

INTISARI

Mayoritas masyarakat Indonesia menggunakan telepon genggam untuk mengakses internet, dengan rata-rata waktu penggunaan harian mencapai 7 jam 42 menit (Databoks, 2023). Telepon genggam sebagai alat utama untuk menunjang aktivitas sehari-hari, termasuk belanja *online* dan pembayaran digital. Tren ini sejalan dengan meningkatnya popularitas dompet digital seperti Gopay dan OVO, yang berhasil mendominasi pasar melalui layanan yang dianggap memenuhi kebutuhan pengguna. Di sisi lain, aplikasi LinkAja menghadapi tantangan berat akibat banyaknya ulasan negatif dari pengguna terkait performa, keamanan, dan biaya layanan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan eksplanatori untuk memahami alasan terjadinya suatu peristiwa atau fenomena tertentu. Populasi pada penelitian adalah individu yang pernah menggunakan aplikasi LinkAja, berdomisili di Pulau Jawa, jenis kelamin laki-laki ataupun perempuan dengan usia minimal 18 tahun. Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan kriteria individu yang pernah menggunakan aplikasi LinkAja dalam kurun waktu 6 bulan terakhir. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 351 responden yang berdomisili di Pulau Jawa. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner *online* menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan dengan *Partial Least Square-Structural Equation Modelling* (PLS-SEM) menggunakan SmartPLS 4.0. Penelitian ini bertujuan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pengguna LinkAja berdasarkan lima dimensi Teori Nilai Konsumsi, yaitu nilai fungsional, sosial, emosional, epistemik, dan moneter, serta loyalitas pengguna di tengah daya tarik alternatif dari dompet digital lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai fungsional, emosional, dan moneter memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna LinkAja, sementara nilai sosial dan epistemik tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Kepuasan memediasi pengaruh nilai fungsional, emosional, dan moneter pada loyalitas pengguna LinkAja, namun tidak memediasi pengaruh nilai sosial dan epistemik. Daya tarik alternatif melemahkan hubungan antara kepuasan dan loyalitas.

Kata kunci: Teori Nilai Konsumsi, kepuasan, loyalitas, daya tarik alternatif, dompet digital.

ABSTRACT

Most of Indonesians use mobile phones to access the internet, with an average daily usage time of 7 hours 42 (Databoks, 2023). Mobile phones as the main device to support daily activities, including online shopping and digital payments. This trend is in line with the increasing popularity of digital wallets such as Gopay and OVO, which have managed to dominate the market through services that are considered to fulfil user needs. On the other hand, the LinkAja app is facing severe challenges due to the large number of negative user reviews regarding performance, security, and service fees.

This study adopts an explanatory approach to understand the reasons behind certain events or phenomena. The population in the study is individuals who have used the LinkAja application, domiciled on the island of Java, male or female gender with a minimum age of 18 years. The sampling was conducted using a purposive sampling technique, with criteria targeting of individuals who have used the LinkAja application within the past six months. The sample in this study amounted to 351 respondents living on the island of Java. Primary data were collected through an online questionnaire using the Likert scale. Data analysis was carried out by Partial Least Square-Structural Equation Modelling (PLS-SEM) using SmartPLS 4.0. The objective of this study is to identify factors influencing satisfaction based on the five dimensions of the Theory of Consumption Values including functional, social, emotional, epistemic, and monetary values and user loyalty to LinkAja amidst alternative attractiveness another digital wallet provider. The results of the study showed that functional, emotional, and monetary values have a positive and significant influence on LinkAja user satisfaction, while social and epistemic values show no significant influence. Satisfaction mediates the influence of functional, emotional, and monetary values on LinkAja user loyalty, but does not mediate the influence of social and epistemic values. The attractiveness of alternatives weakens the relationship between satisfaction and loyalty.

Keywords: *Theory of Consumption Value, satisfaction, loyalty, alternative attractiveness, digital wallets.*