

Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Importance Performance Analysis Pada E-Wallet Linkaja Di Kota Yogyakarta

Rahmat Fathoni, Hari Kurniawan, Lucia Iswandari

Universitas Cendekia Mitra Indonesia, Indonesia

Email: rahmatfatoni301@gmail.com, hariku.70@gmail.com, iswandarilucia@gmail.com

ABSTRAK

Kemajuan teknologi dan keuangan di Indonesia telah berdampak signifikan. Persaingan pasar yang ketat memicu perubahan persaingan antar perusahaan. Linkaja adalah layanan keuangan digital yang digabungkan antara Telkomsel dengan anggota badan usaha milik negara (BUMN), salah satu dari empat platform E-wallet peringkat teratas di Indonesia. Pada tahun 2020, Linkaja menandatangani perjanjian pendanaan sebesar \$100 juta dalam putaran seri B. Namun, dana tersebut belum memberikan pelayanan yang baik untuk memastikan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang diberikan oleh E-wallet Linkaja. Penelitian ini merupakan kajian kuantitatif; sampel yang digunakan adalah 100 pengguna E-wallet Linkaja di Kota Yogyakarta, dibagi berdasarkan jenis kelamin dan kelompok usia. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana dan analisis kinerja penting, hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap kepuasan pelanggan mengingat Linkaja E-wallet. Sedangkan hasil analisis kinerja kepentingan melalui perhitungan Tki menemukan total skor sebesar 95,99% dalam hal ini, menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan Linkaja E-wallet belum memenuhi kepuasan konsumen, Sementara itu, 12 pernyataan atribut tersebut menunjukkan tiga atribut yang harus ditingkatkan oleh Linkaja E-wallet, yaitu atribut mengenai harga promo, layanan pelanggan, dan font dalam aplikasi. Kata kunci: E-wallet Linkaja, Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan, Pentingnya Analisis Kinerja.

Abstract

Technological and financial advances in Indonesia have had a significant impact. Intense market competition triggers changes in competition between companies. Linkaja is a digital financial service that was merged between Telkomsel and members of a state-owned enterprise (BUMN), one of the four top-ranked E-wallet platforms in Indonesia. In 2020, Linkaja signed a funding agreement of \$100 million in a series B round. However, these funds have not provided good service to ensure customer satisfaction. This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction provided by the Linkaja E-wallet. This research is a quantitative study; the sample used was 100 Linkaja E-wallet users in the city of Yogyakarta, divided into gender and age groups. While the data analysis technique uses simple linear regression analysis and importance performance analysis, the results of the analysis show that service quality has a positive or significant effect on customer satisfaction given the Linkaja E-wallet. While the results of the importance performance analysis through the calculation of Tki found a total score of 95.99% in this case, indicating that the quality of services provided by the Linkaja E-wallet company has not met consumer satisfaction, Meanwhile, the 12 attribute statements show three attributes that the Linkaja E-wallet must improve, namely attributes regarding promo prices, customer service, and in-app fonts.

Keywords: E-wallet Linkaja, Quality of Service, Customer Satisfaction, Importance Performance Analysis.

PENDAHULUAN

Teknologi dan keuangan selalu memiliki hubungan yang erat (Cohen, 2020). Hubungan antara teknologi dan keuangan bukanlah hal baru. Namun, kecepatan dan besarnya hubungan tersebut saat ini belum pernah terjadi sebelumnya (Hernandez & Prieto, 2020). Kecenderungan komunitas digital untuk berinteraksi dengan produk teknologi keuangan disebabkan oleh berbagai faktor, antara lain literasi digital secara umum (Saha & Gupta, 2021), penerimaan pembayaran digital (Keller & Krawczyk, 2021), usia demografis (Li & Yang, 2021), dan penggunaan identitas digital (Gassmann & Yu, 2021). Sebagai negara berkembang, pada tahun 2019 tingkat penetrasi internet di Indonesia sebesar 67%, tingkat penetrasi smartphone sebesar 60%, dan indeks literasi digital sebesar 38% (Li & Zhang, 2020; Smith & Johnson, 2020).

Kemajuan teknologi dan keuangan di Indonesia memberikan dampak yang signifikan, salah satunya adalah mempermudah masyarakat dalam memanfaatkan sumber daya yang diperlukan di bidang ekonomi (Dianty, 2022; Muzdalifa et al., 2018). E-wallet adalah bagian dari industri fintech, Ekosistem bisnis fintech di Indonesia pada segmen E-wallet sebesar 38% pada tahun 2018 atau 23% pada tahun 2020, turun sebesar 15% dengan jumlah E-wallet sebanyak 73 perusahaan yang sudah terdaftar pada badan pemerintah (Singapore, Fintech news; 2020). Linkaja merupakan layanan keuangan digital yang merger antara Telkomsel dengan anggota Badan Usaha Milik Negara (BUMN) salah satu dari empat platform E-wallet yang menduduki peringkat teratas di Indonesia.. Linkaja merupakan aplikasi urutan keempat dengan jumlah pengunduhan aplikasi lebih dari 10 juta pengguna, pada tahun 2020 Linkaja menandatangani kesepakatan pendanaan sebesar \$100 juta dalam putaran seri B (Kumar & Chandraditya, 2021). Namun, kucuran dana tersebut belum memberikan pelayanan yang baik. Guna dapat memberikan kepuasan konsumen, Linkaja perlu meningkatkan kualitas layanan sebagai solusi untuk menciptakan nilai perusahaan.

Menciptakan pelayanan yang lebih baik, melakukannya membutuhkan pemahaman biaya dan manfaat yang terkait dengan penggunaan produk atau mengakses layanan dan juga perusahaan harus mempertimbangkan empat kelompok pemangku kepentingan, yaitu konsumen, karyawan, pelanggan, dan masyarakat.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan konsumen, termasuk studi oleh Zeithaml dan Bitner (2002) yang mengidentifikasi dimensi SERVQUAL sebagai faktor kunci dalam menentukan kepuasan. Selain itu, Kumar dan Chandraditya (2021) meneliti e-wallet di Asia Tenggara dan menemukan bahwa promo dan kemudahan antarmuka pengguna (UI/UX) merupakan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan. Namun, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji kasus LinkAja di kota tier-2 seperti Yogyakarta, yang memiliki karakteristik demografi dan perilaku konsumen yang unik. Selain itu, mayoritas studi sebelumnya hanya menggunakan pendekatan SERVQUAL, sedangkan penelitian ini menggabungkan analisis regresi linier dengan Importance Performance Analysis (IPA) untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini didasarkan pada masalah yang telah diungkapkan, serta sebagai bentuk persaingan bisnis yang harus dipertahankan oleh perusahaan, dengan adanya meneliti kualitas pelayanan dapat melihat pentingnya atribut E-SERVQUAL. Penelitian ini dilakukan di Kota Yogyakarta dengan melibatkan sebagian besar

pengguna terdaftar dari Kota 2 dan 3. Oleh karena itu, penelitian ini terfokuskan pada pengaruh yang ada pada variabel penelitian.

Ha: Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada *E-wallet* Linkaja di Kota Yogyakarta

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen LinkAja di Yogyakarta serta mengidentifikasi atribut-atribut layanan yang perlu diperbaiki menggunakan metode IPA. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak. Bagi perusahaan LinkAja, temuan penelitian ini dapat menjadi dasar untuk menyusun strategi perbaikan layanan, terutama dalam hal promo, antarmuka aplikasi, dan layanan pelanggan. Bagi dunia akademik, penelitian ini memberikan kontribusi literatur tentang aplikasi metode IPA di sektor fintech, khususnya e-wallet. Sementara bagi konsumen, penelitian ini diharapkan dapat mendorong perbaikan layanan sehingga pengalaman menggunakan LinkAja menjadi lebih memuaskan. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi panduan bagi LinkAja dalam mengalokasikan sumber daya secara efisien untuk meningkatkan atribut-atribut kritis yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

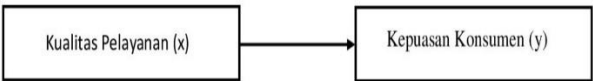
Metode penelitian ini diterapkan melalui pendekatan kuantitatif, didesain melalui survey research, yang merupakan penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok (Siyoto & Sodik, 2015). Untuk uji instrumen sendiri menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Adapun analisa yang digunakan dalam penelitian adalah analisa regresi linear sederhana digunakan untuk melihat pengaruh pada variabel independen (X) kualitas pelayanan terhadap variabel dependen (Y) kepuasan konsumen dan metode Importance Performance Analysis digunakan untuk pemetaan hubungan antara kepentingan dan kinerja masing-masing atribut serta ketidaksesuaian antara kinerja dan harapan dari atribut-atribut.

Populasi dalam penelitian ini lebih dispesifikasikan kepada masyarakat yang berada pada Kota tier 2, yaitu Kota Yogyakarta, dengan pengalaman pengguna minimal pernah melakukan transaksi E-wallet Linkaja dalam kurun waktu 3 tahun ke belakang. Dengan proyeksi kelompok umur dan jenis kelamin usia produktif 15-64 tahun berjumlah 2.784.844 jiwa (BPS Yogyakarta, 2022).

Sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat Kota Yogyakarta yang pernah menggunakan atau melakukan transaksi E-wallet Linkaja selama 3 tahun ke belakang. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan mengikuti ketentuan Roscoe (dalam Sekaran & Bougie 2017) mengemukakan sebagian besar penelitian menggunakan ukuran sampel 30 sampai 500 responden.

Penelitian ini terfokus dengan menggunakan quota sampling sebuah teknik pengambilan sampel berdasarkan sub kelompok tertentu secara memadai yang dapat mewakili penggunaan kuota.

Pelaksanaan quota sampling dalam penelitian ini diberikan kepada pengguna E-wallet Linkaja dengan jumlah sampel 100 responden, kemudian dibagi ke dalam sub kelompok umur dan jenis kelamin dengan rumus:

$$\frac{\text{jumlah populasi jenis kelamin dan usia}}{\text{jumlah total populasi}} \times 100$$


```
graph LR; A[Kualitas Pelayanan (x)] --> B[Kepuasan Konsumen (y)]
```

The diagram shows a conceptual framework with two boxes. The left box is labeled 'Kualitas Pelayanan (x)' and the right box is labeled 'Kepuasan Konsumen (y)'. An arrow points from the left box to the right box, indicating a positive relationship between service quality and consumer satisfaction.

Gambar 1. Kerangka Konsep

Sumber: Dikembangkan oleh peneliti, 2025

Untuk analisis data, penelitian ini menerapkan dua pendekatan utama. Pertama, analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, dilengkapi dengan uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur signifikansi dan kontribusi variabel. Kedua, Importance-Performance Analysis (IPA) diaplikasikan untuk memetakan prioritas perbaikan dengan membandingkan kesenjangan antara tingkat kepentingan dan kinerja setiap atribut layanan. Hasil IPA divisualisasikan dalam diagram kartesius yang membagi atribut ke dalam empat kuadran berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerjanya. Analisis tambahan meliputi uji normalitas Kolmogorov-Smirnov dan uji multikolinearitas untuk memastikan kualitas data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	(%)
1	Pria	50 Responden	50%
2	Wanita	50 Responden	50%
TOTAL		100 Responden	100%

Sumber: Data diolah dari hasil survei, 2025

Tabel 1 menunjukkan jumlah responden yang terkualifikasi dalam jenis kelamin menunjukkan bahwa 50 % responden berjenis kelamin Pria, dengan frekuensi 50 responden dan 50% responden berjenis kelamin Wanita dengan frekuensi 50 responden.

2. Berdasarkan Usia

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia

Usia	Jumlah Responden	
	Pria	Wanita
15 - 19	5	5
20 - 24	6	6
25 - 29	6	6
30 - 34	5	5
35 - 39	5	5
40 - 44	5	5
45 - 49	5	5
50 - 54	5	5
55 - 59	4	4
60 - 64	4	4
Jumlah	50	50

Sumber: Data diolah dari hasil survei, 2025

Tabel 2 menunjukkan kelompok usia dan jenis kelamin responden, secara proporsional responden berjenis kelamin Pria dan Wanita usia 15-19 tahun berjumlah 5 responden atau 5 %, usia 20-24 dan usia 25-29 tahun untuk jenis kelamin Pria dan Wanita berjumlah 6 responden atau 6 %, sedangkan usia 30-34, 35-39, 40-44, 45-49, 50-54 dengan

jenis kelamin Pria dan Wanita berjumlah 5 responden atau 5%, dan usia 55-59, 60-64 dengan jenis kelamin Pria dan Wanita berjumlah 4 responden atau 4%.

3. karakteristik responden berdasarkan wilayah

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Kemantren

NO	Daftar Kemantren di Kota Yogyakarta	Jumlah Responden	
		Pria	Wanita
1	Mantrirejon		5
2	Kraton	2	
3	Mergangsan	1	2
4	Umbulharjo	6	6
5	Kotagede	7	12
6	Gondokusuman	9	4
7	Danurejan	2	
8	Pakualaman	1	
9	Gondomanan	1	6
10	Ngampilan	1	
11	Wirobajan		5
12	Gedongtengen	2	1
13	Jetis	2	4
14	Tegalrejo	16	5
JUMLAH		50	50

Sumber: Data diolah dari hasil survei, 2025

Tabel 3 menunjukkan karakteristik responden dalam suatu wilayah, data tersebut menunjukkan jumlah responden terbanyak dengan jenis kelamin Pria berasal dari Kemantren Tegalrejo sebanyak 16 responden, disusul wilayah Kotagede berjumlah 12 responden, kemudian responden urutan kedua untuk jenis kelamin Pria berasal dari Gondokusuman sebanyak 9 responden, kemudian disusul jenis kelamin Wanita sebanyak 6 responden untuk Kemantren Gondomanan dan Umbulharjo. Namun, dari data tersebut menunjukkan ada sebagian wilayah yang masih belum ada jawaban dari responden. Untuk jenis kelamin Pria responden yang tidak ada jawaban yaitu untuk Kemantren Mantrirejon dan Wirobrajan sedangkan untuk jenis kelamin Wanita untuk Kemantren Kraton, Danurejan, Pakualaman, Ngampilan.

Uji Instrument

1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat sejauh mana data yang dikumpulkan dari obyek penelitian, sesuai dengan data yang dapat dikumpul dari objek penelitian. Dengan melihat korelasi antara skor item dengan skor item total maka dapat diketahui suatu ke validan data. Dengan syarat di mana:

- Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ table}$, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ table}$, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total.

Diketahui untuk $r \text{ hitung}$ (Df: $n-1$) adalah 0.1654 dengan uji satu arah. Dari hasil pengolahan data diketahui item-item pernyataan dinyatakan valid:

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas
Correlations^a**

		Total	Keputusan
XA1	Pearson Correlations	.659**	Valid
XA2	Pearson Correlations	.761**	Valid
XA3	Pearson Correlations	.775**	Valid
XA4	Pearson Correlations	.697**	Valid
XA5	Pearson Correlations	.715**	Valid
XA6	Pearson Correlations	.722**	Valid
XA7	Pearson Correlations	.752**	Valid
XA8	Pearson Correlations	.746**	Valid
XA9	Pearson Correlations	.760**	Valid
XA10	Pearson Correlations	.660**	Valid
XA11	Pearson Correlations	.688**	Valid
XA12	Pearson Correlations	.735**	Valid
XB1	Pearson Correlations	.745**	Valid
XB2	Pearson Correlations	.709**	Valid
XB3	Pearson Correlations	.648**	Valid
XB4	Pearson Correlations	.693**	Valid
XB5	Pearson Correlations	.731**	Valid
XB6	Pearson Correlations	.649**	Valid
XB7	Pearson Correlations	.774**	Valid
XB8	Pearson Correlations	.676**	Valid
XB9	Pearson Correlations	.781**	Valid
XB10	Pearson Correlations	.629**	Valid
XB11	Pearson Correlations	.650**	Valid
XB12	Pearson Correlations	.774**	Valid
Y1	Pearson Correlations	.678**	Valid
Y2	Pearson Correlations	.824**	Valid
Y3	Pearson Correlations	.783**	Valid
Y4	Pearson Correlations	.783**	Valid
Y5	Pearson Correlations	.718**	Valid
Y6	Pearson Correlations	.780**	Valid
Y7	Pearson Correlations	.779**	Valid
Y8	Pearson Correlations	.747**	Valid
Y9	Pearson Correlations	.825**	Valid
Y10	Pearson Correlations	.793**	Valid
Y11	Pearson Correlations	.732**	Valid
Y12	Pearson Correlations	.684**	Valid
Total	Pearson Correlations	1	
	Sig. (1-tailed)		
	N	100	

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS, 2025

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan sebuah alat untuk mengetahui kredibilitas alat ukur. Suatu instrumen dikatakan reliable apabila dapat diandalkan sebagai alat ukur data. Cronbach's Alpha digunakan untuk menilai reliabilitas data. Apabila reliabilitas kurang dari 0.6 data menunjukkan reliabilitas kurang baik, sedangkan 0.7 data menunjukkan reliabilitas dapat diterima dan di atas 0.8 data menunjukkan reliabilitas sangat baik. Hasil output penelitian ini menunjukkan alpha Cronbach's sebesar 0.974 dinyatakan sangat baik.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
0.974	36	reliabel

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS, 2025

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan sebuah uji untuk melihat suatu model variabel independen atau dependen berdistribusi normal atau tidak Ghazali (dalam Rochaety, et.al, 2019). untuk melihat apakah data berdistribusi dengan normal atau tidak adalah dengan melihat uji kolmogrov smirnov dengan dengan ketentuan:

- Berdistribusi normal apabila nilai sinifikansi > 0.05 .
- Tidak berdistribusi normal apabila nilai signifikansi < 0.05 .

Dengan hipotesis:

Ha: data residual berdistribusi normal.

Ho: data residual tidak berdistribusi normal.

Dari hasil data yang telah di proses melalui program SPSS menunjukan output data residual berdistribusi normal, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

**Tabel 6. Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

Unstandardized Residual		Keterangan
N	100	
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.69.C	Normal

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS, 2025

2. Uji Linieritas

Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan linier yang signifikan secara statistik. Suatu hubungan variabel independent dengan dependent dapat dilihat dengan tabel anova pada bagian deviation from linearity, adapun ketentuan dimana:

- Terdapat hubungan linier antara variabel independent dengan variabel dependent. Apabila nilai sig.deviation from linearity > 0.05 .
- Tidak terdapat hubungan linier antara variabel independent dengan variabel dependent. Apabila nilai sig.deviation from linearity < 0.05 .

Hasil pengolahan menunjukan bahwa varibel penelitian independent dan dependent dinyatakan mempunyai hubungan linear:

Tabel 7. Hasil Uji Linieritas ANOVA

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan konsumen * kualitas pelayanan	Combined	4987.279	25	199.491	11.596	0.000
	Linearity	4588.337	1	4588.337	266.705	0.000
	Deviation from Linearity	398.942	24	16.623	0.966	0.518
	Within	1273.081	74	17.204		
	Total	6260.360				

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS, 2025

Analisa Regresi

1. Analisa Regresi Linier Sederhana

Analisa ini digunakan untuk mengetahui arah suatu variabel apakah mengarah ke variabel positif atau negatif, dan juga untuk memprediksi apakah suatu variabel independen atau dependen mengalami kenaikan atau penurunan.

Dari hasil pengolahan data, didapati output sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Analisa Regresi Linier Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.372	2.908		0.816	0.417
	Kualitas	0.934	0.057	0.856	16.399	0.000

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS, 2025

Dengan persamaan:

$$Y=a+bX$$

$$Y=2.327+0.934X$$

Persamaan regresi linier jika diartikan:

a. Konstanta sebesar positif 2.327 artinya jika kualitas pelayanan nilainya adalah 0, maka kepuasan konsumen nilainya adalah positif sebesar 2.327.

b. Sedangkan koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0.934, artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan satu-satuan. Maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0.934 satuan. Sedangkan koefisien bernilai positif artinya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen adalah positif. Semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Uji Koefisien Regresi Sederhana (Uji t)

Uji-t digunakan untuk melihat apakah variabel independen mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependent. Untuk menganalisa uji-t adalah dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dimana:

- Apabila nilai t hitung > t table. Maka, variabel independen X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y).
- Jika nilai t hitung < t table. Maka, variabel independen (X) tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependen (Y).

Hasil pengolahan melalui program SPSS diketahui t hitung sebesar 16.399 seperti tabel berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Regresi Sederhana
Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.372	2.908		0.816	0.417
	Kualitas	0.934	0.057	0.856	16.399	0.000

Sumber: Data diolah menggunakan SPSS, 2025

Didapati t tabel untuk uji satu arah sebesar 1.98447. langkah selanjutnya, membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Diketahui t hitung 16.399 > t tabel 1.98447 maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X), berpengaruh

positif dan signifikan terhadap variabel dependent (Y). Maka H_0 ditolak, dan H_a diterima.

Metode Importance Performance Analysis

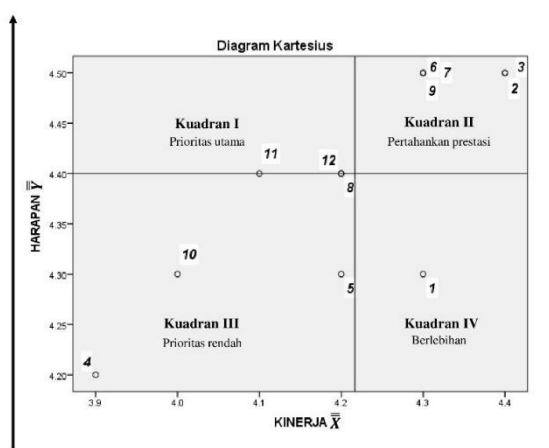
1. Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kinerja

Item	Skor Item (%)
1	99.77
2	98.21
3	97.75
4	91.25
5	97.65
6	97.08
7	96.64
8	94.36
9	96.23
10	92.13
11	94.51
12	96.13
TOTAL	95.99

Sumber: Data diolah dari hasil survei, 2025

Tabel 10 menunjukkan hasil masing-masing atribut tingkat kesesuaian konsumen < 100%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan E-wallet Linkaja kurang atau tidak memenuhi harapan konsumen serta belum memuaskan konsumen.

2. Diagram Kartesius



Gambar 2. Hasil Diagram Kartesius

Sumber: Data diolah menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA), 2025

Gambar 2 diagram kartesius metode importance performance analysis menunjukkan hasil dari uji atribut dengan total 12 pernyataan dari 100 responden,

menunjukkan kuadran I yaitu atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen adalah atribut 11, 12, dan 8. Kuadran II menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan adalah atribut 6, 7, 9, 2, dan 3. Kuadran III kurang penting pengaruhnya bagi nasabah adalah atribut 4, 5 dan 10. Jika perusahaan ingin memperbaiki kuadran III, harus mempertimbangkan terlebih dahulu jangan sampai atribut yang berada kuadran ini berpotongan dengan sumbu Y seperti yang terjadi pada atribut 8, 11 dan 12. Kuadran IV faktor yang dianggap tidak terlalu penting adalah atribut 1.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji dan analisis didapat bahwa kualitas pelayanan yang diberikan E-wallet Linkaja mempunyai signifikansi yang besar terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan hasil uji dan analisis menggunakan metode Important Performance Analysis diketahui bahwa ada atribut yang harus lebih ditingkatkan oleh pihak E-wallet Linkaja. Yaitu 3 atribut yang termasuk ke dalam kuadran I dianggap mempengaruhi kepuasan konsumen, dan perbaikan atribut dalam kuadran I harus memperhatikan kembali besar atau kecilnya pengaruh yang akan diterima oleh konsumen. Diantara atribut tersebut adalah harga promo, customer service dan font dalam aplikasi. Ketiga atribut tersebut harus lebih diprioritaskan dan ditingkatkan lagi kinerja pelayanannya.

Peneliti mengharapakan kepada E-wallet Linkaja untuk benar-benar memperhatikan apa yang harus diperbaiki dan diperhitungkan secara matang, terlebih pada atribut customer service. Penelitian ini mengangkat dari fenomena banyaknya keluhan negatif dari konsumen. Sehingga masih searah sampai dengan akhir penelitian, alangkah baiknya perusahaan membuka atau mengaktifkan kembali divisi pelayanan yang dikendalikan oleh Human. Bukan sistem BOT yang menanggapi keluhan. Apabila keluhan konsumen terjawab dengan baik, maka masalah dapat diselesaikan dengan baik. Sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan. Seperti dalam penelitian ini didapat koefisien determinasi sebesar 0.934 atau 93.4%, merupakan nilai satuan yang cukup besar. Jika layanan yang diberikan cukup baik maka kepuasan konsumen akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Yogyakarta. (2023, January 23). Proyeksi Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di D.I. Yogyakarta (x 1000), 2017-2025 (Jiwa), 2020-2022. Retrieved from
- Cohen, S. (2020). *The music industry and digital transformations: Business models in the digital era*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-22269-2>
- Dianty, S. N. (2022). Pengaruh kemajuan teknologi dan literasi keuangan terhadap minat masyarakat untuk berinvestasi pada produk syariah melalui reksadana dengan perilaku keuangan sebagai variabel moderasi. *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 12(1), 14–24.
- Gassmann, J., & Yu, J. (2021). Copyright infringement in the digital age: A case study of the music industry. *Journal of Intellectual Property Rights*, 26(1), 40-52. <https://doi.org/10.1016/j.jipr.2021.01.003>
- Hernandez, J., & Prieto, R. (2020). Digital platforms and music consumption: The rise of streaming services. *Journal of Music Industry Studies*, 15(2), 124-137. <https://doi.org/10.1016/j.musind.2020.02.005>
- Keller, P., & Krawczyk, A. (2021). The evolution of the music ecosystem in the digital age:

- A critical review. *Journal of Cultural Economics*, 45(3), 423-439. <https://doi.org/10.1016/j.culeco.2021.03.007>
- Li, J., & Yang, X. (2021). Digital media platforms and the transformation of the music industry: A study on streaming services. *International Journal of Media and Communication Studies*, 28(1), 15-29. <https://doi.org/10.1016/j.ijmcs.2021.01.004>
- Li, X., & Zhang, F. (2020). The impact of digital technologies on copyright protection in the music industry. *Journal of Cultural Heritage and Intellectual Property*, 14(3), 220-234. <https://doi.org/10.1016/j.jchip.2020.05.004>
- Muzdalifa, I., Rahma, I. A., Novalia, B. G., & Rafsanjani, H. (2018). Peran fintech dalam meningkatkan keuangan inklusif pada UMKM di Indonesia (pendekatan keuangan syariah). *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 3(1), 1–24.
- Rochaety, E., Tresnati, R., & Latief, A. M. (2019). *Metodologi penelitian bisnis: Dengan aplikasi SPSS*. Mitra Wacana Media.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode penelitian untuk bisnis pendekatan pengembangan-keahlian* (6th ed.). Salemba Empat.
- Saha, S., & Gupta, R. (2021). Intellectual property in the music industry: The growing importance of copyright in the digital age. *Journal of Intellectual Property and Digital Rights*, 17(2), 99-112. <https://doi.org/10.1016/j.jipdr.2021.02.008>
- Singapore, Fintech news. (2020). *Indonesia Fintech Report 2020*. Fintechnews.sg.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Zeithaml, V., Bitner, M. J. (2002). *Service marketing* (2nd ed.). McGraw-Hill Inc.



© 2025 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)