

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat bertransaksi dalam skala global. Layanan pembayaran digital (*digital payment*) menjadi tulang punggung ekonomi digital modern karena mampu menyediakan transaksi yang cepat, aman, dan efisien [1] Berdasarkan laporan *Statista* (2024), nilai transaksi global pembayaran digital diproyeksikan mencapai USD 11,53 triliun pada tahun 2025, dengan pertumbuhan tahunan sebesar 14,3%. Perusahaan seperti PayPal, Google Pay, dan Apple Pay mendominasi pasar ini dengan menyediakan platform lintas negara yang mendukung berbagai mata uang dan sistem keamanan berlapis [2] Pergeseran menuju digitalisasi keuangan ini mendorong penelitian mengenai bagaimana kualitas layanan digital memengaruhi kepuasan pengguna di berbagai platform [3].

Namun demikian, tidak semua pengguna memiliki tingkat kepuasan yang sama terhadap layanan digital yang digunakan. Di Indonesia, adopsi pembayaran digital meningkat pesat pasca-pandemi, namun beberapa keluhan masih muncul terkait keandalan sistem, kecepatan layanan, dan pengalaman pengguna (*user experience*) [4] Berdasarkan data dari Google Play Store (diakses November 2025), aplikasi PayPal memiliki lebih dari 500 juta unduhan dengan rating 4,2/5 dari sekitar 9,2 juta ulasan. Meskipun rating cukup tinggi, ulasan pengguna menunjukkan keluhan umum seperti keterlambatan verifikasi akun, kesulitan

konversi mata uang, serta biaya transaksi yang dianggap tinggi, menandakan adanya kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi layanan [5].

Permasalahan utama yang ingin dipecahkan dalam penelitian ini adalah bagaimana kualitas layanan (*service quality*) memengaruhi kepuasan pengguna PayPal sebagai layanan pembayaran digital. Pengguna mengharapkan kemudahan, kecepatan, serta keamanan dalam setiap transaksi. Namun, faktor-faktor tersebut perlu diukur secara sistematis untuk mengetahui sejauh mana layanan memenuhi ekspektasi pengguna. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis menggunakan pendekatan terukur yang mampu menggambarkan dimensi kualitas layanan serta kepuasan pengguna secara objektif [6].

Untuk menganalisis permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS). SERVQUAL digunakan untuk mengukur kesenjangan antara harapan dan persepsi pengguna terhadap lima dimensi layanan, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* [7]. Sedangkan EUCS menilai kepuasan pengguna dari aspek *content*, *accuracy*, *format*, *ease of use*, dan *timeliness* dalam penggunaan sistem informasi [8]. Kombinasi kedua metode ini dianggap efektif untuk mengevaluasi layanan digital berbasis aplikasi karena mencakup aspek teknis dan pengalaman pengguna secara menyeluruh [9].

Beberapa penelitian terdahulu telah menerapkan kombinasi metode ini pada konteks layanan digital lainnya. Misalnya, menganalisis kepuasan pengguna pada aplikasi OVO menggunakan metode SERVQUAL dan EUCS, dan menemukan bahwa dimensi *reliability* dan *ease of use* memiliki pengaruh paling signifikan

terhadap kepuasan pengguna [10] Sementara itu, penelitian serupa pada platform ShopeePay di Vietnam menyimpulkan bahwa keakuratan sistem serta tampilan antarmuka menjadi faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pengguna [11] Namun, studi serupa belum banyak dilakukan terhadap PayPal sebagai platform internasional yang memiliki karakteristik pengguna lintas negara, sehingga membuka peluang riset baru dalam konteks global.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis bagaimana kualitas layanan PayPal memengaruhi kepuasan pengguna dengan menggunakan metode SERVQUAL dan EUCS. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi peningkatan kualitas layanan digital, khususnya dalam konteks sistem pembayaran internasional. [12].

1.2 RUMUSAN MASALAH

Bagaimana kualitas layanan dan tingkat kepuasan pengguna PayPal di Indonesia apabila dianalisis menggunakan kombinasi model SERVQUAL dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS)?

1.3 BATASAN MASALAH

Untuk menjaga fokus dan kejelasan arah penelitian, batasan masalah ditetapkan sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada layanan PayPal sebagai objek penelitian.
2. Pengukuran kualitas layanan dilakukan berdasarkan lima dimensi SERVQUAL: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*.

3. Pengukuran kepuasan pengguna dilakukan berdasarkan lima dimensi EUCS: *content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness*.
4. Responden penelitian dibatasi pada pengguna aktif PayPal di UNAMA Jambi yang telah menggunakan layanan minimal selama enam bulan terakhir.
5. Data yang digunakan berupa hasil kuesioner

1.4 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa tujuan utama sebagai berikut:

1. Menganalisis kualitas layanan (*service quality*) PayPal sebagai layanan pembayaran digital berdasarkan lima dimensi model SERVQUAL, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.
2. Menganalisis tingkat kepuasan pengguna (*user satisfaction*) terhadap sistem PayPal menggunakan lima dimensi model *End User Computing Satisfaction* (EUCS), yaitu *content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness*.
3. Mengetahui hubungan antara kualitas layanan dan tingkat kepuasan pengguna PayPal di Indonesia melalui kombinasi pendekatan SERVQUAL dan EUCS.
4. Menyusun rekomendasi strategis bagi pengembangan dan peningkatan kualitas layanan PayPal agar dapat meningkatkan kepuasan pengguna di Indonesia.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoretis maupun praktis, yaitu sebagai berikut:

5. Hasil analisis kualitas layanan PayPal berdasarkan model SERVQUAL dapat memberikan gambaran mengenai sejauh mana aspek-aspek seperti keandalan, kecepatan, dan empati memengaruhi persepsi pengguna terhadap layanan digital.
6. Hasil analisis kepuasan pengguna menggunakan model EUCS dapat memberikan pemahaman mengenai tingkat kenyamanan, ketepatan, serta kemudahan penggunaan sistem PayPal dalam mendukung aktivitas transaksi lintas negara.
7. Hasil analisis hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pengguna dapat menunjukkan dimensi mana yang paling berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan serta loyalitas pengguna terhadap PayPal di Indonesia.
8. Rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi PayPal dalam meningkatkan kualitas layanan dan pengalaman pengguna, serta dapat dijadikan referensi bagi pengembang layanan digital lainnya di Indonesia.

1.5 SISTEMATIKA PENULISAN

Untuk memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai isi skripsi ini, penulis menyusun sistematika penulisan yang terdiri atas lima bab utama.

Masing-masing bab memiliki fokus pembahasan yang saling berkaitan dan membentuk satu kesatuan analisis yang utuh, sebagaimana dijelaskan berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan skripsi. Tujuan utama bab ini adalah memberikan gambaran umum mengenai konteks penelitian serta arah yang akan ditempuh dalam analisis.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini menyajikan kajian literatur dari berbagai sumber ilmiah yang relevan dengan topik penelitian, seperti teori kualitas layanan (*Service Quality*), kepuasan pengguna (*User Satisfaction*), serta konsep dan penerapan metode SERVQUAL dan *End User Computing Satisfaction* (EUCS). Bab ini juga mencakup hasil penelitian terdahulu yang menjadi dasar konseptual penelitian ini serta kerangka pemikiran yang digunakan

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, mencakup pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian (kuesioner berbasis SERVQUAL dan EUCS), serta teknik

analisis data yang meliputi uji validitas, reliabilitas, dan analisis regresi linier berganda

BAB IV : MODEL DAN INSTRUMEN PENELITIAN

Bab ini menyajikan model penelitian berbasis SERVQUAL dan PayPal yang disesuaikan untuk konteks pembayaran digital, dengan penjelasan mengenai setiap dimensi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Setiap dimensi dijabarkan dalam bentuk indikator yang dapat diukur melalui kuesioner, yang kemudian dirangkum dalam tabel operasionalisasi *variable*. Desain instrument penelitian disusun sedemikian rupa agar mampu menangkap persepsi dan harapan mahasiswa terhadap kualitas layanan informasi dari media sosial tersebut.

BAB V : HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat hasil pengolahan data yang telah diperoleh dari responden dan pembahasannya secara mendalam. Analisis dilakukan untuk melihat tingkat kualitas layanan PayPal berdasarkan dimensi SERVQUAL dan EUCS, serta hubungan antara kedua variabel tersebut terhadap kepuasan pengguna

BAB VI : PENUTUP

Bab ini menyimpulkan hasil penelitian berdasarkan tujuan dan rumusan masalah yang telah ditetapkan, dengan

mengungkapkan dimensi-dimensi mana yang menunjukan kualitas layanan baik dan mana yang masih perlu ditingkatkan. Saran-saran diberikan kepada pengelola pembayaran digital PayPal agar dapat meningkatkan kualitas layanan pembayaran digital, serta saran untuk penelitian berikutnya agar dapat mengembangkan penelitian lebih lanjut. Keterbatasan penelitian juga dijelaskan secara terbuka agar menjadi pertimbangan dalam penelitian masa depan.