

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Keputusan Pembelian

1. Definisi Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan serangkaian proses yang berawal dari konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi tentang produk atau merek tertentu dan mengevaluasi produk atau merek tersebut seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian serangkaian proses tersebut mengarah kepada keputusan pembelian.¹⁹

2. Dimensi Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian memiliki dimensi, berikut adalah dimensi dari keputusan pembelian :²⁰

a. Pilihan Produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan. Misalnya: kebutuhan suatu produk, keberagaman varian produk dan kualitas produk.

¹⁹ Tjiptono, Fandy, “*Pemasaran Jasa –Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*”, (Yogyakarta. 2014). 27

²⁰ Tjiptono, Fandy. “*Strategi Pemasaran*”, (Yogyakarta:Andi, 2012). 53

b. Pilihan Merk

Pembeli harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek. Misalnya: kepercayaan dan popularitas merk.

c. Pilihan Penyalur

Pembeli harus mengambil keputusan penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap pembeli mempunyai pertimbangan yang berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap dan lain-lain. Misalnya: kemudahan mendapatkan produk dan ketersediaan produk.

d. Waktu Pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda, misalnya: ada yang membeli sebulan sekali, tiga bulan sekali, enam bulan sekali atau satu tahun sekali.²¹

e. Jumlah Pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli. Misalnya: kebutuhan akan produk.

²¹ Tjiptono, Fandy. 2012, Strategi Pemasaran, Yogyakarta:Andi. 53

f. Metode Pembayaran

Konsumen dalam membeli produk pasti harus melakukan suatu pembayaran. Pada saat pembayaran inilah biasanya konsumen ada yang melakukan pembayaran secara tunai maupun menggunakan kartu kredit. Hal ini tergantung dari kesanggupan tamu dalam melakukan suatu pembayaran

3. Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Ada beberapa faktor yang bisa berpengaruh terhadap keputusan pembelian seseorang, antara lain :²²

a. Faktor Budaya

Budaya dapat mempengaruhi sikap konsumen secara mendalam.

1. Kultur (budaya) memiliki pengaruh besar dalam penentuan kemauan konsumen.
2. Sub-kultur dari kultur menjadi bagian lebih kecil dan dapat memberikan pengenalan kepada anggotanya dengan jelas.
3. Kelas sosial adalah bagian bagian yang tidak selalu terdiri dari beberapa macam, tetapi masih dalam suatu masyarakat dari anggotanya memiliki penilaian yang mirip terhadap suatu produk.

b. Faktor Sosial

1. Kelompok
2. Keluarga

²² Philip Kotler and Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran Edisi.Pdf (Jakarta: PT Indeks, 2008). 175

3. Faktor Pribadi

- Umur
- Jenis Pekerjaan
- Kondisi Ekonomi
- *Lifestyle* dan Gaya Hidup
- Kepribadian

B. Dompot Digital

1. Definisi Dompot Digital

Dengan adanya kemajuan teknologi, terdapat sistem pembayaran baru melalui seluler yaitu dompet digital. Pembayaran melalui dompet digital merupakan salah satu pembayaran yang paling menonjol saat ini, karena transaksi pembayaran melalui dompet digital membawa banyak keuntungan bagi pengguna seperti kemudahan, fleksibilitas dan perlindungan. Dompot digital dikenal sebagai sistem pembayaran yang menyediakan layanan dan program keuangan yang memungkinkan pengguna untuk mengelola informasi keuangan terkait proses pembelian, loyalitas dan program member serta mendapatkan informasi perbankan. Dompot digital merupakan peluang perkembangan teknologi keuangan dan menjadi alat yang umum untuk digunakan sebagai transaksi keuangan. Selain itu, dompet digital sudah dikenal oleh banyak pengguna dan mulai menunjukkan keberadaannya kepada pengguna internet dalam pembayaran seluler.

Dompot digital adalah alat pembayaran yang sah dibawah pengawasan Otoritas Jasa Keuangan (OJK), contohnya *Shopeepay*, *Gopay*, *OVO*, *LinkAja*,

Dana, dll. Pengguna dapat memilih jenis pembayaran sesuai dengan tingkat ekonomi dan niat dari pengguna itu sendiri. Adanya koneksi internet dapat membantu perkembangan teknologi untuk memaksimalkan pengoperasian dompet digital. Dompet digital akan dapat lebih memudahkan pengguna untuk bertransaksi apabila dompet digital tersebut sudah tersebar luas diseluruh daerah. Layanan pembayaran ini merupakan salah satu layanan keuangan ritel yang memiliki paling banyak pengguna karena pengguna dapat menggunakannya sehari-hari. Layanan ini memberikan kesempatan bagi pengguna baru untuk mencari pengalaman pembayaran yang efisien dalam hal kecepatan, kenyamanan, aksesibilitas penggunaan yang cepat. Layanan pembayaran ini memiliki 2 jenis pembayaran yaitu untuk pertama untuk pembayaran konsumen dan ritel, kedua untuk pembayaran grosir dan perusahaan.

Dompet digital sebanding dengan dompet fisik, dompet digital dapat menyimpan uang pengguna seperti di bank yaitu pengguna harus membuat akun pada aplikasi dompet digital lalu uang elektronik tersebut dapat dimasukan melalui kartu debit, kartu kredit dan sebagainya. Dompet digital merupakan bentuk pembayaran yang dapat membantu pengguna untuk melakukan transaksi pembayaran secara digital menggunakan *smartphone* atau *gadget*, menggantikan penggunaan dompet secara fisik.²³ Dalam transaksi digital, pengguna sebagai pembayar dan penjual sebagai penerima bayaran melakukan transaksinya menggunakan metode digital untuk mengirim dan

²³ Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. "Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Dana di Kabupaten Kuningan". (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022). 399-409.

menerima uang tersebut. Transaksi tersebut tidak melibatkan uang tunai. Semua transaksi menggunakan *online*, hal tersebut merupakan cara yang instan dan efisien untuk bertransaksi.

Dalam peraturan Bank Indonesia nomor 18 / 40 / PBI / 2016 Pasal 1 Ayat 7 terkait penyelenggaraan transaksi pembayaran menjelaskan bahwa dompet digital adalah layanan digital yang digunakan untuk menyimpan data transaksi pembayaran menggunakan alat pembayaran seperti kartu dan/atau uang elektronik, untuk menampung dana dan untuk melakukan pembayaran.

2. Fungsi Dompet Digital

Terdapat beberapa fungsi umum yang telah diterapkan dompet digital, yaitu:²⁴

- a. Pendaftaran akun dompet digital menggunakan foto, beberapa informasi pribadi dan sidik jari.
- b. Otentifikasi pengguna dompet digital untuk akses aplikasi menggunakan sidik jari atau nomor PIN.
- c. Transfer dana dari dan ke sesama pengguna dompet digital.
- d. Adanya fitur kode QR untuk transaksi pembayaran saat belanja menggunakan dompet digital.
- e. *Top-up* atau pengisian saldo dompet digital menggunakan nomor *handphone* yang sudah terverifikasi di akun dompet digital.
- f. Menambah atau memodifikasi penyimpanan kartu kredit pada aplikasi dompet digital, dll.

²⁴ Dian Wulandari, O. A., Pradiva, F. A., & Aziz, G. A. "Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Kegunaan Terhadap Kepuasan dalam Membangun Loyalitas Pengguna OVO". (Jurnal Manajemen dan Bisnis Performa Vol.17 No.2, 2020). 1-9.

Dompot digital juga diakui memiliki manfaat yang inovatif yaitu kustomisasi dan komunikasi instan. Dompot digital memiliki banyak fungsi yaitu fungsi pemeriksaan dan pelaporan saldo, dukungan program loyalitas atau member dan berbagai fungsi lainnya. Dompot digital tidak hanya membawa keuntungan bagi pembeli, tetapi juga bagi pedagang yang menerima dompet digital sebagai alat pembayaran karena proses transaksi yang instan, manajemen kas efisien dan biaya tenaga kerja lebih sedikit. Dompot digital dapat digunakan untuk berbagai transaksi seperti transaksi konsumen ke konsumen, konsumen ke bisnis, konsumen ke mesin dan konsumen ke *online*.

3. Kelebihan dan Kekurangan Dompot Digital

a. Kelebihan

1) Mudah dan Praktis

Transaksi menggunakan dompet digital hanya membutuhkan waktu beberapa detik, Pembayaran menggunakan dompet digital dengan cara memindai *QR* (*Quick Response*) kode toko atau barcode lalu nominal yang harus dibayar akan muncul dan otomatis akan terbayar. Kecepatan pembayaran transaksi ini memudahkan bagi pelanggan dan juga pembeli, selain mencegah antrian yang panjang serta menghemat waktu pada saat transaksi.

2) Terhindar Dari Uang Palsu

Penggunaan dompet digital dapat mengurangi tindak pidana peredaran uang palsu. Sistem teknologi dompet digital sendiri masih sulit ditembus dalam hal keamanannya. Transaksi pembayaran menggunakan dompet digital, penjual

dan pembeli tidak lagi memikirkan uang kembalian, karena *e-wallet* mampu memotong saldo secara otomatis.

3) Menghindari Penyebaran Virus dan Bakteri

Di tengah-tengah situasi pandemi *Covid-19* seperti saat ini, bertransaksi menggunakan dompet digital mampu meminimalisasikan adanya kontak dengan orang lain. Bahkan, secara resmi pemerintah sudah menganjurkan untuk mencegah penularan virus melalui uang tunai. Sudah banyak toko-toko *offline* yang menyediakan atau memaksa pengunjung nya untuk melakukan pembayaran dengan non tunai.

b. Kekurangan

1) Menjadi Lebih Konsumtif

Dengan kemudahan yang banyak ditawarkan dompet digital membuat penggunaanya lebih konsumtif. Hal ini dikarenakan promo- promo yang ditawarkan *e-wallet* sangatlah menarik dan membuat penggunaanya akan rajin bertransaksi menggunakan dompet digital. Karena hal itu pengguna harus lebih bijak dalam menggunakan *e-wallet* agar tidak boros dan menjadi konsumtif.

C. DANA

1. Definisi DANA

Dana merupakan dompet digital asal Indonesia yang digunakan untuk transaksi nontunai dan nonkartu secara digital, transaksi tersebut dapat digunakan *online*

dan *offline* secara instan, praktis dan keamanan yang terjamin.²⁵ Fitur yang terdapat pada Dana yaitu gratis biaya transfer untuk kirim dan minta saldo dengan sesama pengguna Dana, gratis biaya transfer dari aplikasi dana ke bank, Dana dapat menyimpan kartu Bank berupa kredit dan debit, untuk pembayaran *online* maupun *offline* dengan berbagai merchant yang telah bekerja sama dengan Dana.

2. Keunggulan DANA

- a. Aplikasi karya Indonesia, tanpa campur tangan asing. “Dibuat di Indonesia, oleh orang Indonesia, dan untuk orang Indonesia”²⁶
- b. Turut didukung oleh 2 data center yang menjamin transaksi dapat terus berjalan tanpa gangguan.
- c. Terintegrasi dengan sistem Kependudukan Catatan Sipil (Dukcapil) Kementerian Dalam Negeri.
- d. Proses pendaftaran akun memakan waktu singkat hanya beberapa detik. “Platform kami satu-satunya yang bisa *approve* dan registrasi *real-time*, tak usah tunggu lama”
- e. Mendapatkan 4 lisensi dari Bank Indonesia. “Kami sudah dapat empat lisensi dari BI untuk meyakinkan platform kita *secure*,”
- f. Konsep open platform agar terhubung dengan transaksi digital lain dari vendor yang melakukan kerja sama seperti KFC, TIX.ID, Ramayana dan BBM.

²⁵ Abrilia. “Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Aplikasi DANA di Surabaya”. (Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol.8 No. 3, 2020). 1006-1012.

²⁶ Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. “Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Dana di Kabupaten Kuningan”. (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022), 399-409.

- g. Pembayaran dapat melalui *QR code* dengan mesin transaksi di outlet yang telah bekerja sama.
- h. Transaksi yang dilakukan cepat dan hemat waktu. Dengan hanya memilih tombol “Pay” dengan logo *QR code* pada aplikasi dan menempelkannya pada layar mesin POS. Transaksi terjadi setelah melakukan verifikasi PIN melalui ponsel pengguna.
- i. Kerja sama dengan lebih banyak vendor yang menjanjikan²⁷

D. Fitur Layanan

1. Definisi Fitur

Dalam pembuatan produk perlu adanya hal yang istimewa, unik dan yang berbeda dari produk lain, fitur atau spesifikasi dalam produk tentunya dapat mewakili keunggulan dari produk itu sendiri, dari fitur atau spesifikasi dari produk itu sendiri konsumen dapat membedakan dari produk satu dengan produk yang lain. Beberapa ahli mengemukakan tentang Fitur produk, berikut pengertian tentang Fitur. “Fitur memiliki peran kunci dalam membuat produk yang baik. Fitur sering diasosiasikan dengan kemanfaatan atau fungsionalitas dari suatu produk.

Fitur merupakan karakteristik tambahan yang dirancang untuk menambah ketertarikan konsumen terhadap produk atau menyempurnakan fungsi produk. Fitur adalah alat pesaing untuk mendiferensiasikan (membedakan) produk perusahaan dari produk pesaing. Fitur adalah unsur-

²⁷ Abrilia et al, . “ Pengaruh Persepsi Kemudahan dan Fitur Layanan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Aplikasi DANA di Surabaya”.(Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol.8 No. 3, 2020). 1006-1012.

unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan pengertian yang telah dikemukakan oleh para ahli maka dapat ditarik kesimpulan bahwa fitur merupakan bagian penting dari atribut produk yang merefleksikan manfaat dan fungsi dari sebuah produk. Fitur juga merupakan sesuatu yang istimewa yang diciptakan pada produk yang tidak terdapat pada produk lain sehingga menjadi pembeda produk tersebut dengan produk pesaing dan dapat dijadikan dasar pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Fitur Layanan Aplikasi DANA

Menurut Peraturan Bank Indonesia Nomor 18/40/PBI/2016 tentang Dompot Elektronik, fitur-fitur untuk pembayaran yang dapat dilakukan dengan dompet elektronik yaitu :²⁸

a. Pengisian Ulang Kembali (*Top Up*)

Pengisian Ulang saldo dompet digital perlu dilakukan apabila pengguna ingin melakukan transaksi. *Top up* pada dompet digital dapat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain dengan penyetoran uang tunai, pendebetan di rekening bank atau melalui *supermarket* yang telah terafiliasi dengan dompet digital.

b. Pembayaran Transaksi Pembelanjaan

Pada era teknologi 4.0 seperti sekarang, cara masyarakat melakukan pembayaran mengalami pergeseran ke arah yang lebih modern. Dompot

²⁸ Ibid, 1006-1012

digital berperan penting dalam melakukan pembayaran non tunai atau *cashless*. Transaksi pembayaran menggunakan dompet digital dapat dilakukan di merchant-merchant yang menyediakan barcode QR.

c. Pembayaran Tagihan

Selain transaksi pembelian, dompet digital dapat digunakan untuk membayar tagihan rumah tangga seperti, tagihan listrik, air internet, BPJS sampai dengan pembelian pulsa maupun tagihan aplikasi *smartphone*.

d. Penyetoran Penerimaan Negara

Kementerian Keuangan berkolaborasi dengan penyedia dompet digital agar dapat memudahkan masyarakat untuk membayar kewajibannya. Tiga jenis pembayaran Penerimaan Negara yang bisa dilakukan lewat aplikasi dompet digital, yaitu pembayaran Pajak Online (DJP), Bea dan Cukai (DJBC), serta Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) seperti biaya perpanjang paspor, penerbitan Surat Izin Mengemudi (SIM) baru maupun perpanjang.²⁹

e. Transfer Dana

Dompet digital juga dapat mentransfer dana atau uang, dari dompet digital ke akun teman lain, rekening bank maupun sebaliknya. Pengiriman dana ini tidak memakan waktu yang lama, hanya beberapa menit setelah dana tersebut dikirim.

f. Tarik Tunai

²⁹ Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. "Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Dana di Kabupaten Kuningan". (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022). 399-409.

Penarikan dana atau uang tunai juga dapat dilakukan di dompet digital. Penarikan tersebut dapat dilakukan di merchant yang bertanda dapat menarik uang dari dompet digital.

Selain dapat melakukan kegiatan ekonomi yang telah disebutkan diatas, pada masa kini perusahaan layanan dompet digital juga berkolaborasi dengan platform investasi. Fitur pembayaran dengan dompet digital dapat digunakan pada investasi emas, reksadana atau saham dirasa sangat penting bagi investor apalagi untuk investor pemula. Pembayaran melalui dompet digital mempermudah investor untuk menyetorkan dana yang ia punya untuk membeli sebuah produk investasi dan kolaborasi ini mempunyai efek besar terhadap penetrasi industri dompet digital dengan industri asuransi dan investasi.

E. Persepsi Kemudahan

1. Definisi Persepsi Kemudahan

Persepsi Kemudahan dalam produk perbankan dapat memberikan upaya bagi bank dan dapat dikatakan sebagai suatu kepercayaan dari masing-masing nasabah dimana mereka merasa lebih leluasa dalam menggunakannya.³⁰ Setelah nasabah percaya dengan adanya suatu teknologi yang mudah untuk digunakan tersebut, maka nasabah dapat dikatakan telah mendapatkan suatu kemudahan dalam melakukan aktivitasnya. Adanya kemudahan dalam teknologi sehingga nasabah tidak perlu memerlukan berbagai cara dalam mempelajarinya. Kemudahan disisi lain dari aplikasi ini yaitu dapat dilakukan di mana saja dan kapan saja. Hal ini dikatakan bahwa sistem teknologi serta

³⁰ Arif Wibowo, “*Kajian Tentang Perilaku Pengguna Sistem Informasi Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model*”, Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Teknologi Informasi Universitas Budi Luhur, (Jakarta Selatan, 2006), hal. 160.

layanan yang diberikan oleh internet banking sudah membuktikan kepada nasabah dalam melakukan transaksi dengan mudah.

Kemudahan penggunaan sebuah teknologi didefinisikan sebagai suatu ukuran dimana seseorang percaya bahwa teknologi tersebut dapat digunakan dengan mudah. Dapat dikatakan bahwa kemudahan penggunaan mampu mengurangi usaha seseorang baik itu waktu maupun tenaga untuk mempelajari suatu sistem atau teknologi, karena individu yakin bahwa sistem atau teknologi tersebut mudah untuk dipahami. Intensitas penggunaan dan interaksi antara pengguna (*user*) dengan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan.³¹

³¹ Aprilia, R. W., & Susanti, D. N. "Pengaruh Kemudahan, Fitur Layanan, dan Promosi terhadap Keputusan Penggunaan E-wallet Dana di Kabupaten Kuningan". (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 2022). 399-409.