



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No.2 (2026) pp: 1387-1395

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Transaksi Pembayaran Digital pada Toko Coang

Nirwana¹, Imriani Idrus², Auliya Rukmana Amar³

^{1,2,3}Bisnis Digital, Institut Teknologi dan Bisnis Bina Adinata

ananirwana090104@gmail.com¹, imriani69@gmail.com², aulyaamar1805@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis berbagai faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan dalam menggunakan metode pembayaran digital di Toko Coang. Untuk mengetahui Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan pembayaran digital seperti QRIS, mobile banking dan e-wallet di Toko Coang. Untuk mengidentifikasi kendala atau tantangan yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan metode pembayaran digital. Untuk merumuskan strategi yang tepat bagi Toko Coang dalam meningkatkan kualitas layanan pembayaran digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap pembayaran digital adalah kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan transaksi, ketersediaan metode pembayaran dan kepraktisan pembayaran digital. Dapat disimpulkan bahwa transaksi pembayaran digital berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Toko Coang, yang dibuktikan dengan uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $3,533 > t$ tabel $2,048$ dan uji F juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai F hitung sebesar $12,482 > F$ tabel $3,34$. Kendala yang ditemukan antara lain kendala teknis pada aplikasi, kendala pada jaringan, dan juga pada aspek keamanan. Strategi yang dapat meningkatkan layanan pembayaran yaitu memberikan promosi yang menarik kepada pelanggan, mempertahankan variasi metode pembayaran digital, menggratiskan biaya administrasi pada transaksi pembayaran digital, melakukan promosi secara aktif terkait penggunaan pembayaran digital, dan menetapkan target penggunaan pembayaran digital.

Kata kunci: Analisis, Tingkat Kepuasan, Pembayaran Digital

1. Latar Belakang

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat dalam dua dekade terakhir telah memberikan pengaruh besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk pada sektor bisnis dan sistem pembayaran. Salah satu transformasi utama yang terjadi adalah pergeseran dari sistem pembayaran tunai (*cash*) menuju sistem pembayaran digital (*digital payment*). (Go et al., 2025). Pembayaran digital kini telah menjadi bagian penting dalam mendukung efisiensi transaksi bisnis, khususnya dalam sektor perdagangan ritel yang bersentuhan langsung dengan konsumen akhir.

Digitalisasi sistem pembayaran di Indonesia berkembang pesat sejak 2023 hingga 2025. Pada 2023, pengguna QRIS tercatat mencapai 45 juta orang dan menjadi dasar pertumbuhan berikutnya. Tahun 2024, volume transaksi digital nasional menembus 34,5 miliar transaksi. Nilai transaksi QRIS juga melonjak hingga Rp 317 triliun atau tumbuh 121% dari tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan semakin besarnya kepercayaan masyarakat terhadap pembayaran non-tunai. Memasuki 2025, jumlah pengguna QRIS diproyeksikan meningkat menjadi sekitar 57 juta orang. Dengan demikian, digitalisasi sistem pembayaran semakin mapan dan menjadi bagian penting dalam aktivitas ekonomi Indonesia.

Di Kabupaten Bulukumba, pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah. UMKM berkembang di berbagai sektor seperti kuliner, kerajinan, perdagangan, hingga jasa, serta menjadi tulang punggung dalam penyediaan lapangan kerja dan pemenuhan kebutuhan masyarakat sehari-hari. Namun, di tengah pesatnya perkembangan teknologi, banyak UMKM menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan sistem digital, baik dalam aspek pemasaran maupun sistem pembayaran. Oleh karena itu, pemerintah daerah turut mendorong pelaku UMKM untuk memanfaatkan teknologi, khususnya melalui penerapan sistem pembayaran digital seperti QRIS, *mobile banking*, dan *e-wallet*.

Toko Coang, sebagai pusat kebutuhan alat dan bahan makanan serta perlengkapan kue di Kabupaten Bulukumba, menjadi salah satu pelaku usaha mikro kecil dan menengah yang aktif menyesuaikan diri dengan perkembangan

digital melalui penerapan berbagai metode pembayaran digital kepada pelanggannya. Toko ini berlokasi Jl Kusuma Bangsa, Kelurahan Caile, Kecamatan Ujung Bulu, Kabupaten Bulukumba, Provinsi Sulawesi Selatan. Toko ini melayani pembelian dalam skala eceran maupun grosir. Dengan memperkenalkan opsi pembayaran digital seperti QRIS, *mobile banking*, dan *e-wallet*, Toko Coang tidak hanya mengikuti trend teknologi, tetapi juga menunjukkan adaptabilitas terhadap perubahan perilaku konsumen modern.

Dari perspektif manajemen toko, penting untuk mengetahui sejauh mana pelanggan merasa puas dengan sistem pembayaran digital yang diterapkan. Kepuasan pelanggan tidak hanya menjadi tolok ukur keberhasilan dalam implementasi sistem digital, tetapi juga berperan penting dalam membangun loyalitas pelanggan, memperluas pasar, dan menjaga keberlanjutan usaha. Dalam konteks ini, analisis terhadap kepuasan pelanggan perlu dilakukan secara menyeluruh dan berbasis data agar dapat menjadi dasar pengambilan keputusan strategis. (No Title, 2024)

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, dalam teori *Service Quality* (SERVQUAL), terdapat lima dimensi yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu meliputi aspek *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), serta *empathy* (kepedulian). Dalam konteks pembayaran digital, dimensi seperti keandalan sistem dan kecepatan respons menjadi aspek yang sangat relevan. Jika sistem sering mengalami gangguan, atau jika pelanggan merasa tidak mendapat bantuan saat mengalami kesulitan, maka hal tersebut dapat berdampak negatif terhadap pengalaman pelanggan. (Hetharie *et al.*, 2023)

Penelitian ini dianggap penting karena masih terbatasnya kajian akademis yang secara khusus membahas tingkat kepuasan pelanggan terhadap sistem pembayaran digital pada pelaku UMKM, khususnya di sektor kebutuhan rumah tangga dan bahan makanan seperti Toko Coang. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih berfokus pada aspek pelayanan dan penjualan, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmiah sekaligus memberikan manfaat praktis bagi pelaku UMKM di daerah.

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis tingkat kepuasan pelanggan dalam penggunaan sistem pembayaran digital di Toko Coang, serta mengidentifikasi faktor-faktor utama yang memengaruhi kepuasan tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi berguna bagi Toko Coang dalam meningkatkan kualitas layanan transaksi digital.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode campuran (*mixed method*). Metode campuran (*mixed method*) adalah pendekatan penelitian yang mengintegrasikan metode kuantitatif dan kualitatif dalam satu studi untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap suatu fenomena. (Journal, 2026)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah transaksi pembayaran digital (X), yang merupakan bagian dari sistem pembayaran berbasis teknologi yang memungkinkan proses transaksi dilakukan secara cepat, praktis, dan efisien. Transaksi pembayaran digital mencakup berbagai metode seperti *e-wallet*, *mobile banking*, dan QRIS, yang memberikan kemudahan serta fleksibilitas bagi pelanggan dalam melakukan pembayaran. (Nurdin *et al.*, 2022)

Sementara itu, variabel dependen adalah kepuasan pelanggan (Y), yang mencerminkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap penggunaan transaksi pembayaran digital. Kepuasan ini dilihat dari sejauh mana sistem pembayaran digital mampu memenuhi kebutuhan, memberikan kenyamanan, serta menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan dalam melakukan transaksi. (Keputusan & Jurusan, 2022)

Menurut (Roscoe, 2021), ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500 responden. (Latif *et al.*, 2025) Sampel dalam penelitian ini berjumlah 30 responden yang merupakan 30 pelanggan Toko Coang yang menggunakan transaksi pembayaran digital. teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling* (penunjukan langsung). (Bagus *et al.*, 2022)

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi observasi, wawancara, dokumentasi, dan penyebaran kuesioner. Kuesioner dilakukan dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada pelanggan Toko Coang untuk mengukur variabel transaksi pembayaran digital, dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan lembar wawancara terstruktur bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam mengenai tingkat kepuasan pelanggan serta faktor-faktor yang memengaruhinya. (Elbas, 2022)

Instrumen penelitian menggunakan skala *Likert* 5 poin, yaitu (1) Sangat Tidak Setuju, (2) Tidak Setuju, (3) Netral/ragu-ragu, (4) Setuju, dan (5) Sangat Setuju, untuk mengukur tingkat kepuasan responden terhadap pernyataan yang diajukan. (Pekanbaru *et al.*, 2022)

Sebelum dilakukan analisis data, instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data.(Lutfiani *et al.*, 2024) Selanjutnya, teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji heterokedastisitas dan uji linearitas untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan dalam model regresi(Wardhana, 2024), selanjutnya analisis Regresi Linear Sederhana untuk mengukur sejauh mana variabel (X) berpengaruh terhadap variabel (Y)(Pada *et al.*, 2023), dan Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan uji t dan uji f untuk mengetahui pengaruh secara parsial dan simultan dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05,(Yogyakarta, 2022) dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25 untuk mengetahui pengaruh transaksi pembayaran digital terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hasil dan Diskusi

a. Hasil

1) Faktor-Faktor Pengaruh Kepuasan

- a) Kemudahan pengguna
Pelanggan menyampaikan bahwa sistem pembayaran digital yang diterapkan relatif mudah dipahami dan tidak memerlukan proses yang rumit. Kemudahan dalam melakukan pemindaian QRIS maupun transfer melalui *mobile banking* ataupun *e-wallet* membuat pelanggan merasa lebih nyaman saat bertransaksi.
- b) Kecepatan transaksi
Berdasarkan hasil pengamatan di lapangan, pembayaran digital mampu mempercepat proses transaksi, terutama pada saat toko dalam kondisi ramai. Pelanggan merasa proses pembayaran berlangsung lebih singkat dibandingkan pembayaran tunai, sehingga waktu tunggu dapat diminimalkan.
- c) Keamanan transaksi
Pelanggan menilai bahwa pembayaran digital memberikan rasa aman karena adanya bukti pembayaran dan konfirmasi transaksi secara otomatis. Kejelasan status transaksi membuat pelanggan merasa lebih yakin bahwa pembayaran telah berhasil dilakukan.
- d) Ketersediaan metode pembayaran digital
Pelanggan mengungkapkan bahwa tersedianya berbagai pilihan pembayaran, seperti QRIS, *mobile banking*, dan *e-wallet*, memberikan kemudahan dalam menyesuaikan metode pembayaran dengan kebutuhan masing-masing.
- e) Kepraktisan pembayaran digital
Pelanggan merasa terbantu karena tidak perlu membawa uang tunai atau menunggu kembalian. Proses transaksi menjadi lebih sederhana dan fleksibel, sehingga memberikan kenyamanan tambahan saat berbelanja

2) Tingkat Kepuasan Pelanggan

a) Identifikasi responden berdasarkan usia

Tabel 3. 1 Uji Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent (%)
20-24 Tahun	6	20%
25-29 Tahun	11	36,7%
30-34 Tahun	6	20%
35-39 Tahun	5	16,7%
40-45 Tahun	2	6,7%

Berdasarkan Tabel 3.1, diketahui bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia 25–29 tahun sebanyak 11 orang (36,7%) diikuti oleh usia 20–24 tahun sebanyak 6 orang (20%), 30–34 tahun sebanyak 6 orang (20%), dan 35–49 tahun sebanyak 5 orang (16,7%), 40-45 tahun sebanyak 2 orang (6,7%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan Toko Coang didominasi oleh kalangan remaja yang cenderung lebih banyak menggunakan teknologi digital, termasuk dalam penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS, *mobile banking* dan *e-wallet*.

b) Identifikasi responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 3. 2 Uji Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent (%)
Laki-laki	5	16.7%

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8572>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

Perempuan	25	83.3%
-----------	----	-------

Berdasarkan Tabel 3.2 dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 5 orang dengan persentase 16.7%, sedangkan jumlah responden perempuan sebanyak 25 orang dengan persentase 83.3%. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar adalah perempuan, sebanyak 25 orang dari total 30 responden dengan persentase 83.3%

c) **Identifikasi responden berdasarkan Pendidikan terakhir**

Tabel 3. 3 Uji Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent (%)
SMP	3	10%
SMA	15	50%
Perguruan Tinggi	12	40%

Berdasarkan tabel 3.3 diatas menunjukkan bahwa komposisi tingkat pendidikan yang dimiliki oleh para pelanggan toko coang didominasi pada tingkat pendidikan SMA sebanyak 15 orang dengan persentase sebesar 50%, SMP sebanyak 3 orang dengan persentase sebesar 10% dan Perguruan Tinggi sebanyak 12 orang dengan persentase 40%.

d) **Identifikasi responden berdasarkan pekerjaan**

Tabel 3. 4 Uji Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent (%)
Mahasiswa	4	13.3%
Ibu rumah tangga	8	26.7%
Pegawai	7	23.3%
Wirausaha	11	36.7%

Berdasarkan tabel 3.4 dapat diketahui bahwa pelanggan Toko Coang berasal dari beragam jenis pekerjaan. Kelompok yang paling banyak adalah wirausaha, yaitu sebanyak 11 orang dengan persentase 36,7%, ibu rumah tangga sebanyak 8 orang dengan persentase 26,7%, pegawai sebanyak 7 orang dengan persentase 23,3%, dan terakhir mahasiswa sebanyak 4 orang dengan persentase 13,3%.

e) **Identifikasi responden berdasarkan metode pembayaran digital**

Tabel 3. 5 Uji Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent (%)
QRIS	22	73.3%
E-wallet	2	6.7%
Mobile Banking	6	20%

Berdasarkan tabel 3.5 diketahui bahwa responden menggunakan beragam metode pembayaran digital. Metode yang paling sering digunakan adalah QRIS, yaitu sebanyak 18 responden dengan persentase 60%. Pengguna *Mobile banking* berjumlah 7 orang dengan persentase 23,3%, dan *E-Wallet* digunakan oleh 5 responden dengan persentase 16,7%.

f) **Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

(1) Uji Validitas

Dasar pengambilan keputusan:

Jumlah responden (n) = 30

Derajat kebebasan (df) = n - 2 = 30 - 2 = 28

Tingkat signifikansi (α) = 0,05

Berdasarkan df = 28 dan α = 0,05, diperoleh nilai r tabel = 0,361. Maka kriteria pengujian validitas adalah:

Jika r hitung > r tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid.

Jika r hitung < r tabel, maka item pernyataan dinyatakan tidak valid.

Tabel 3. 6 Uji Validitas Kuesioner

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Transaksi Pembayaran Digital	P1	0,547	0,361	Valid
	P2	0,657	0,361	Valid

DOI: <https://doi.org/10.31004/riggs.v5i2.8572>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

	P3	0,812	0,361	Valid
	P4	0,825	0,361	Valid
	P5	0,596	0,361	Valid
	P1	0,658	0,361	Valid
	P2	0,840	0,361	Valid
Kepuasan Pelanggan	P3	0,718	0,361	Valid
	P4	0,771	0,361	Valid
	P5	0,613	0,361	Valid

Berdasarkan tabel hasil uji validitas dengan jumlah 10 butir pernyataan dan 30 responden, diperoleh bahwa seluruh nilai r hitung lebih besar dari r tabel sebesar 0,361. Hal ini menunjukkan bahwa setiap item pertanyaan mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat. Dengan demikian, seluruh butir pernyataan dalam kuesioner dinyatakan valid. sesuai dengan teori yang didukung oleh (Pekanbaru et al., 2022)

Tabel 3. 7 Kuesioner Variabel Transaksi Pembayaran Digital

Transaksi digital	pembayaran	Jawaban Responden						
		NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		1.	Pembayaran digital mudah untuk saya gunakan	10	19	1		
		2.	Pembayaran digital memproses transaksi dengan cepat	7	16	7		
		3.	Saya merasa aman saat menggunakan pembayaran digital	12	15	3		
		4.	Pilihan metode pembayaran yang tersedia di toko coang sudah memadai	7	12	11		
		5.	Pembayaran digital membuat aktivitas transaksi menjadi lebih praktis	6	22	2		
		Total jawaban		42	84	24	0	0
		Skor		5	4	3	2	1

Tabel 3. 8 Hasil Kuesioner Variabel Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan	Jawaban Responden							
	NO	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS	
	1.	Layanan pembayaran digital pada toko coang sesuai dengan harapan saya	18	11	1			
	2.	Saya merasa nyaman saat bertransaksi menggunakan pembayaran digital	8	14	8			
	3.	Saya ingin terus menggunakan pembayaran digital pada transaksi berikutnya	18	8	4			
	4.	Saya bersedia merekomendasikan pembayaran digital pada orang lain	6	17	6	1		
	5.	Secara keseluruhan, saya puas dengan layanan pembayaran digital pada toko coang	7	22	1			
		Total jawaban		57	72	20	1	0
		Skor		5	4	3	2	1

g) Hasil Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana untuk mengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Pengujian uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan formula Alpha Cronbach', untuk mengetahui hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut :

(1) Variabel Transaksi pembayaran digital (X)

Tabel 3. 8 Hasil uji reliabilitas variable X

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.729	5

(2) Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

Tabel 3. 9 Hasil uji reliabilitas variable Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	5

Kuesioner akan dinyatakan variabel jika nilai koefisien reliabilitas mencapai 0,60. Maka pada tabel Uji Reliabilitas di atas menunjukkan bahwa masing-masing nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60 sehingga kuesioner dinyatakan valid.

h) Hasil Uji Asumsi Klasik (1) uji normalitas

Tabel 3. 10 Hasil uji normalitas

Tests of Normality			
	Statistic	Shapiro-Wilk df	Sig.
transaksi pembayaran digital	.948	30	.152
kepuasan pelanggan	.951	30	.177

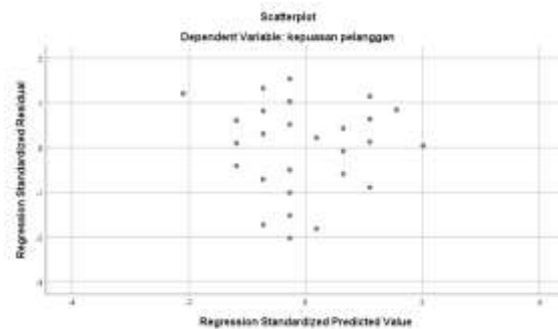
*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *Shapiro-Wilk*, diperoleh nilai signifikansi variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,152 dan variabel transaksi pembayaran digital (X) sebesar 0,177. Kedua nilai tersebut lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian berdistribusi normal dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya

(2) Uji Heterokedastisitas

Gambar 3. 1 Hasil uji heterokedastiditas



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan grafik *scatterplot* antara nilai *Regression Standardized Predicted Value* dan *Regression Standardized Residual*, terlihat bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, menyempit, maupun melebar. Hal tersebut menunjukkan bahwa *varians residual* bersifat konstan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

(3) Hasil Uji Linearitas

Tabel 3. 11 Hasil uji linearitas

		ANOVA Table					
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan pelanggan * transaksi pembayaran digital	Between Groups	(Combined)	63.583	8	7.948	1.793	.135
		Linearity	48.305	1	48.305	10.898	.003
		Deviation from Linearity	15.279	7	2.183	.492	.829
	Within Groups		93.083	21	4.433		
Total			156.667	29			

Berdasarkan hasil uji linearitas antara variabel transaksi pembayaran digital (X) dan kepuasan pelanggan (Y), diperoleh nilai signifikansi pada bagian *Deviation from Linearity* sebesar 0.829, dimana nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat penyimpangan dari hubungan linear. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara transaksi pembayaran digital dan kepuasan pelanggan bersifat linear, sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan analisis selanjutnya.

i) **Hasil Uji Regresi Sederhana**

Tabel 3. 12 Hasil uji Regresi Sederhana

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
(Constant)	9.198	3.454		2.663	.013
transaksi pembayaran digital	.589	.167	.555	3.533	.001

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

$$Y = 9.198 + 0,589 X$$

Interpretasinya:

- (1) Nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar 9,198, jika tidak terjadi perubahan variabel (nilai X=0) maka nilai variabel dependen (Y) sebesar 9,198.
- (2) Nilai koefisien regresi variabel X (Transaksi pembayaran digital) adalah 0,589 bernilai positif, sehingga jika transaksi pembayaran digital mengalami kenaikan 1 nilai, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,589.

j) **Hasil Uji Hipotesis**

(1) **Pengujian Parsial (Uji t)**

Dasar pengambilan keputusan:

Jumlah responden (n) = 30

Tingkat signifikansi (α) = 0,05

t tabel = (t ($\alpha/2$: n-k-1)

= t (0,05/2 : 30-1-1)

= 0,025 : 28

t tabel = 2,048

Tabel 3. 13 Hasil uji t

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	9.198	3.454		2.663	.013
transaksi pembayaran digital	.589	.167	.555	3.533	.001

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh transaksi pembayaran digital (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah 0,001 < 0,05 dan nilai t hitung 3,533 > nilai t tabel 2,048. H₀ ditolak dan H₁ diterima, Artinya terdapat pengaruh Transaksi pembayaran digital (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan.

(2) **Uji Simultan (Uji f)**

Dasar pengambilan keputusan:

Jumlah responden (n) = 30

Tingkat signifikansi (α) = 0,05

f tabel = (t ($\alpha/2$: n-k-1)

= t (0,05/2 : 30-1-1)

= 0,025 : 28

f tabel = 3,34

Tabel 3. 14 Hasil uji f

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	48.305	1	48.305	12.482	.001 ^b
	Residual	108.362	28	3.870		
	Total	156.667	29			

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

b. Predictors: (Constant), transaksi pembayaran digital

Berdasarkan hasil uji F pada tabel diatas, dapat diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh transaksi pembayaran digital (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah sebesar $0,001 < 0,05$. Dan nilai f hitung $12,482 >$ nilai f tabel $3,34$. H_0 ditolak dan H_1 diterima, Artinya terdapat pengaruh transaksi pembayaran digital (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan.

3) Kendala atau tantangan yang dihadapi pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara dengan pelanggan dan pihak Toko Coang, serta observasi langsung di lokasi penelitian, diketahui bahwa meskipun pembayaran digital telah memberikan banyak kemudahan, masih terdapat sejumlah kendala dan tantangan yang dirasakan oleh pelanggan dalam proses penggunaannya.

- Gangguan jaringan atau koneksi internet, Gangguan ini menyebabkan proses transaksi menjadi lebih lambat, bahkan dalam beberapa kasus transaksi tidak dapat langsung diselesaikan. Kondisi tersebut menimbulkan ketidaknyamanan bagi pelanggan, terutama saat toko sedang ramai, karena pelanggan harus menunggu lebih lama hingga transaksi berhasil. Kendala jaringan ini umumnya berasal dari faktor eksternal seperti kualitas sinyal internet yang tidak stabil.
- Kendala teknis pada aplikasi pembayaran digital juga menjadi tantangan yang dihadapi pelanggan. Beberapa pelanggan mengeluhkan aplikasi yang mengalami error, lambat merespons, atau notifikasi pembayaran yang tidak langsung diterima. Kondisi ini dapat menimbulkan keraguan pelanggan terhadap keberhasilan transaksi, meskipun pembayaran sebenarnya telah diproses oleh sistem.
- aspek keamanan masih menjadi perhatian bagi sebagian pelanggan. Meskipun mayoritas pelanggan merasa cukup aman menggunakan pembayaran digital, masih terdapat pelanggan yang khawatir akan risiko kesalahan transfer, saldo terpotong tetapi transaksi gagal. Kekhawatiran tersebut memengaruhi tingkat kenyamanan pelanggan dalam menggunakan metode pembayaran digital secara berkelanjutan.

4) Strategi Peningkatan Kualitas Layanan Pembayaran Digital

Berdasarkan hasil analisis tingkat kepuasan pelanggan serta identifikasi kendala dan tantangan yang dihadapi dalam penggunaan pembayaran digital di Toko Coang, maka diperlukan perumusan strategi yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan pembayaran digital secara berkelanjutan. Strategi ini diharapkan mampu meningkatkan kenyamanan pelanggan serta mendukung kelancaran proses transaksi.

- Memberikan promosi yang menarik kepada pelanggan dalam penggunaan pembayaran digital. Pihak Toko Coang disarankan untuk memberikan insentif seperti cashback, potongan harga bagi pelanggan yang melakukan transaksi secara digital. Hal ini bertujuan agar pelanggan merasakan keuntungan secara langsung sehingga mereka lebih tertarik menggunakan pembayaran digital dibandingkan pembayaran tunai.
- Mempertahankan variasi metode pembayaran digital. Dengan adanya beragam pilihan tersebut, pelanggan dapat memilih metode yang paling sesuai dengan kebutuhan dan kebiasaan mereka, sehingga peluang penggunaan pembayaran digital akan semakin meningkat.
- Menggratiskan biaya administrasi pada transaksi pembayaran digital. Kebijakan ini bertujuan untuk menghilangkan beban tambahan yang dirasakan pelanggan saat melakukan pembayaran non-tunai. Dengan tidak adanya biaya admin, pelanggan akan merasa lebih diuntungkan sehingga terdorong untuk beralih dari pembayaran tunai ke pembayaran digital.
- Melakukan promosi secara aktif terkait penggunaan pembayaran digital. Promosi dapat dilakukan melalui media sosial, penyampaian langsung kepada pelanggan, maupun pemasangan banner di area toko. Dengan promosi yang konsisten, pelanggan akan semakin mengetahui dan tertarik untuk menggunakan metode pembayaran digital.
- pemberian insentif kepada karyawan, khususnya kasir, juga dapat menjadi strategi yang efektif. Pihak toko dapat menetapkan target penggunaan pembayaran digital serta memberikan penghargaan bagi karyawan yang berhasil mencapainya. Dengan demikian, karyawan akan lebih aktif dalam menawarkan pembayaran digital kepada pelanggan.

Dengan menerapkan berbagai strategi tersebut, diharapkan penggunaan pembayaran digital di Toko Coang dapat meningkat serta memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan dan efisiensi operasional toko.

b. Diskusi

Pengaruh Transaksi Pembayaran Digital terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t, menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh transaksi pembayaran digital (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) adalah $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,533 >$ nilai t tabel $2,048$. H_0 ditolak

dan H_1 diterima, Artinya terdapat pengaruh Transaksi pembayaran digital (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan.

Secara keseluruhan, hasil pengolahan data menunjukkan bahwa transaksi pembayaran digital memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Toko Coang. Temuan ini menegaskan bahwa penerapan pembayaran digital perlu diimbangi dengan kesiapan sistem, stabilitas jaringan, agar penggunaan pembayaran digital dapat meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan secara optimal.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan penulis dengan judul analisis kepuasan pelanggan dalam transaksi pembayaran digital pada Toko Coang, penulis menganalisis dan mengklasifikasikan beberapa faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan pada Toko Coang. Adapun beberapa faktor tersebut terdiri dari kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, keamanan transaksi, ketersediaan metode pembayaran digital, kepraktisan pembayaran digital. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa transaksi pembayaran digital berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan Toko Coang, yang dibuktikan dengan uji t menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai t hitung sebesar $3,533 > t$ tabel $2,048$, dan uji F juga menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$ dengan nilai F hitung sebesar $12,482 > F$ tabel $3,34$. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan pembayaran digital di Toko Coang memberikan kenyamanan dan kepuasan bagi pelanggan. Selain itu, masih terdapat beberapa kendala dan tantangan dalam penggunaan pembayaran digital pada Toko Coang seperti kendala teknis pada aplikasi, kendala pada jaringan, dan juga pada aspek keamanan. Adapun strategi yang dapat meningkatkan layanan pembayaran digital pada Toko Coang, yaitu memberikan promosi yang menarik kepada pelanggan, mempertahankan variasi metode pembayaran digital, menggratiskan biaya administrasi pada transaksi pembayaran digital, melakukan promosi secara aktif terkait penggunaan pembayaran digital, dan menetapkan target penggunaan pembayaran digital. Dengan demikian, untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk menambah jumlah sampel, memperluas objek atau lokasi penelitian, serta memasukkan variabel lain agar hasil yang diperoleh menjadi lebih luas dan komprehensif.

Referensi

1. Bagus, I., Udayana, N., & Lukitaningsih, A. (2022). *Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan*. 19(02), 226–233.
2. Elbas, W. F. (2022). *ANALISIS KORELASI MODEL PEMBELAJARAN CONTEXTUAL TEACHING AND LEARNING (CTL) TERHADAP HASIL BELAJAR MATEMATIKA SISWA KELAS VIII MTS Program Studi Tadris Matematika Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO*.
3. Go, R. Y., Aini, N., Mutiarani, T., Yolanda, R. O., & Sarbinny, N. (2025). *The Role of Digital Payment Technology in Improving Retail Operational Efficiency : A Review*. 6(1), 43–51. <https://doi.org/10.31284/j.kernel.2025.v6i1.7774>
4. Hetharie, J. A., Natten, S., & Rieuwpassa, A. (2023). *Peran Kepuasan Pelanggan Dalam Memediasi Pengaruh Dimensi Servqual Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Metode Structural Equation Modelling*.
5. Journal, S. (2026). *MIXED METHOD (Analisis Langkah-Langkah Dalam Menggunakan Mixed Method) Ahmad Noviansah PGMI , STIT Darussalimin NW Praya*. 01(01), 1–12.
6. Keputusan, T., & Jurusan, M. (2020). *No Title*.
7. Latif, M. A., Sucipto, R. H., & Annisa, T. I. (2025). *Pengaruh Pelatihan dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Karyawan PT Waskita Karya (Persero) Tbk*. 3(c), 115–126.
8. Lutfiani, U., W, N. R., & Albab, U. (2024). *Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking : Studi Kasus BSI Kota Bandar Lampung*. 09(02), 461–469. <https://doi.org/10.37366/jespb.v9i02.1923>
9. *No Title*. (2024).
10. Nurdin, Difa Restiti, & Rizki Amalia. (2021). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Pengetahuan Tentang Quick Response Code Indonesia Standard (Qris)*. *Jurnal Ilmu Perbankan Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 157–173. <https://doi.org/10.24239/jipsya.v3i2.55.157-173>
11. Pada, K., Restu, U. D., & Pandan, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan*. 32–42.
12. Pekanbaru, K. R., Guna, D., & Syarat, M. (2022). *Skripsi analisis kepuasan konsumen pada toko oleh-oleh jingga khas riau - pekanbaru*.
13. Wardhana, A. (2024). *Uji Asumsi Klasik*. July.
14. Yogyakarta, P. D. I. (2022). *Jurnal maneksi vol 11, no. 2, desember 2022*. 11(2), 416–426.
15. https://finansial.bisnis.com/read/20231130/90/1719671/bi-prediksi-transaksi-digital-banking-rp7158-kuadriliun-tahun-depan?utm_source=chatgpt.com