

PENGARUH E-SERVICE QUALITY, E-TRUST TERHADAP E- CUSTOMER LOYALTY PADA PENGGUNA LAYANAN KEUANGAN DIGITAL POSPAY DI PT.POS INDONESIA (PERSERO) KCU MANADO

Irene Tesalonika*¹, Efendy Rasjid*²

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹ Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

² Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: *irenetesalonika11@gmail.com, *rasjidefendy@gmail.com

ABSTRACT

The rapid development of the scientific and technological revolution in the era of the industrial revolution 4.0 & 5.0 is currently having an impact on all fields, one of which has an impact on the financial services industry. It makes PT. Pos Indonesia as a public service facilitator, transformed by launching the digital financial service "Pospay", namely a SOPP network financial payment facility, namely a digital network with fellow partners, in collaborating on bill payment services. This type of research is quantitative research for research methods using descriptive research methods. In collecting data, the method used is a questionnaire by taking a sample from one population. The population taken is only limited to users of Pospay digital financial services at PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado, the total population is not known with certainty. while the samples obtained were 42 samples using the Cochran formula using the non-probability sampling method in the form of purposive sampling. The analysis used is descriptive statistical analysis, total score, classical assumptions, regression analysis and simple and multiple correlations. While the results of the research analysis, the simultaneous correlation coefficient value $r = 0.786$ indicates that E-Service Quality and E-trust have a strong and significant relationship to increasing E-Customer Loyalty for pospay users at PT Pos Indonesia (Persero) KCU Manado. The coefficient of determination $r^2 = 0.618$ indicates that the increase in E-Customer Loyalty for pospay users at PT Pos Indonesia (Persero) KCU Manado is 61.8% influenced by E-Service Quality and E-trust together while the remaining 38.2% is influenced by other factors outside of this study. For this reason, E-Service Quality needs to be improved, of course, supported by a maximum application performance system, so that transaction activities are more efficient, safe and comfortable, that way E-Trust will grow and increase E-Customer Loyalty for Pospay application users so that they can achieve company goals.

Keywords: E-Service Quality, E-Trust, E.Customer Loyalty

1. PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi terus menerus berinovasi semakin canggih, hal tersebut memberikan manfaat yang signifikan bagi kehidupan masyarakat di era sekarang ini. Dalam era globalisasi, khususnya pada perkembangan Revolusi Industri 4.0 & Society 5.0 berkaitan erat dengan transformasi digital yang tentunya memberi perubahan pada penerapan teknologi digital di seluruh aspek kehidupan masyarakat. Penerapan Industri 4.0 masih berlangsung hingga saat ini, hal tersebut ditandai dengan hadirnya teknologi digital Artificial Intelligence (AI), Internet Of Things (IoT) dan lain sebagainya, sebagai komponen utama untuk meningkatkan produktivitas, serta efisiensi waktu. Hal tersebut dapat dilihat dengan adanya program pembayaran non tunai, layanan administrasi online, dan lainnya. Sedangkan dalam penerapan konsep Society 5.0 ditandai dengan perubahan pada teknologi digital, namun tetap menggunakan manusia sebagai komponen utamanya. Seperti halnya pada beberapa perusahaan, yang menggunakan platform digital untuk mengontrol kegiatan operasional perusahaan sehingga sistem manajemen dapat berjalan dengan baik.

Berkembangnya Revolusi industri 4.0 & Society 5.0 pada saat ini, juga berdampak pada industri jasa keuangan yaitu pada bidang Fintech. Financial technology/fintech merupakan salah satu inovasi teknologi informasi berbasis digital yang muncul dalam industri jasa keuangan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran, menggeser peranan uang tunai (currency) sebagai alat pembayaran kedalam bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Semakin beragamnya layanan keuangan digital yang berkembang di Indonesia saat ini, membuat persaingan penyedia jasa ini semakin tinggi, sehingga E-Service Quality seharusnya menjadi perhatian penting bagi perusahaan dalam membangun E-Trust pelanggan. Pelayanan yang baik merupakan bagian penting dari service quality. Sedangkan E-Trust merupakan sikap dan harapan konsumen terhadap produk/jasa yang digunakan, dimana harapan tersebut meyakinkan dalam situasi resiko atas penggunaan layanan berbasis online ini. E-Trust konsumen sangat bergantung pada E-service quality. Ketika tingkat kepercayaan pelanggan tinggi, maka akan semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan kepada produk layanan yang digunakan.

PT.Pos

Indonesia (Persero) yang merupakan salah satu perusahaan BUMN tertua di Indonesia, mengemban peran dan misi pelayanan publik yang fokus utamanya bergerak pada bidang jasa kurir dan logistik serta transaksi keuangan. Oleh karena itu, di era revolusi industri

4.0 & society 5.0 saat ini, membuat PT. Pos Indonesia bertransformasi dengan meluncurkan layanan keuangan digital “Pospay” ialah fasilitas pembayaran finansial berjejaring SOPP (System Online Payment Point) yaitu satu jejaring bersifat online antara PT Pos dengan mitra kerja PT Pos dalam perihal kolaborasi pelayanan pembayaran tagihan seperti PDAM, PT Telkom, PLN, Pajak, serta lembaga lainnya. Oleh karena itu, PT.Pos Indonesia (Persero) perlu memberikan mutu pelayanan yang baik, khususnya dalam inovasi pelayanan keuangan digital, kepercayaan serta kemudahan kepada masyarakat dalam melakukan pembayaran yang efektif serta efisien menjadi perhatian penting. Kualitas pelayanan, kepercayaan yang baik, akan menumbuhkan kesetiaan pelanggan. Sehingga ketiga variabel tersebut menjadi tolak ukur dari berhasilnya suatu industri melaksanakan inovasi.

Berdasarkan observasi yang Peneliti lakukan terhadap penggunaan aplikasi keuangan digital milik pos yaitu Pospay pada PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado, Peneliti menemukan beberapa permasalahan terkait dengan variabel E-Service Quality dan E-Trust, diantaranya beberapa pengguna yang kurang memperoleh informasi terkait aplikasi tersebut sehingga berdampak pada kesulitan dalam melakukan pembayaran produk, seringkali terjadi gangguan yang mengakibatkan terhentinya proses pembelian. Selain itu, masih kurangnya kemampuan aplikasi dalam merespon keluhan pengguna secara cepat tanggap, seperti menindak lanjuti keluhan terkait kompensasi/ganti rugi apabila pelayanan jasa yang diberikan tidak sesuai dengan kebutuhan pelanggan, hal tersebut masih sulit untuk diproses lebih lanjut.

Dalam fenomena lain, Peneliti menemukan masalah dalam hal E-Customer Loyalty terhadap penggunaan aplikasi pospay, seperti berkurangnya kesetiaan pengguna dalam menggunakan jasa layanan produk secara konsisten, bahkan beberapa pengguna memilih beralih menggunakan layanan aplikasi digital yang lain daripada menggunakan pospay, dalam hal lain, peneliti juga menemukan beberapa pengguna yang memberikan beberapa ulasan pengalaman yang kurang menyenangkan mengenai pospay pada platform layanan distribusi digital (Google play). Hal ini tentu dapat menjadi bahan evaluasi bagi perusahaan untuk meningkatkan pelayanan prima khususnya dalam kinerja aplikasi.

Berkaitan dengan permasalahan tersebut, maka sistem kinerja aplikasi pospay menjadi sorotan dalam penelitian ini, mengingat bahwa aplikasi pospay merupakan salah satu layanan keuangan digital milik Pos yang berguna untuk mempermudah masyarakat

dalam mengakses layanan pos khususnya dalam bidang jasa keuangan seperti pembayaran tagihan dan lain sebagainya. Jika dibandingkan dengan layanan keuangan digital lainnya, eksistensi aplikasi pospay masih kurang dikenal oleh masyarakat, selain kurangnya promosi mengenai aplikasi, ketersediaan aplikasi pospay dalam berbagai merchant masih terbatas, sehingga hal ini dapat menjadi perhatian bagi PT.Pos untuk memperluas kerjasama yang kuat dengan berbagai merchant maupun bank yang ada, tentunya hal tersebut perlu didukung dengan performa aplikasi yang berkualitas. Sehingga tujuan masyarakat untuk mendapatkan pelayanan yang cepat dan efisien melalui aplikasi pospay dapat terpenuhi dengan baik, dampaknya kesetiaan pelanggan terhadap aplikasi akan meningkat, sehingga tidak mudah untuk berpindah pada layanan keuangan digital sejenis.

2. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari Penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana gambaran E-Service Quality dalam meningkatkan E-Customer Loyalty pada pengguna layanan keuangan digital Pospay di PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.
2. Untuk mengetahui bagaimana gambaran E-Trust dalam meningkatkan E-Customer Loyalty pada pengguna layanan keuangan digital Pospay di PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.
3. Untuk mengetahui bagaimana gambaran E-Service Quality dan E-Trust dalam meningkatkan E-Customer Loyalty pada pengguna layanan keuangan digital Pospay di PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.
4. Untuk mengetahui pengaruh E-Service Quality dan E-Trust dalam meningkatkan E-Customer Loyalty pada pengguna layanan keuangan digital Pospay di PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.
5. Untuk mengetahui pengaruh E-Trust dalam meningkatkan E-Customer Loyalty pada pengguna layanan keuangan digital Pospay di PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.
6. Untuk mengetahui pengaruh E-Service Quality dan E-Trust dalam meningkatkan E-Customer Loyalty pada pengguna layanan keuangan digital Pospay di PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.

7. Untuk mengetahui bagaimana implementasi E-Service Quality dan E-Trust yang baik dalam meningkatkan E-Customer Loyalty pada pengguna layanan keuangan digital Pospay di PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.

3. LANDASAN TEORI

E-Service Quality

Menurut Firdha *et al*, (2021:465), E-Service Quality merupakan salah satu perluasan dari kemampuan suatu situs dalam menyediakan fasilitas berbelanja, pembelian dan distribusi secara efektif dan efisien melalui online. Penelitian ini, menggunakan indikator dari Parasuraman, Zeithal, dan Malhotra, (2005) yaitu : Efficiency, Reliability, Fulfillment, Privacy, Responshipness, Compensation.

E-Trust

Menurut Sri Nawangsari *et al*, (2020:57), E-Trust didefinisikan sebagai kepercayaan terhadap harapan dalam situasi risiko online bahwa kerentanan tidak akan dieksploitasi. Suatu transaksi bisnis antara dua pihak atau lebih akan terjadi apabila masing-masing saling mempercayai. Penelitian ini, menggunakan indikator dari Robbins, (2003) yaitu : Integrity, Competence, Consistency, Loyalty, dan Openness.

E-Customer Loyalty

Menurut Liani dan Yusuf (2021), Electronic Customer Loyalty merupakan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan aplikasi secara konsisten dan melakukan transaksi online di masa mendatang tanpa terpengaruh oleh upaya pemasaran dari pesaing, serta merasa ingin merekomendasikan aplikasi tersebut kepada orang lain. Penelitian ini, menggunakan indikator dari Janita dan Miranda, (2013) yaitu : Positive word of mouth, Retention, Willingness to pay more.

4. METODE PENELITIAN

Adapun Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif untuk metode penelitian menggunakan metode penelitian Deskriptif. Dalam melakukan pengambilan data Metode yang digunakan adalah kuesioner dengan mengambil sampel dari satu populasi. Populasi yang diambil hanya di batasi pada pengguna layanan keuangan digital pospay di PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado, untuk populasi dalam penelitian ini yaitu pengguna pospay pada PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado. Menurut Sugiyono

(2019:136) dalam Giyan A'yuni *et al*, (2021) menjelaskan apabila populasi penelitian tidak diketahui secara pasti, maka pengambilan sampel dapat dilakukan dengan melakukan rumus Cochran. Dari perhitungan menggunakan rumus Cochran maka didapati hasil sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 (0,5)(0,5)}{(0,15^2)}$$

$$n = \frac{(3,8416)(0,250)}{0,0225}$$

$$n = 42$$

Sehingga jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 42 sampel dengan menggunakan metode Non probability sampling berupa purposive sampling. Untuk analisis yang digunakan adalah analisa statistik deskriptif, total skor, asumsi klasik, analisis regresi serta korelasi sederhana dan berganda.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengujian yang dilakukan terhadap Variabel E-Service Quality (X_1), E-Trust (X_2) terhadap E-Customer Loyalty (Y) pada pengguna pospay di PT.Pos Indonesia (Persero) KCU Manado mendapat nilai t_{hitung} sebesar 5,302 yang artinya lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,684 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak serta H_a sehingga mempunyai arti bahwa secara simultan E-Service Quality (X_1) dan E-Trust (X_2) berpengaruh signifikan terhadap E-Customer Loyalty (Y) pada pengguna layanan keuangan digital popsay di PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.

1. Pengujian Variabel E-Service Quality (X_1) terhadap E-Customer Loyalty (Y) didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 5,302 yang artinya lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,684 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak serta H_a sehingga mempunyai arti bahwa secara parsial E-Service Quality berpengaruh signifikan terhadap E-Customer Loyalty pada pengguna popsay di PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado. Sejalan dengan penelitian Laurent

(2016:100), yang mengungkapkan ketika *E-Service Quality* yang diberikan oleh perusahaan sudah cukup baik, maka loyalitas pelanggan akan terbentuk dengan sendirinya, karena loyalitas terbentuk dari pengalaman-pengalaman yang diterima secara terus-menerus. Semakin konsumen terpuaskan antara harapan dengan kenyataan yang diinginkan, maka akan menyebabkan pelanggan kembali membeli produk/jasa tersebut serta menjadi pelanggan yang loyal terhadap perusahaan.

2. Pengujian Variabel E-Trust (X_2) terhadap E-Customer Loyalty (Y) didapatkan nilai t_{hitung} sebesar 6,978 yang artinya lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,684 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak serta H_a sehingga mempunyai arti bahwa secara parsial E-Trust berpengaruh signifikan terhadap E-Customer Loyalty pada pengguna pospay di PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado. Hasil penelitian ini juga didukung oleh penelitian Maretha (2022), yang menemukan hasil bahwa E-Service Quality berpengaruh positif dan signifikan pada E-Customer Loyalty yang berarti semakin baik E-Service Quality maka semakin meningkatnya E-Customer Loyalty pada pengguna pospay di PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.

Oleh karena itu, kestabilan dan ketersediaan sistem yang berkualitas dalam menunjang performa E-Service Quality yang baik menjadi perhatian khusus bagi PT. Pos Indonesia (Persero) untuk mewujudkan aplikasi keuangan digital yang berkualitas. Ketika E-Service Quality pada aplikasi pospay berjalan secara maksimal, maka pengguna akan merasakan pengalaman bertransaksi yang cepat dan efisien tanpa adanya gangguan, sehingga kepuasan pengguna dapat terpenuhi, dan kesetiaan terhadap aplikasi pospay dapat meningkat.

6. KESIMPULAN DAN SARAN

a. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebagai jawaban atas rumusan permasalahan dan tujuan penelitian, maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *E-Service Quality* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *E-Customer Loyalty*. Apabila *E-Service Quality* ditingkatkan, akan berdampak pada peningkatan *E-Customer Loyalty* pada PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado

Bila Fasilitas Pengguna Pospay baik maka akan mampu meningkatkan *E-Customer Loyalty* pada PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.

2. *E-Trust* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *E-Customer Loyalty* Apabila *E-Trust* ditingkatkan, akan berdampak pada peningkatan *E-Customer Loyalty* pada pengguna pospay di PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado Bila *E-Trust* pengguna sudah terbentuk, maka kesetiaan Pengguna Pospay akan meningkat pada PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado sehingga tujuan perusahaan akan tercapai.
3. *E-Service Quality* dan *E-Trust* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap peningkatan *E-Customer Loyalty* Apabila *E-Service Quality* dan *E-Trust* ditingkatkan secara bersamaan akan berdampak pada peningkatan *E-Customer Loyalty* pada PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado Bila *E-Service Quality* dan *E-Trust* baik maka akan mampu meningkatkan *E-Customer Loyalty* Pengguna Pospay pada PT. Pos Indonesia (Persero) KCU Manado.

b. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta sebagai jawaban atas rumusan permasalahan dan tujuan penelitian, maka saran dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Pada *E-Service Quality*, didapati penilaian pada *E-Service Quality* aplikasi pospay dalam merespon keluhan pengguna mendapatkan nilai di bawah rata-rata. Oleh sebab itu, aplikasi pospay disarankan untuk menyediakan fitur layanan customer service 24 jam. Hal tersebut dilakukan untuk menumbuhkan kepercayaan pengguna akan perlindungan yang di dapatkan ketika ada hal yang tidak sesuai dengan keinginan maupun kebutuhan pengguna.
2. Pada *E-Trust*, didapati penilaian pada ketidakpuasan pengguna dalam menggunakan fasilitas pembayaran elektronik yang disediakan oleh aplikasi pospay mendapatkan nilai dibawah rata-rata. Oleh sebab itu, aplikasi pospay disarankan untuk meningkatkan Performa sistem aplikasi pospay, dikarenakan keseluruhan proses transaksi yang ditawarkan oleh aplikasi pospay bergantung pada ketersediaan sistem serta jaringan yang ada, sehingga hal tersebut menjadi tolak ukur pengguna untuk tetap menggunakan layanan keuangan digital tersebut atau berpaling pada aplikasi lainnya.

3. Pada *E-Customer Loyalty*, didapati penilaian pada rendah pada ketahanan pengguna terhadap pesaing sejenis. Dengan banyaknya layanan keuangan digital serupa dengan penawaran layanan produk lebih lengkap tentunya berdampak pada loyalitas pengguna pospay, Oleh sebab itu, aplikasi pospay disarankan untuk memperluas kerjasama yang kuat dengan berbagai merchant maupun bank yang ada agar dapat menempatkan pospay sebagai sarana pembayaran elektronik digital pada semua area perbelanjaan, tentunya didukung dengan sistem aplikasi yang maksimal, sehingga kegiatan transaksi pengguna lebih efisien dan aman.

DAFTAR PUSTAKA

- A. M. Liani and A. Yusuf. 2021 "***Pengaruh E-Trust terhadap E-Loyalty Dimediasi oleh E- Satisfaction pada Pengguna Dompot Digital Gopay,***" Yume J. Manag., vol. 4, no. 1, pp. 138–149.
- Firdha, S., Putri, A., & Marlana, N. 2021. ***Pengaruh e-service quality dan e-trust terhadap kepuasan konsumen.*** Forum Ekonomi
- Firmansyah, F., & Purnamasari, P. E. Maretha. 2022. ***E -banking Service Quality dan E -Trust serta Implikasinya pada E-customer Satisfaction dan E-Customer Loyalty*** Corresponding tela. 18 (2).
- Giyan A'yuni, S. 2021. ***Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee terhadap Minat Beli Masyarakat.*** Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunika
- Janita, S. & J. Miranda. 2013, ***The antecedentsconn of client loyalty inbusiness to business (B2B) electronic marketplaces*** Industrial Marketing Management, Vol. 42, 814-823.
- Laurent, F. 2016. ***Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan.*** Agora Vol. 4, No. 2
- Parasuraman, et.al, 2005. "***E-S-QUALA Multiple Item Scale for Assessing Electronic Service Quality.***" Journal of Service Research, Vol 7, No. X, 1-21.
- Robbins. 2003. ***Organizational Behaviour.*** New Jersey: Pearson Education, Inc., Upper River.
- Sri Nawangsari dan Nadea Dwirahma Putri. 2020. ***Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trustb Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Bni Mobile Banking Melalui Citra Bank Sebagai Variabel Intervening.*** Jurnal Ilmiah Matrik, 22(1), 55–63.
- Sujarweni, V. Wiratna; Endrayanto, Poly. 2012. ***Statistika Untuk Penelitian.*** Yogyakarta; Graha Ilmu, 220 hlm

