

The Influence of Product Quality and E-Money Payment Systems on Customer Satisfaction in Food & Beverage MSMEs at Blackballs Coffee Shop

Willy Ramdhani^{1*)}, Ahmad Rasyiddin²⁾, Dadah Muliansyah³⁾

^{1),2),3)} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Tangerang Raya

^{*)}Correspondence Author: ramdhaniwilly92@gmail.com, Tangerang Indonesia

DOI: [10.37012/ileka.v6i2.2910](https://doi.org/10.37012/ileka.v6i2.2910)

Abstract

This study examines the influence of product quality and e-money payment systems on customer satisfaction at Coffee Shop Blackballs. The problem arose due to declining sales between July and December 2024, which encouraged an investigation into factors affecting customer satisfaction. The research applied an associative design using both primary and secondary data. Primary data were collected through questionnaires distributed to loyal customers, while secondary data were obtained from documentation. Analytical methods included validity and reliability tests, classical assumption tests, correlation analysis, coefficient of determination, multiple linear regression, and hypothesis testing using t-tests for partial effects and F-tests for simultaneous effects at a 5% significance level ($\alpha = 0.05$). The regression equation obtained was: $Y = 5.006 + 0.269X_1 + 0.646X_2$, with $X_1 =$ Product Quality, $X_2 =$ E-money Payment System, and $Y =$ Customer Satisfaction. The coefficient of determination indicated that product quality influenced satisfaction by 72.6%, while the e-money payment system contributed 79.8%. When tested simultaneously, both variables accounted for 81.1% of customer satisfaction. The t-test results confirmed that product quality ($t = 14.903$) and e-money payment systems ($t = 18.218$) significantly affect customer satisfaction. The F-test value of $177.918 > 3.96$ also demonstrated a significant simultaneous effect. In conclusion, product quality and e-money payment systems positively and significantly affect customer satisfaction, both individually and jointly. These results suggest that improving product quality and optimizing digital payment systems are effective strategies to increase customer satisfaction and enhance sales performance at Coffee Shop Blackballs.

Keywords: Product Quality, E-Money Payment System, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan sistem pembayaran e-money terhadap kepuasan pelanggan pada *Coffee Shop Blackballs*. Permasalahan penelitian berawal dari adanya penurunan penjualan pada periode Juli hingga Desember 2024, sehingga diperlukan analisis faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner serta data sekunder dari dokumentasi. Populasi penelitian adalah pelanggan tetap *Coffee Shop Blackballs* yang dianggap mewakili persepsi konsumen. Teknik analisis yang digunakan meliputi uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi linier berganda, serta uji hipotesis menggunakan uji-t untuk melihat pengaruh parsial dan uji-F untuk pengaruh simultan. Semua pengujian dilakukan pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi: $Y = 5,006 + 0,269X_1 + 0,646X_2$, dengan $X_1 =$ Kualitas Produk, $X_2 =$ Sistem Pembayaran E-money, dan $Y =$ Kepuasan Pelanggan. Koefisien determinasi menunjukkan kualitas produk berpengaruh sebesar 72,6% dan sistem pembayaran *e-money* sebesar 79,8%. Jika diuji secara simultan, kedua variabel memberikan pengaruh sebesar 81,1% terhadap kepuasan pelanggan. Uji-t membuktikan bahwa kualitas produk (t hitung = 14,903) dan sistem pembayaran e-money (t hitung = 18,218) berpengaruh signifikan, sedangkan uji-F sebesar $177,918 > 3,96$ menegaskan pengaruh simultan yang signifikan. Kesimpulan penelitian ini adalah kualitas produk dan sistem pembayaran *e-money* terbukti berpengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, sehingga dapat menjadi strategi penting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan serta memperbaiki penjualan pada *Coffee Shop Blackballs*.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Sistem Pembayaran *E-money*, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan (Menengah UMKM) merupakan tulang punggung ekonomi di banyak negara, menyumbang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengangguran kemiskinan (Jannah and Mufidah 2022).

Peran UMKM di Indonesia sejatinya sangat penting. Krisis ekonomi akibat pandemi covid-19 telah berdampak terhadap kelangsungan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM). Berbeda pada saat krisis moneter tahun 1998 di mana UMKM betul betul menjadi penyelamat ekonomi nasional yang pada saat itu mampu meningkat hingga 350 persen ketika banyak usaha besar yang kolaps. Namun pada saat pandemi Covid-19 saat ini, justru UMKM yang sangat terdampak. Dampak dari sulitnya berusaha mengakibatkan banyaknya tenaga kerja yang terpaksa di rumahkan.

Sebagai salah satu bisnis usaha di bidang *food & beverage* yang mengalami peningkatan cukup pesat dan mencerminkan gaya hidup modern adalah usaha dalam bidang penyajian makanan dan minuman seperti Cafe atau Coffee Shop yang memiliki karakteristik seperti, kualitas produk dan sistem pembayaran *e-money* untuk memberikan penilaian terhadap kepuasan pelanggan.

E-Money diterapkan guna menyuguhkan manfaat kepada variasi pihak, termasuk masyarakat, industri, lembaga perbankan, dan pengusaha UMKM. Keuntungan tersebut meliputi kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran secara cepat tanpa menggunakan uang tunai, baik guna nominal kecil maupun transaksi dengan intensitas tinggi. Proses pembayaran dapat diterapkan dengan mudah dan cepat melalui pemakaian *e-money* (IMAWAN 2022).

Produk *e-money* yang diterbitkan oleh bank sentral mencakup kartu *e-money* Bank Mandiri, kartu *emoney* Bank Maga, kartu *Brizzi* Bank BRI, serta kartu *Flazz* Bank BCA. Implementasi kebijakan Bank Sentral ini memerlukan perhatian yang cermat guna memastikan menyuguhkan kemudahan secara efektif dan efisien. Selain itu, langkah ini juga ialah salah satu strategi dari pemerintah dan Bank Indonesia dalam mengendalikan tingkat inflasi serta mengelola jumlah uang yang beredar. (IMAWAN 2022)

(Madjowa, Levyda, and Abdullah 2023) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya kepada pelanggan puas atau tidak puas, pelanggan amat puas dan senang. Jika kualitas produk dan sistem pembayaran yang dirasakan di bawah harapan, pelanggan

tersebut akan merasa dikecewakan, jika kualitas produk dan sistem pembayaran memenuhi harapan pelanggan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika kualitas produk dan sistem pembayaran melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan ini tentu akan dapat dirasakan setelah pelanggan yang bersangkutan mengkonsumsi produk makanan dan minuman di *coffe shop blackballs* tersebut.

Coffe Shop Blackballs sebagai salah satu tempat dengan pertumbuhan UMKM di bidang *food & beverage* yang mengalami penerunan penjualan, faktor ini disebabkan oleh pengaruh kepuasan pelanggan yang melakukan pembelian kepada *coffe shop blackballs*, sehingga menjadi lokasi yang menarik untuk dikaji. Namun di *Coffee Shop Blackballs* ini telah mulai mengadopsi sistem pembayaran *e-money* dalam operasional bisnisnya, akan tetapi belum ada penelitian komprehensif yang menganalisis bagaimana pengaruh kualitas produk dan sistem pembayaran *e-money* terhadap kepuasan pelanggan mereka.

Tabel 1. Data Penjualan *Coffee Shop Blackballs* 2024

Bulan	Target Dalam (RP)	Realisasi Dalam (RP)	Presentase (%)
Juli	15.500.000	12.680.000	82%
Agustus	14.500.000	9.241.000	64%
September	12.000.000	8.739.000	73%
Oktober	13.500.000	9.334.000	69%
November	16.000.000	9.823.000	61%
Desember	17.500.000	9.505.000	54%

Berdasarkan Data tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah data penjualan mengalami penurunan dan tidak mencapai target di bulan juli dimana target penjualan Rp.15.500.000 dan direalisasi nya hanya mencapai 12.680.000 atau hanya 82%. Sedangkan di bulan Agustus-Desember bahkan terus menurun dibandingkan dengan bulan Juli dan tidak pernah mencapai target, artinya ada suatu masalah dalam 6 bulan belakangan.

Tabel 2. Ringkasan Research Gap

Research Gap	Hasil	Peneliti
Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	Berpengaruh	(Yunita 2021)
Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan	Tidak Berpengaruh	Mustafa Abdurraziq (2024)
Sistem Pembayaran <i>E-money</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	Berpengaruh	(Angsari, Priyadi, and Dwimawanti 2024)
Sistem Pembayaran <i>E-money</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	Tidak Berpengaruh	(Achmad and Alfito 2024)
Kualitas Produk dan Sistem Pembayaran <i>E-money</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	Berpengaruh	(Alfadhilla et al. 2024)
Kualitas Produk dan Sistem Pembayaran <i>E-money</i> terhadap Kepuasan Pelanggan	Tidak Berpengaruh	(N Rahman (2022) serta Wijaya (2023)

Rumusan Masalah

Rumusan masalah berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a) Bagaimana pengaruh kualitas produk makanan atau minuman terhadap kepuasan pelanggan pada pengusaha UMKM di bidang *food & beverage* pada *Coffee Shop Blackballs*?
- b) Bagaimana pengaruh penggunaan sistem pembayaran *E-money* terhadap kepuasan pelanggan pada pengusaha UMKM pada *Coffee Shop Blackballs*?
- c) Apakah terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk, dan pembayaran *E-money* dengan kepuasan pelanggan pada pengusaha UMKM di *Coffee Shop Blackballs*?

Kualitas Produk

(Rina et al. 2023) kualitas produk adalah sebuah totalitas yang memiliki karakteristik produk atau jasa dapat memiliki untuk memenuhi kebutuhan yang akan dinyatakan implisit. Daya tarik kualitas produk dapat menjadikan sebuah asumsi baik pada konsumen contoh

halnya dalam produk sabun pencuci piring yang memiliki harga yang mahal tetapi kualitas produknya bagus dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen maka semahal apapun produknya jika kualitasnya baik para konsumen tetap akan membelinya.

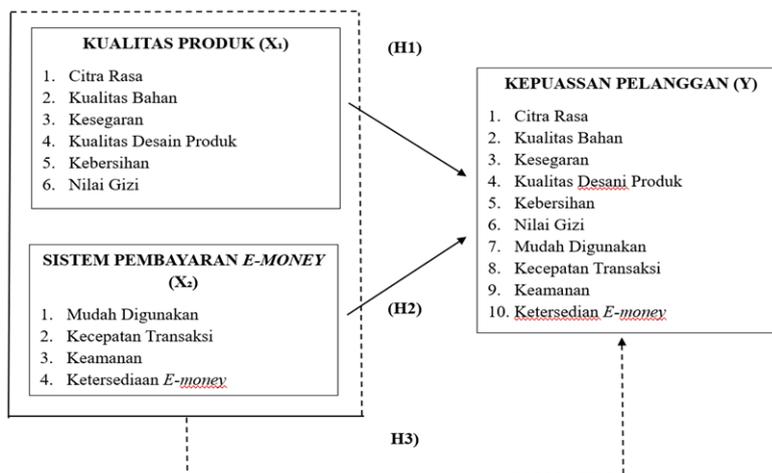
Sistem Pembayaran *E-money*

Perkembangan Uang Elektronik di Indonesia berkembang pesat. Bank Indonesia (BI) menyatakan animo masyarakat terhadap transaksi digital dan elektronik meningkat pada Mei 2020. Menurut Gubernur BI Perry Warjiyo, hal itu tercermin dari transaksi uang elektronik (EU) pada Mei 2020 yang meningkat 17,31 persen. Selain itu, volume transaksi perbankan digital meningkat sebesar 30,33%. Perkembangan positif ini menunjukkan minat masyarakat terhadap transaksi ekonomi dan keuangan digital semakin meningkat, terutama di tengah pandemi Covid-19. Dengan tumbuhnya transaksi digital dan elektronik, BI memperkirakan uang beredar (UYD) meningkat 2,34 persen menjadi Rp 744,9 triliun pada Juni 2020. (Dharmasisya, 2022)

Kepuasan Pelanggan

(AS 2024) Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang terhadap kualitas produk yang dirasakan dalam hubungannya dengan harapan. Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

Kerangka Pemikiran Dari hasil pemaparan dia atas, maka kerangka konsep ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian analisis deskriptif yang bertujuan untuk mengetahui tentang menjelaskan dan menggambarkan secara sistematis dalam berbagai fenomena atau variabel penelitian berdasarkan peristiwa yang terjadi yang didapat dengan cara mengumpulkan data, menganalisis, mengolah dan menginterpretasikan data dalam hipotesis statistik (Febriani et al. 2023)

Pendekatan penelitian ini bertujuan untuk memperoleh jawaban dari permasalahan yang tertuang dalam rumusan masalah dalam bab I untuk nantinya di sajikan dan dianalisis secara mendalam dalam kajian kepuasan pelanggan pada pengusaha UMKM di bidang *food & beverage* pada *Coffee Shop Blackballs*.

Populasi Dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah *Coffee Shop Blackballs* dengan jumlah populasi tidak diketahui. Pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling, yaitu sampel yang diambil adalah sampel yang memiliki kriteria tertentu. Adapun kriteria sampel yang termasuk dalam kategori penelitian ini adalah:

- a) Kriteria sampel yang digunakan adalah pelanggan *coffee shop blackballs*.
- b) Membeli produk makanan serta minuman di *coffee shop balck balls*.
- c) Mempunyai minat beli ulang minimal nya 2 kali.
- d)

Teknik Sampling

Dalam penelitian ini, karena sampel yang jumlahnya 86 responden secara pasti maka dengan tujuan untuk dapat menerapkan hasil pada sampel secara umum dan memastikan sampel yang representatif, mengindikasikan bahwa teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling.

Nonrandom sampling disebut juga nonprobability sampling, di mana peneliti tidak memberikan kesempatan yang sama pada anggota populasi untuk dijadikan anggota sampel. (Prihastuty 2023) Non probability sampling adalah Teknik sampling yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang Dimana Informan (subjek) atau data yang diperoleh menjadi valid dan lengkap, maka peneliti menggunakan informan yang sekaligus sebagai responden. (konsumen pada *Coffee Shop Blackballs*).

Tenik Pengumpulan Data

Menurut (IRVAN 2024) terdapat tiga teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara adalah teknik pengumpulan data apabila ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga bila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

2. Kuesioner Angket

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden dan juga sangat cocok untuk digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas.

3. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibanding dengan teknik wawancara dan kuesioner, teknik observasi dapat digunakan untuk penelitian yang berkaitan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data dengan cara memberi beberapa daftar pertanyaan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan pengguna. Skala pengukuran untuk semua indikator pada masing-masing variabel dengan menggunakan skala likert. Skala ini berarti bahwa jika nilainya semakin mendekati 5 berarti semakin setuju.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas dalam hal ini bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Pengujian validitas pada penelitian ini mengukur teknik korelasi product moment dari pearson dengan tingkat kesalahan mencapai 5% atau (0,05), dalam perhitungan pengujian ini penulis menggunakan SPSS versi 24.

Uji validitas ini merupakan perhitungan pernyataan kuesioner kualitas Produk, dan Sistem Pembayaran E-money dan kepuasan pelanggan. Jika pernyataan nilai r hitung > r tabel, maka data dinyatakan valid. Untuk hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

No	Instrument	r		Keterangan
		Hitung	Tabel	
1	X1.1	0,544	0,212	Valid
2	X1.2	0,513	0,212	Valid
3	X1.3	0,753	0,212	Valid
4	X1.4	0,646	0,212	Valid
5	X1.5	0,804	0,212	Valid
6	X1.6	0,748	0,212	Valid
7	X1.7	0,759	0,212	Valid
8	X1.8	0,803	0,212	Valid
9	X1.9	0,654	0,212	Valid
10	X1.10	0,732	0,212	Valid
11	X1.11	0,810	0,212	Valid
12	X1.12	0,738	0,212	Valid

Dari hasil analisis mendapatkan nilai skor item dan nilai skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel dicari pada signifikan 5% dan N = 30, maka didapat r tabel sebesar 0,212. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel maka butiran pernyataan Kualitas Produk (X1) sebanyak 12 poin dinyatakan Valid.

Tabel 4. Sistem Pembayaran e-money

No	Instrument	r		Keterangan
		Hitung	Tabel	
1	X2.1	0,693	0,212	Valid
2	X2.2	0,777	0,212	Valid
3	X2.3	0,805	0,212	Valid
4	X2.4	0,678	0,212	Valid
5	X2.5	0,781	0,212	Valid
6	X2.6	0,691	0,212	Valid
7	X2.7	0,614	0,212	Valid

8	X2.8	0,770	0,212	Valid
9	X2.9	0,723	0,212	Valid
10	X2.10	0,727	0,212	Valid
11	X2.11	0,712	0,212	Valid
12	X2.12	0,757	0,212	Valid

Dari hasil analisis mendapatkan nilai skor item dan nilai skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel dicari pada signifikan 5% dan N = 30, maka didapat r tabel sebesar 0,212. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel maka butiran pernyataan sistem pembayaran *e-money* (X2) sebanyak 12 poin dinyatakan Valid.

Tabel 5. Kepuasan Pelanggan

No	Instrument	r		Keterangan
		Hitung	Tabel	
1	Y1.1	0,690	0,212	Valid
2	Y1.2	0,720	0,212	Valid
3	Y1.3	0,773	0,212	Valid
4	Y1.4	0,774	0,212	Valid
5	Y1.5	0,743	0,212	Valid
6	Y1.6	0,733	0,212	Valid
7	Y1.7	0,845	0,212	Valid
8	Y1.8	0,789	0,212	Valid
9	Y1.9	0,720	0,212	Valid
10	Y1.10	0,710	0,212	Valid
11	Y1.11	0,759	0,212	Valid
12	Y1.12	0,509	0,212	Valid

Dari hasil analisis mendapatkan nilai skor item dan nilai skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r tabel dicari pada signifikan 5% dengan uji satu sisi dan N = 30, maka didapat r tabel sebesar 0,212. Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari pada r tabel maka butiran pernyataan kepuasan pelanggan (Y) sebanyak 12 poin dinyatakan Valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 6. Kepuasan Pelanggan

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Produk (X1)	0.912	12
Sistem Pembayaran <i>E-Money</i> (X2)	0.919	12
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.921	12

Berdasarkan hasil uji reliabilitas variabel X1 didapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,912 yang artinya lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut dinyatakan reliabel. Artinya item-item pernyataan (X1) terpercaya sebagai alat pengumpulan data dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

Berdasarkan hasil uji (X2) reliabilitas didapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,919 yang artinya lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut dinyatakan reliabel. Artinya item-item pernyataan (X2) terpercaya sebagai alat pengumpulan data dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,919 yang artinya lebih besar dari 0,60 maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut dinyatakan reliabel. Artinya item-item pernyataan (X2) terpercaya sebagai alat pengumpulan data dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

Uji Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Tabel 7. Hasil Uji Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	86	28	60	54.99	5.173
Sistem Pembayaran E-money	86	26	60	54.33	5.543
Kepuasan Pelanggan	86	26	60	55.26	5.404
Valid N (listwise)	86				

Hasil Variabel Kualitas Produk (X1) dijawab oleh 86 responden (N) dari 86 responden menjawab variabel (X1) dengan jumlah terkecil atau minimum yaitu 28, sedangkan jumlah terbesar atau maksimum 60, nilai rata-rata atau mean sebesar 54.99. Nilai standar deviasi yaitu 5.173.

Hasil Variabel sistem pembayaran *e-money* (X2) Variabel dijawab oleh 86 responden (N) dari 86 responden menjawab variabel (X2) dengan jumlah terkecil atau minimum yaitu 26, sedangkan jumlah terbesar atau maksimum 60, nilai rata-rata atau mean sebesar 54.93. Nilai standar deviasi yaitu 5.543.

Hasil Variabel kepuasan pealnggan (Y) dijawab oleh 86 responden (N) dari 86 responden menjawab variabel (X1) dengan jumlah terkecil atau minimum yaitu 26, sedangkan jumlah terbesar atau maksimum 60, nilai rata-rata atau mean sebesar 55.26. Nilai standar deviasi yaitu 5.404.

Uji Asumsi Klasik

Metode analisis data bertujuan untuk memberikan kepastian bahwa persamaan regresi yang didapatkan memiliki ketepatan dalam estimasi, dalam penelitian ini uji metode analisis data yang digunakan yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

Tabel 8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
	N	86
Normal	Mean	0,0000000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	2,83956694
Most Extreme	Absolute	0,083
Differences	Positive	0,064
	Negative	-0,083
Test Statistic		0,083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Berdasarkan hasil diatas uji normalitas dengan menggunakan metode one sample Kolmogorov-Smirnov tes diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

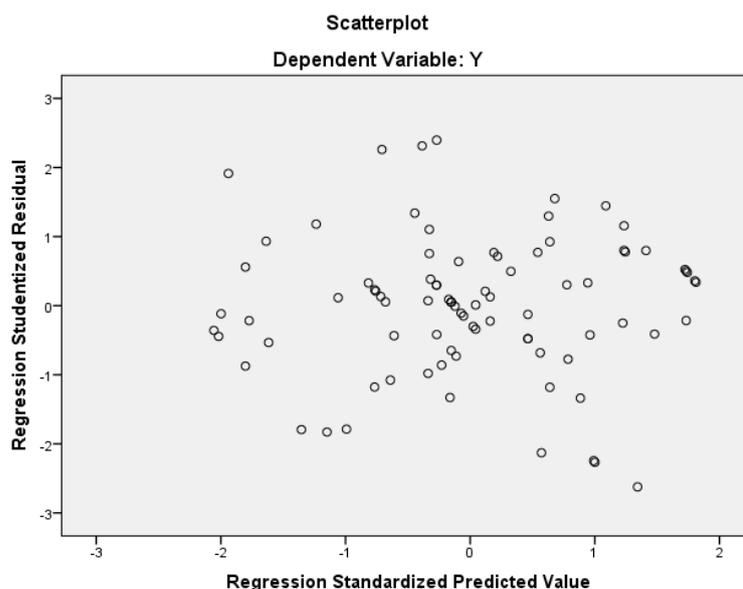
Tabel 9. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta	t			
1 (Constant)	5,006	2,762		1,812	0,074		
Kualitas Produk	0,269	0,113	0,257	2,374	0,020	0,194	5,147
Sistem Pembayaran E-Money	0,646	0,106	0,663	6,118	0,000	0,194	5,147

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai VIF untuk varian Kualitas Produk (X1) sebesar 5,147 dan Sistem Pmebayaran e-money (X2) sebesar 5,147 untuk nilai toleransi variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,194 dan variabel Sistem Pembayaran e-money (X2) sebesar 0,194. Karena kedua varian tersebut mempunyai varian inflation factor (VIF) kurang dari 10 dan kedua variabel tersebut memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heterokedatisitas

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini digunakan untuk melihat ketidaksamaan varian dan variabel terikat kepuasan pealanggan (Y). Jika pada grafik scatterplot tampak bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskadastisitas.



Gambar 2. Hasil Heterokadastisitas

Berdasarkan dari grafik scatterplot di atas tampak bahwa titik- titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 10. Hasil Uji Heterokedastisitas Metode Glejser

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	4.753	1.934		2.458	.016
	Kualitas Produk	-.141	.079	-.432	-1.777	.079
	Sistem Pembayaran E-Money	.084	.074	.276	1.136	.259

Berdasarkan hasil di atas uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode glejser diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,79 variabel sistem pembayaran *e-money* (X2) sebesar 0,259 karena nilai signifikansinya untuk kedua variabel independen lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar nilai hubungan antara dua variable atau lebih.

a. Uji Korelasi Sederhana

Korelasi sederhana (bivariate correlation) digunakan untuk mengetahui keeratan hubungan antara dua variabel dan untuk mengetahui arah hubungan yang terjadi.

Tabel 11. Hasil Korelasi Simultan Variabel Kualitas Produk (X1) dan Sistem Pembayaran E-money (X2) Terhadap kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary									
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	Change Statistics	Sig. F Change	df1	df2
1	.900 ^a	.811	2.378	.811	177.91		.000	2	83

Berdasarkan hasil uji korelasi secara simultan diperoleh nilai R sebesar 0,900 dan hasil perhitungan korelasi diatas berada pada titik (0,400-0,599) yang artinya bahwa hal ini menunjukkan hubungan yang sedang antara variabel Kualitas Produk (X1) dan sistem pembayaran *e-money* (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Pada sig. (2-tailed) diperoleh nilai sebesar 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa antara variabel Kualitas Produk dengan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat dan signifikan.

Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui berapa besar nilai variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 12. Hasil Koefisien Determinasi Sederhana Variabel Kualitas Produk (X1) dan Sistem Pembayaran E-money (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.900 ^a	.811	.806	237.839

Diketahui berdasarkan hasil uji koefisien determinasi nilai R Square sebesar 0,811 atau 81,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kuat antara Kualitas Produk (X1), Sistem Pembayaran E-money (X2) terhadap kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,811 atau 81,1% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diujikan di sini.

Uji Regresi

Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan variabel independen dengan variabel dependen apakah positif atau negatif dan memprediksi nilai variabel dependen apabila nilai dari independen mengalami kenaikan atau penurunan.

Tabel 13. Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Kualitas Produk (X1) dan Sistem Pembayaran E-money (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.006	2.762		1.812	.074

Kualitas Produk	.269	.113	.257	2.374	.020
Sistem Pembayaran E-Money	.646	.106	.663	6.118	.000

Dari hasil uji regresi berganda dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 5,006 + 0,269X_1 + 0,646X_2$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Nilai konstanta (a) sebesar 5,006 hal ini menyatakan bahwa jika tidak terjadi perubahan variabel independen (nilai X_1 dan $X_2 = 0$) maka tingkat atau besarnya kepuasan pelanggan (Y) sebesar 5,006.
- 2) Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X_1) adalah 0,269 hal ini menyatakan bahwa jika Kualitas Produk (X_1) mengalami kenaikan 1 nilai, maka Kepuasan Pelanggan(Y) akan meningkat sebesar 0,269.
- 3) Nilai koefisien regresi variabel Sistem Pembayaran E-money (X_2) adalah 0,646 hal ini menyatakan bahwa jika Sistem Pembayaran E-money (X_2) mengalami kenaikan 1 nilai, maka Kepuasan Pelanggan(Y) akan meningkat sebesar 0,646.
- 4) Kedua nilai koefisien ini bernilai positif yang artinya semakin tinggi Kualitas Produk (X_1) dan Sistem Pembayaran E-money (X_2) maka semakin menaikkan Kepuasan Pelanggan (Y).
- 5) Nilai Beta pada Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,257 atau 25,7% dan Sistem Pembayaran E-money (X_2) sebesar 0,663 atau 66,3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai beta pada Kualitas Produk (X_1) < Sistem Pembayaran E-money (X_2). Sistem Pembayaran E-money (X_2) lebih berpengaruh dibanding dengan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji ini dapat dilakukan dengan membandingkan nilai thitung dengan nilai ttabel atau membandingkan nilai fhitung dengan nilai ftabel. Pengujian ini dapat dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 24.

a. Uji Statistik

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat dengan membandingkan nilai thitung dengan ttabel berdasarkan kriteria sebagai berikut:

- Jika nilai thitung \geq nilai ttabel maka H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikat.
- Jika nilai thitung \leq nilai ttabel maka H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara variabel bebas dan variabel terikat.

Tabel 14. Hasil Uji f Variabel Kualitas Produk (X1) dan Sistem Pembayaran *E-money* (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2012.863	2	1006.432	177.918	.000 ^b
	Residual	469.509	83	5.657		
	Total	2482.372	85			

Berdasarkan dari hasil uji f (Simultan) menunjukkan bahwa nilai signifikan pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Sistem Pembayaran E-money (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai f hitung $177,918 > f$ tabel $3,96$, maka H_3 diterima dan. Artinya terdapat pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Sistem Pembayaran E-money (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara Signifikan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya di BAB IV tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Sistem Pembayaran E-Money Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pengusaha Umkm Di Bidang Food & Beverage Pada Coffee Shop Blackballs”, dapat disimpulkan bahwa:

- a. Variabel Kualitas Produk dan variabel Sistem pembayaran *E-money* terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan, pernyataan ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis secara simultan (uji f) sebesar $f_{hitung} = 177,918 > f$ tabel $3,96$. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$, maka dengan demikian H_1 diterima. Hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Produk dan Sistem pembayaran E-

money yang dilakukan oleh *Coffee Shop Black Balls* semakin baik, maka sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, ini juga berlaku sebaliknya.

Rekomendasi

Berdasarkan kesimpulan di atas yang telah dijelaskan oleh peneliti tentang pengaruh Kualitas Produk dan Sistem pembayaran *E-money* terhadap kepuasan pelanggan pada *Coffee Shop Black Balls*, maka peneliti memberikan saran yang dapat dijadikan bahan masukan dan bahan pertimbangan bagi pelaku usaha yaitu sebagai berikut:

a. Bagi Pengusaha

Berdasarkan hasil penelitian, kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk diperhatikan oleh *Coffee Shop Black Balls* dalam meningkatkan penjualan *coffee shop* tersebut, sebaiknya pengusaha lebih meningkatkan Kualitas Produk dan sistem pembayaran *e-money* dengan cara penggunaan bahan baku, pengembangan menu yang inovatif dan penggunaan fitur yang mudah bagi sistem pembayaran *e-money* karena dengan melakukan hal tersebut pelanggan akan merasa nyaman dan puas. Selain itu *Coffee Shop Black Balls* juga harus membantu para pelanggan dalam memenuhi kebutuhan mereka dengan memberikan tawaran yang menarik bagi calon pelanggan agar dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan di *Coffee Shop Black Balls* seperti pengenalan detail produk, pemberian hadiah, dan *cashback*.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya diharapkan untuk mengkaji lebih banyak sumber maupun referensi yang terkait dengan Kualitas Produk dan sistem pembayaran *e-money* terhadap kepuasan pelanggan agar hasil penelitiannya dapat lebih baik dan lengkap lagi. Dapat melakukan pengembangan penelitian pada variabel-variabel lain yang dapat mendorong peningkatan kepuasan pelanggan terhadap suatu produk.

REFERENSI

- Abdullah, M. A. F., Sani, I., & Febrian, W. D. (2025). *Manajemen pemasaran*.
- Achmad, P., & Alfifto. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan pembayaran e-money terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Tirtanadi Sunggal.
- Alfadhilla, T., Hadi, H., Pratama, M. I. T., & Nasution, D. P. (2024). Efektivitas pemakaian e-money dalam mendukung sistem pembayaran di era digital. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Manajemen*, 2(1), 42–48.
- Almuhyi, S. (2024). *Manajemen dakwah dalam memakmurkan Masjid Baitussalam Tanjung Senang Bandar Lampung*.
- Angsari, R. N. W., Priyadi, B. P., & Dwimawanti, I. H. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk pembayaran e-money terhadap kepuasan pelanggan pada Batik Solo Trans. *Journal of Public Policy and Management Review*, 13(2), 41–55.
- Anis, T., Romandhon, & Wulandari, D. (2025). Pengaruh fitur layanan, keamanan, persepsi kemanfaatan, dan nilai harga terhadap kepuasan transaksi menggunakan e-wallet DANA (Studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sains Al-Qur'an). *Jamasy: Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 5(1), 112–119.
- Asniati, A. S. (2024). Pengaruh kualitas produk dan lokasi terhadap kepuasan konsumen melalui keputusan pembelian jamur tiram di Desa Lambai Kecamatan Lambai Kabupaten Kolaka Utara.
- Barasa, L., Togatorop, A. L., & Szeze, M. (2021). Pengaruh perilaku kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Sumberbumi Global Niaga. *Meteor STIP Marunda*, 14(2), 100–129. <https://doi.org/10.36101/msm.v14i2.201>
- Baskara, I. (2022). Strategi bisnis usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) pada era new normal. *Abdimas*, 8(4), 241–250.
- Debora, E. D. (2024). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Underprice Skincare Medan.
- Dharmasisya. (2022). *Perkembangan transaksi digital dan perbankan di Indonesia*.
- Imawan. (2022). *Implementasi kebijakan Bank Sentral dalam penggunaan e-money*.
- Irvan. (2024). *Metode pengumpulan data penelitian sosial*.
- Jannah, I., & Mufidah. (2022). UMKM dan peranannya dalam pertumbuhan ekonomi nasional.

- Madjowa, A., Levyda, & Abdullah. (2023). Kepuasan pelanggan dalam perspektif kualitas produk dan sistem pembayaran.
- Mustafa, A. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
- Pangestu, S., & Djarwanto. (2018). *Metodologi penelitian bisnis*.
- Prihastuty, D. R. (2023). Bab VIII sampling. In *Pengantar* (p. 97).
- Rahman, N. (2022). Kualitas produk dan sistem pembayaran e-money terhadap kepuasan pelanggan.
- Rina, D., & rekan-rekan. (2023). Konsep kualitas produk dan daya tarik konsumen.
- Wijaya. (2023). Pengaruh kualitas produk dan sistem pembayaran e-money terhadap kepuasan pelanggan.
- Yunita. (2021). Analisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.