format* dari aplikasi *mobile payment* seperti *layout* sistematis dan desain yang menarik agar mempertahankan loyalitas pelanggannya dan dapat menambah pelanggan aplikasi, meskipun demikian pihak penyelenggara *mobile payment* tidak boleh mengabaikan hal tersebut, tetapi harus tetap meningkatkan

kualitas *format* dari aplikasi *mobile payment* seperti desain dan *layout* kreatif dengan warna menarik, sehingga diharapkan dapat menambah pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama.

#### **Pembahasan Pengaruh Variabel *Timeliness* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan *Mobile Payment***

Berdasarkan hasil uji statistik diketahui bahwa variabel *timeliness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *timeliness* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*, sehingga pihak penyelenggara *mobile payment* harus lebih meningkatkan kualitas *timeliness* dari aplikasi *mobile payment* seperti cepat dalam memberikan informasi baru (*real time*) dan mengurangi kesalahan sistem sehingga diharapkan dapat menambah pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama.

#### **Pembahasan Pengaruh Variabel *Ease of Use* Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan *Mobile Payment***

Berdasarkan hasil uji statistik diketahui bahwa variabel *ease of use* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel *ease of use* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*, sehingga pihak penyelenggara *mobile payment* harus lebih meningkatkan kualitas *ease of use* dari aplikasi *mobile payment* dengan meningkatkan kemudahan penggunaan dan kemudahan mengakses sehingga diharapkan dapat menambah pelanggan baru dan mempertahankan loyalitas pelanggan lama.

#### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan

dalam penelitian ini mengenai analisis tingkat kepuasan pelanggan *mobile payment* melalui pendekatan *end user computing satisfaction* studi kasus pada mahasiswa Politeknik Negeri Semarang, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. *Content*, *accuracy*, *format*, *timeliness*, dan *ease of use* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*.
2. *Content* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*.
3. *Accuracy* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*.
4. *Format* secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*.
5. *Timeliness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*.
6. *Ease of use* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan *mobile payment*.

#### DAFTAR PUSTAKA

Amelia, Suci. 2019. *Pengaruh Financial Technology Terhadap Sistem*

Ardianto, Agung. Fauziati, Silmi. Nugroho, Eko. 2014. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pengguna Akhir Sistem Informasi Sumber Daya Manusia (Studi Kasus di BPK RI)*. STMIK AMIKOM Yogyakarta.

Centre for Innovation Policy and Governance. 2018. *Big Data, Kecerdasan Buatan, Blockchain, dan Teknologi Finansial di Indonesia*.

Cnbcindonesia :  
<https://www.cnbcindonesia.com/t>

*ech/20191105160154-37-112859/ovo-error-hari-ini-ternyata-ini-penyebabnya*

Chishti, Sussane. Janos, Barbaries. 2016. *The Fintech Book*. Great Britain: TJ International Ltd.

DataReportal, Digital 2019 Southeast Asia Ecommerce Spotlight September 2019 v01.

Dewa, Radin. 2016. *Analisis Kepuasan Penggunaan Terhadap Portal Program Studi Informatika Menggunakan EUCS (End User Computing Satisfaction)*. Universitas Bina Darma Palembang.

Djunanto, Ramon Adianto. Papilaya, Frederik Samuel. 2018. *Analisis Kepuasan Penerimaan Pengguna Akhir Sistem Branch Delivery System (BDS) pada Layanan Teller Cash Recycler (TCR) Menggunakan End User Computing Satisfaction (EUCS) dan ISO/IEC 12207:2008 pada Perusahaan Bank di Indonesia*. Universitas Kristen Satya Wacana.

Doll, William J. Deng, Xiaodong. Ragunathan, G. Torkezadeh, Gholamreza. Xia, Weidong. 2004. The Meaning and Measurement of User Satisfaction: A Multigroup Invariance Analysis of The End-User Computing Satisfaction Instrument. *Journal of Management Information Systems* Summer 2004, Vol. 21, No. 1, pp. 227–262.

Fajriyansyah S, M. Abdurachman Edi. 2012. Analisis Kepuasan Penggunaan Sistem Informasi Perkreditan (Studi Kasus: Koperasi Perumahan Wanabakti Nusantara). *Journal of Applied Finance and Accounting*,4(2),167-193.

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global customer insights survey 2019.
- Hidayah, Chiquita Nuraini. Papilaya, Frederik Samuel. Manuputty, Augie David. 2016. *Analisis Kepuasan Penerimaan Pengguna Akhir Sistem Cashier Distribution Center (CDC) Menggunakan End User Computing Satisfaction (EUCS)*. Universitas Kristen Satya Wacana.
- Indrajit, Richardus Eko. 2001. *Manajemen Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*. STIMIK Perbanas Renaissance Center.
- InfoKomputer : <https://infokomputer.grid.id/read/121778754/go-pay-mendadak-eror-para-pengguna-go-jek-ngeluh-di-media-sosial?page=all>
- iPrice Group.
- Laporan Sistem Pembayaran dan Pengedaran Uang 2010. Direktorat Akunting dan Sistem Pembayaran Direktorat Pengedaran Uang.
- MIS Quarterly. 1988. *The Measurement of End-User Computing Satisfaction*.
- MIS Quarterly. 1991. *The Measurement of End-User Computing Satisfaction: Theoretical and Methodological Issues*.
- MediaKonsumen: <https://mediakonsumen.com/2019/11/18/surat-pembaca/aplikasi-dana-tidak-100-aman>
- Qomariah, Nurul. 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Universitas Muhammadiyah di Jawa Timur)*. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Pangri, Muuzakkir. Sunardi. Umar, Rusdy. 2019. *Analisis Sistem Informasi Perpustakaan Menggunakan Metode End User Computing Satisfaction (EUCS) di Universitas Muhammadiyah Sorong*. Seminar Nasional Teknologi Fakultas Teknik Universitas Krisnadwipayana.
- Peraturan Bank Indonesia No. 20/6/PBI/2018.
- Pratama, Jefri Gumilar. Afriyudi. Yadi, Ilman Zuhri. 2012. *Analisa Sistem Informasi Entri KRS Online pada Universitas Bina Darma Dengan Menggunakan Metode End-User Computing (EUC) Satisfaction*. Universitas Bina Darma.
- Putri, Budi Rahayu Tanama. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar : Universitas Udayana.
- Puwandani, Indah. 2018. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Mahasiswa Pengguna Elearning dengan Menggunakan End User Computing (EUC) Satisfaction Studi Kasus: Akademi Bina Sarana Informatika*. AMIK Bina Sarana Informatika.
- Radjab, Enny. Jam'an, Andi. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makassar: Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.

- Raina, Vibha Kaw. Pandey, U. Muakkad, Munish. 2012. A User Friendly Transaction Model of Mobile Payment with reference to Mobile Banking in India. *International Journal of Information Technology*, Vol. 18 No.2.
- Rasman, Yoel Indra Kusuma. 2012. *Gambaran Hubungan Unsur – Unsur End User Computing Satisfaction Terhadap Kepuasan Pengguna Sistem Informasi Rumah Sakit di Rumah Sakit Umum Daerah Kota Depok*. Universitas Indonesia.
- Rini, Dyah Puspito. 2019. *Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Akhir Terhadap Layanan “Linkaja” di Indonesia Melalui Pendekatan End User Computing Satisfaction (EUCS) dan Reputasi Perusahaan*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Yogyakarta.
- Semiawan, Raco Conny. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Penerbit PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Shuhaiber, Ahmed. 2016. *Factors Influencing Consumer Trust in Mobile Payments in the United Arab Emirates*. Victoria University of Wellington.
- Siyoto, Sandu. Sodik, Ali. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sukoharsono, Eko Ganis. 2008. *Sistem Informasi Manajemen*. Malang : Penerbit Surya Pena Gemilang.
- Suzanto, Boy. Sidharta, Iwan. 2015. Pengukuran End-User Computing Satisfaction Atas Penggunaan Sistem Informasi Akademik. *Jurnal Ekonomi Bisnis & Entrepreneurship* Vol. 9, No.1, April 2015,16-28.
- Taylor, E. 2016. Mobile Payment Technologies in Retail; A Review of Potential Benefits and Risks. *International Journal of Retail and Distribution Management*, Vol. 44 (2): 159-177.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 23 Tahun 1999.
- Undang-Undang No.8 Tahun 1999 Pasal 1 ayat 2.
- Untoro. Trenggana R. Dewi, Komala. 2013. *Pemetaan Produk dan Risiko Pembayaran Bergerak (Mobile Payment) dalam Sistem Pembayaran di Indonesia*. Bank Indonesia.
- Venkatraman, Sitalakshmi. 2018. A Strategic Framework For Mobile Payments. *International Journal of Managing Information Technology* (IJMIT) Vol.10, No.2.
- [www.bi.go.id/](http://www.bi.go.id/)
- Yulianingsih, Evi. 2016. *Analisis Kepuasan Terhadap Penggunaan E-Learning Menggunakan Technology Acceptance Model dan End User Computing Satisfaction*. Universitas Bina Darma.