

**Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan Serta  
Dampaknya Pada Kepuasan Pelanggan Pengguna Dana  
(Studi Kasus Pada Konsumen Toko Kanaya Ponsel & Brilink Di Sei Rampah)**

Yenni Arfah<sup>1</sup>, Yusen Cindranata<sup>1</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya<sup>1</sup>

Email : [yenniarfah@stie-binakarya.ac.id](mailto:yenniarfah@stie-binakarya.ac.id)\*

#### ABSTRACT

*This research aims to determine the effect of ease of transactions and discounts on customer loyalty and its impact on customer satisfaction with Dana users. This research was conducted on Dana users at the Kanaya Mobile & Brilink Store located in Sei Rampah, Serdang Bedagai. This type of research is quantitative descriptive research. The research sample consisted of 96 respondents with sampling techniques using techniques purposive sampling. Research data was obtained using a Google Form questionnaire. The data analysis method uses the path analysis method with the help of the SPSS Statistics 25 analysis program. The research results show that: 1). Ease of transactions has a significant effect on customer satisfaction. 2). Discounts do not have a significant effect on customer satisfaction. 3). Ease of transactions has a significant effect on customer loyalty. 4). Discounts have a significant effect on customer loyalty. 5). Customer satisfaction has a significant effect on customer loyalty. 6). Satisfaction customers have an impact on the ease of transactions on customer loyalty 7). Customer satisfaction does not have an impact on discounts on customer loyalty.*

*Keywords: Ease of Transaction, Discount, Customer Loyalty, and Customer Satisfaction.*

#### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kemudahan Transaksi Dan Diskon Terhadap Loyalitas Pelanggan serta dampaknya pada Kepuasan Pelanggan pengguna Dana. Penelitian ini dilakukan pada pengguna Dana di Toko Kanaya Ponsel & Brilink yang terletak di Sei Rampah, Serdang Bedagai. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Sampel penelitian berjumlah 96 responden dengan teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Data penelitian diperoleh menggunakan kuesioner google form. Metode analisis data menggunakan metode analisis jalur (path analysis) dengan bantuan program analisis SPSS Statistic 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1). Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2). Diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3). Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 4). Diskon berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

5). Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 6). Kepuasan pelanggan berdampak pada kemudahan transaksi terhadap loyalitas pelanggan 7). Kepuasan pelanggan tidak berdampak pada diskon terhadap loyalitas pelanggan.

Kata kunci: Kemudahan Transaksi, Diskon, Loyalitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan

## PENDAHULUAN

Di era sekarang ekonomi dan teknologi sedang menghadapi perkembangan salah satunya di Indonesia. Teknologi telah menjadi keperluan pokok masyarakat di Indonesia, salah satu yang sedang mengalami perkembangan ialah Fintech atau sering disebut juga dengan Financial Technology. E-wallet atau dompet digital merupakan gabungan teknologi dengan sistem keuangan, Salah satu dari Fintech adalah Dana, Dana merupakan layanan keuangan digital yang dapat diakses di Smartphone. Dengan berkembangnya e-wallet banyak bermunculan berbagai e-wallet lain yang menyebabkan ketatnya Competitive sampai organisasi harus berupaya untuk dapat membuat pelanggan puas terhadap barang atau jasa dan dapat memenuhi harapan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan di Sei Rampah yang tepatnya pada Toko Kanaya Ponsel yang menyediakan Isi Ulang E-Wallet yang berada di Jl. Negara, pada penelitian ini berfokus kepada pengguna dana yang melakukan isi ulang kepada Toko Kanaya Ponsel yang menyediakan jasa Isi Ulang Saldo E-Wallet di Jl. Negara.

**Tabel 1. Penjualan Bulan Juli s/d Desember 2022**

No	Bulan	Penjualan Toko Kanaya
1	Juli	19.000.000
2	Agustus	18.000.000
3	September	19.000.000
4	Oktober	16.000.000
5	November	17.000.000
6	Desember	20.000.000

Sumber data : Toko Kanaya

Toko Kanaya yang menyediakan isi ulang saldo Dana, Data penjualan mereka mengalami penurunan dari Bulan juli hingga November. Sedangkan bulan Desember mengalami kenaikan yang disebabkan perayaan tahun baru, menurut asumsi peneliti penurunan pada bulan juli hingga november dikarenakan penurunan loyalitas pelanggan pada pengguna dana di Sei Rampah yang disebabkan beberapa faktor yaitu, persepsi kemudahan transaksi, diskon dan loyalitas pelanggan. Dalam menjalankan usaha, loyalitas merupakan point penting karena dengan membuat pelanggan loyal menjadi tolak ukur dalam menentukan baiknya sebuah layanan, pelanggan Dana yang puas akan tetap bertahan dengan Dana dan menjadi puas, tetapi pelanggan yang kurang setia dengan Dana mudah untuk berpindah kepada layanan yang lain.

Dalam mempertahankan loyalitas pengguna dana agar dapat memenuhi harapan pelanggan dalam menggunakan layanan aplikasi Dana, perusahaan perlu memperhatikan beberapa faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pengguna Dana di Sei Rampah (Studi Kasus di Brilink dan Toko Isi ulang E-Wallet Jl.Negara) Dalam mempertahankan loyalitas pengguna dana agar dapat memenuhi harapan pelanggan dalam menggunakan layanan aplikasi Dana, perusahaan perlu memperhatikan beberapa faktor yang dapat meningkatkan loyalitas pengguna Dana di Sei

Rampah (Studi Kasus di Brilink dan Toko Isi ulang E-Wallet Jl.Negara). Salah satu yang menjadi kebutuhan pelanggan adalah kebutuhan akan kemudahan dalam melakukan pembayaran, seperti layanan yang dimiliki Dana.

Diskon adalah sejumlah pengurangan harga yang dibagikan oleh perusahaan dengan tujuan meningkatkan laba sehingga keberlangsungan hidup perusahaan terjaga, diskon yaitu salah satu usaha yang diperlukan oleh perusahaan agar dapat melahirkan kepuasan kepada pelanggan, untuk meningkatkan loyalitas, perusahaan wajib memberikan kepuasan kepada pelanggan sehingga terciptanya pembelian ulang produk atau layanan kepada aplikasi Dana.

Dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan dimana kedua hal ini memiliki keterkaitan ketika nilai loyalitas tinggi, kepuasan juga naik dan sebaliknya, ketika loyalitas turun kepuasan juga akan turun. Dengan meningkatkan kepuasan konsumen bisa mencegah pelanggan berpindah ke produk yang lain, menjadi sarana periklanan gratis dan meningkatkan reputasi perusahaan. Berdasarkan Fenomena diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang loyalitas pelanggan pada pengguna dana di Sei Rampah (Studi Kasus Konsumen Toko Kanaya Ponsel) kedalam sebuah penelitian yang berjudul "PENGARUH KEMUDAHAN TRANSAKSI, DAN DISKON TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN PENGGUNAAN DANA DI SEI RAMPAH (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Kanaya Ponsel & Brilink Di Sei Rampah)".

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Loyalitas Pelanggan*

Loyalitas pelanggan ialah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli dan mendukung kembali sebuah produk atau jasa yang disukai pada masa depan meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih (Kotler dan Keller, 2016).

### *Kemudahan Transaksi*

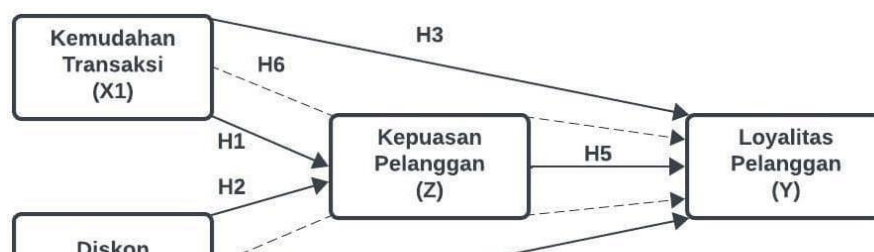
Persepsi Kemudahan Penggunaan (Perceived Ease Of Use) dapat meyakinkan pengguna bahwasanya teknologi informasi yang akan diaplikasikan adalah suatu hal yang mudah dan bukan merupakan beban bagi pengguna (Jogiyanto, 2017).

### *Diskon*

Price Discount, merupakan penghematan yang ditawarkan pada konsumen dari harga normal suatu produk, yang tertera dilabel atau kemasan produk tersebut (Kotler dan Keller, 2016).

### *Kepuasan Pelanggan*

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkan (Kotler dan Kotler, 2016).



### Gambar 1. Kerangka Konseptual

#### METODE

Ragam penelitian yang akan digunakan yaitu metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pengguna Dana pada konsumen Toko Kanaya Ponsel & Brilink di Sei Rampah, yang melakukan isi ulang 1 kali dalam seminggu yang jumlahnya tidak diketahui. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna Dana yang melakukan pengisian ulang saldo E-Wallet Dana pada Toko Kanaya Ponsel & Brilink di Sei Rampah. Metode analisis data menggunakan metode analisis jalur (path analysis) dengan bantuan program analisis SPSS Statistic 25.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### *Uji Instrumen*

##### 1. Uji Validitas

Pengujian ini dilakukan pada 30 orang responden, maka  $df = 30 - k = 28$ , dengan  $\alpha = 5\%$  maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361 (Ghozali & Imam, 2018), selanjutnya nilai r hitung akan dibandingkan dengan nilai r tabel seperti dalam tabel berikut.

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

<b>Variabel Y (Loyalitas Pelanggan)</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>Validitas</b>
1	0.540	0.367	Valid
2	0.875	0.367	Valid
3	0.834	0.367	Valid
4	0.708	0.367	Valid
<b>Variabel Z (Kepuasan Pelanggan)</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>Validitas</b>
1	0.700	0.367	Valid
2	0.801	0.367	Valid
3	0.773	0.367	Valid
<b>Variabel X1 (Kemudahan Transaksi)</b>			
<b>Pernyataan</b>	<b>rhitung</b>	<b>rtabel</b>	<b>Validitas</b>
1	0.688	0.367	Valid
2	0.698	0.367	Valid
3	0.758	0.367	Valid
4	0.805	0.367	Valid

### Variabel X2 (Diskon)

Pernyataan	rhitung	rtabel	Validitas
1	0.854	0.367	Valid
2	0.934	0.367	Valid
3	0.943	0.367	Valid

Sumber: Data diolah (2023)

## 2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan SPSS 25.00 diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Konstanta	Reliabilitas
Variabel Loyalitas Pelanggan (Y)	0.792	0,6	Reliabel
Variabel Kepuasan Pelanggan(Z)	0.807	0,6	Reliabel
Variabel Kemudahan Transaksi (X1)	0.863	0,6	Reliabel
Variabel Diskon (X2)	0.866	0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah (2023)

## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

Dari output dalam tabel 3 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Monte Carlo Sig.) seluruh variabel sebesar 0,073 signifikansi lebih dari 0,05, maka nilai residual tersebut telah normal, sehingga dapat disimpulkan jika seluruh variabel berdistribusi normal.

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
Std. Deviation			1.46242782
Most Extreme Differences	Absolute		.127
	Positive		.127
	Negative		-.067
Test Statistic			.127
Asymp. Sig. (2-tailed)			.001 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.073 <sup>d</sup>
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.005
		Upper Bound	.141

Sumber : Data diolah (2023)

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 96 sampled tables with starting seed 299883525.

## 2. Uji Multikolinieritas

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas**

		Coefficients <sup>a</sup>	
Model		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemudahan Transaksi	.777	1.2 86
	Diskon	.777	1.2 86

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan  
Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai tolerance dari variabel kemudahan transaksi sebesar 0,777, variabel diskon sebesar 0,777 di mana semuanya lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai VIF dari variabel kemudahan transaksi sebesar 1,286, variabel diskon sebesar 1,286 di mana semuanya lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat dilihat bahwa nilai tolerance semua variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF semua variabel bebas juga lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi gejala korelasi pada variabel bebas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji glejser menunjukkan nilai signifikansi kemudahan transaksi sebesar 0,073, diskon sebesar 0,502 dimana keduanya lebih besar dari 0,050 sehingga dapat disimpulkan jika tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

## ***Pengujian Regresi Linier Berganda***

**Tabel 6. Hasil Regresi Linier Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	5.737	.989	
	Kemudahan Transaksi	.178	.073	.261
	Diskon	.211	.099	.227

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil tersebut maka persamaan regresi linier yang mempunyai formulasi:  $Z = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon_1$ , sehingga diperoleh persamaan:  $Z = 5,178 + 0,158X_1 + 0,550X_2 + \epsilon_1$ . Deskripsi dari persamaan regresi linear berganda di atas adalah sebagai berikut:

- Nilai konstanta ( $b_0$ ) sebesar 5.737 menunjukkan besarnya variabel kepuasan pelanggan jika variabel kemudahan transaksi dan variabel diskon sama dengan nol.
- Nilai koefisien regresi variabel kemudahan transaksi ( $b_1$ ) sebesar 0,178 menunjukkan besarnya peranan variabel kemudahan transaksi terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel diskon konstan. Artinya apabila faktor variabel kemudahan transaksi meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,178 satuan nilai dengan asumsi variabel diskon konstan.

- c. Nilai koefisien regresi variabel diskon (b2) sebesar 0,211 menunjukkan besarnya peranan variabel diskon terhadap variabel kepuasan pelanggan dengan asumsi variabel kemudahan transaksi konstan. Artinya apabila faktor variabel diskon meningkat 1 satuan nilai, maka diprediksi variabel kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,211 satuan nilai dengan asumsi variabel kemudahan transaksi konstan.

### **Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi pada Persamaan I dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 7. Koefisien Detreminasi**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>			
Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.419a	.176	.158

a. Predictors: (Constant), Diskon, Kemudahan Transaksi

b. Dependent Variable: Keuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah (2023)

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui besarnya nilai adjusted R square sebesar 0,158 atau 15,8%. Hal ini menunjukkan jika variabel kemudahan transaksi dan variabel diskondapat

menjelaskan variabel kepuasan pelanggan sebesar 15,8 %, sisanya sebesar 84,2% (100% - 15,8%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti kualitas produk, promosi dan lainnya.

### **Pengujian Hipotesis**

Uji t (Parsial)

**Tabel 8. Uji t**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.737	.989		5.799	.000
	Kemudahan Transaksi	.178	.073	.261	2.445	.016
	Diskon	.211	.099	.227	2.129	.036

a. Dependent Variable: Keuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah (2023)

- a. Uji Hipotesis Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keuasan Planggan

Dari tabel 8 diperoleh nilai thitung sebesar 2,445 Dengan  $\alpha = 5\%$ , ttabel (5%; n-k = 96-2= 94) diperoleh nilai ttabel sebesar 1,985 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa thitung (2,445) > ttabel (1,985), demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar 0,016 < 0,05 maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima, artinya variabel kemudahan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Safrika, Rahman Lubis, 2018) (Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Fashion Online Di Banda Aceh.

- b. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel diskon Terhadap Variabel Keuasan pelanggan  
 Dari tabel 8 diperoleh nilai thitung sebesar 2,129 Dengan  $\alpha = 5\%$ , ttabel (5%; n-k = 96-2 = 94) diperoleh nilai ttabel sebesar 1,985 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa thitung (2,129) > ttabel (1,985), dan nilai signifikansinya sebesar  $0,036 < 0,05$  maka dapat disimpulkan hipotesis kedua diterima, artinya variabel diskon berpengaruh terhadap keuasan pelanggan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Juni Siska, 2022) dengan judul Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keuasan Pelanggan Pada PT Wellindo Blast Media Di Kota Batam.
- c. Uji Hipotesis Pengaruh Keuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan  
 Dari tabel 8 diperoleh nilai thitung sebesar 2,323 Dengan  $\alpha = 5\%$ , ttabel (5%; n-k = 96-2=94) diperoleh nilai ttabel sebesar 1,985. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa thitung (2,323) > ttabel (1,985), dan nilai signifikansinya sebesar  $0,022 < 0,05$  maka dapat disimpulkan hipotesis kelima diterima, artinya variabel keuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Safrika, Rahman Lubis, 2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Keuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Fashion Online di Banda Aceh.

## PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan, maka tahapan selanjutnya adalah penjelasan hubungan antara variabel pada penelitian ini yang kemudian dikaitkan dengan loyalitas pelanggan dan keuasan pelanggan, penelitian-penelitian sebelumnya dan ilmu manajemen sehingga dapat mendukung pernyataan yang sudah ada sebelumnya. Penjelasan hasilnya sebagai berikut:

1. Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Keuasan Pelanggan  
 Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 1 dapat diketahui bahwa kemudahan transaksi berpengaruh terhadap keuasan pelanggan. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui pengguna Dana pada Toko Kanaya Ponsel & Brilink merasa Dana mudah untuk dipelajari, ketika sebuah aplikasi mudah untuk dipelajari pengguna akan tertarik untuk membuka dan menggunakan aplikasi tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Safrika, Rahman Lubis, 2018) dimana peneltian sebelumnya menunjukkan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh terhadap keuasan pelanggan.
2. Pengaruh Diskon Terhadap Keuasan Pelanggan  
 Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 2 dapat diketahui bahwa diskon berpengaruh terhadap keuasan pelanggan. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui pengguna Dana pada Toko Kanaya Ponsel & Brilink tertarik dengan Dana dikarenakan diskon yang diberikan setiap bulan, ketika diskon yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan maka pelanggan akan puas. Hal ini sama dengan penelitian yang dilakukan oleh (Juni Siska, 2022), dimana dalam peneltian tersebut menunjukkan bahwa diskon berpengaruh terhadap keuasan pelanggan.
3. Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Loyalitas Pelanggan  
 Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 3 dapat diketahui bahwa kemudahan transaksi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui pengguna Dana pada Toko Kanaya Ponsel & Brilink merasa secara keseluruhan Dana tidak mudah untuk digunakan. Hasil penelitian ini memiliki perbedaan

hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh (Pratiwi et al., 2022), dimana hasil penelitian ini yang menunjukkan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

4. Pengaruh Diskon Terhadap Loyalitas pelanggan

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 4 dapat diketahui bahwa diskon berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui pengguna Dana pada Toko Kanaya Ponsel & Brilink tertarik dengan Dana dikarenakan potongan harga yang diberikan ketika bertransaksi, ketika diskon sesuai dengan keinginan pelanggan mereka akan berusaha untuk loyal kepada perusahaan. Hasil penelitian ini, terdapat persamaan hasil dengan penelitian dilakukan oleh (Susilawati et al., 2022), dimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diskon berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

5. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 5 dapat diketahui bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Dari hasil penelitian yang dilakukan diketahui pengguna Dana pada Toko Kanaya Ponsel & Brilink bersedia merekomendasikan Dana kepada orang lain, ketika pelanggan puas mereka akan bersedia untuk merekomendasikan orang lain dan setia untuk menggunakan produk yang mereka sukai. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Tanuwijaya, 2022) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

6. Pengaruh Kemudahan Transaksi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Pada Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 6 dapat diketahui bahwa kemudahan transaksi berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, Dari hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel kepuasan pelanggan lebih besar dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut pengguna Dana pada Toko Kanaya Ponsel & Brilink merasa Dana mudah untuk digunakan, ketika sebuah aplikasi mudah untuk digunakan, pelanggan akan tetap setia dan tidak mencari alternatif lain. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Safrika, Rahman Lubis, 2018) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap kemudahan transaksi dan loyalitas pelanggan

7. Pengaruh Diskon terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis terhadap hipotesis 7 dapat diketahui bahwa diskon tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan, hal ini dapat terjadi berdasarkan hasil perhitungan yang didapat menunjukkan pengaruh secara tidak langsung melalui variabel kepuasan pelanggan lebih kecil dibanding pengaruh secara langsung terhadap variabel loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut pengguna Dana pada Toko Kanaya Ponsel & Brilink merasa tidak tertarik dengan potongan harga yang diberikan, ketika diskon yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, mereka akan kecewa dan berpindah kepada produk lain. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Tanuwijaya, 2022) yang menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap diskon.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa:

1). Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2). Diskon tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3). Kemudahan transaksi berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 4). Diskon berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 5). Kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. 6). Kepuasan pelanggan berdampak pada kemudahan transaksi terhadap loyalitas pelanggan. 7). Kepuasan pelanggan tidak berdampak pada diskon terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil dari penelitian ini memiliki beberapa implikasi bagi perusahaan Dana yaitu:

- a. Perusahaan Dana untuk kedepannya harus dapat mempertimbangkan kemudahan transaksi yang akan diberikan dengan melakukan survei pasar secara menyeluruh pada target sasaran pengguna Dana yang sesuai dengan kebutuhan pengguna, sehingga memperoleh hasil yang maksimal dan kemudahan transaksi yang diberikan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.
- b. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai dasar bagi perusahaan dana untuk melakukan evaluasi pada diskon dan kemudahan transaksi yang telah diberikan saat ini dan yang akan datang sehingga memperoleh hasil yang sesuai harapan dan tujuan perusahaan dikarenakan dalam hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diskon dan kemudahan transaksi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
- c. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa diskon memiliki pengaruh yang besar pada kepuasan pelanggan sehingga untuk mendapatkan hasil yang maksimal perusahaan harus melakukan evaluasi pada diskon secara terus menerus untuk menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

## REFERENSI

- Ghozali, & Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2015). Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kestiaan Pelanggan. Jakarta. Indonesia: Erlangga.
- Jogiyanto. (2017). Konsep Dasar Sistem Informasi, Jogjakarta.
- Juni Siska, T. (2022). Pengaruh Diskon Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Wellimdo Blast Media Di Kota Batam. Universitas Puteri Batam, 5, 25.
- Kotler, P. dan K. K. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1&2.
- Pratiwi, R. P., Ekanova, A. P., & Nagari, O. P. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Layanan ShopeeFood Di Jakarta. Jurnal Ekonomi Dan Manajemen, 1(2), 18–28.
- Safrika, Rahman Lubis, S. I. (2018). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Dalam Berbelanja Fashion Online Di Banda Aceh. Jurnal Saints Riset, VIII, 27.
- Sutisna. (2013). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Tanuwijaya, C. K. (2022). Pengaruh diskon dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi (studi kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya). Wijaya Kusuma Surabaya University.