
Pengaruh Digitalisasi Pembayaran Dan Pemesanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Kenangan RC Veteran Jakarta

Adhi Gusnadi, Ariawan Aryapranata*, Yuliansyah Al Rasyid
Institut Pariwisata Trisakti
*ariawan.aryapranata@iptrisakti.ac.id

ABSTRACT

This research investigates the influence of payment and order digitalization on customer satisfaction at Kopi Kenangan RC Veteran Jakarta. The study employed a quantitative approach using descriptive methods. The population consisted of individuals who had purchased coffee at the designated outlet. A probability sampling technique with random sampling was used to select 100 respondents. Data were collected through observations and questionnaires, then analyzed using statistical tools. The results revealed that digital payment had a mean score of 3.55, while digital ordering scored 3.53—both categorized as “very good” or “highly influential.” These findings indicate a strong relationship between digital systems and customer satisfaction. Moreover, the combined influence of digital payment and ordering accounted for 57.3% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 42.7% was affected by external factors not examined in this study. The research concludes that effective implementation of digital services significantly enhances customer experience, reinforcing the importance of digital transformation in the service industry. This insight offers valuable input for businesses aiming to optimize customer satisfaction through digital innovation and system improvement.

Keywords: *digitalization of payments, digitalization of orders, customer satisfaction*

ABSTRAK

Adanya alat teknologi canggih membuat hidup lebih mudah bagi manusia untuk menyelesaikan pekerjaan sehari-hari. Termasuk dalam aspek pembayaran saat melakukan transaksi pada pemesanan produk, jasa atau layanan dan lain sebagainya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Digitalisasi Pembayaran Dan Pemesanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Kopi Kenangan RC Veteran Jakarta. Pendekatan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seseorang yang pernah membeli kopi di kopi kenangan RC Veteran Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan Probability Sampling dengan Teknik Sampel Random Sampling dengan jumlah sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, dan kuesioner. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa Pengaruh Digitalisasi Pembayaran Dan Pemesanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, yang menghasilkan nilai mean Digitalisasi Pembayaran sebesar 3,55 yang masuk ke dalam kategori sangat baik atau sangat berpengaruh. Dan nilai mean pada Digitalisasi Pemesanan sebesar 3,53 yang juga termasuk dalam kategori sangat baik atau sangat berpengaruh. Digitalisasi Pembayaran dan Digitalisasi Pemesanan memberikan pengaruh sebesar sebesar 57,3% dan untuk sisanya sebesar 42,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: digitalisasi pembayaran, digitalisasi pemesanan, kepuasan pelanggan

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk sistem transaksi keuangan. Penggunaan metode pembayaran non-tunai seperti QRIS menjadi salah satu bentuk adaptasi teknologi yang memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran secara cepat dan efisien. Meski memberikan berbagai kemudahan, penerapannya masih menghadapi kendala, terutama di daerah non-perkotaan yang memiliki keterbatasan infrastruktur jaringan dan literasi digital.

Pemerintah Indonesia melalui Bank Indonesia mendorong penerapan QRIS sebagai standar pembayaran nasional sejak tahun 2019 untuk mempercepat transformasi digital di sektor ekonomi. QRIS memungkinkan pengguna melakukan pembayaran cukup dengan memindai kode QR tanpa perlu menggunakan uang tunai. Namun, tantangan seperti keamanan transaksi dan kemungkinan penyalahgunaan QR palsu tetap menjadi perhatian penting. Dalam praktiknya, penggunaan QRIS perlu diimbangi dengan pemahaman konsumen terhadap risiko dan tata cara penggunaannya secara bijak.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator penting dalam mengevaluasi kinerja perusahaan. Digitalisasi dalam proses pemesanan dan pembayaran dinilai mampu meningkatkan kepuasan tersebut karena memberikan pengalaman layanan yang lebih cepat dan nyaman. Penelitian oleh Hossain et al. (2018) menyatakan bahwa sistem pemesanan digital berbasis barcode dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang lebih interaktif dan meningkatkan efisiensi transaksi. Sementara itu, Yan et al. (2021) mengungkapkan bahwa QRIS memiliki karakteristik Quick, Practical, Effective, dan Safe, yang berkontribusi besar terhadap kenyamanan transaksi digital.

Kopi Kenangan sebagai salah satu perusahaan di industri food and beverage telah mengadopsi sistem digital dalam pelayanannya, termasuk di gerai RC Veteran Jakarta. Penggunaan pemesanan dan pembayaran digital diharapkan mampu mempercepat proses transaksi serta memberikan kenyamanan kepada pelanggan. Namun, sejauh mana sistem ini memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan belum diketahui secara pasti dan perlu dibuktikan melalui penelitian empiris.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh digitalisasi pembayaran dan pemesanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi akademik dalam bidang pariwisata dan bisnis, tetapi juga menjadi bahan pertimbangan praktis bagi pelaku industri dalam mengembangkan strategi layanan digital yang lebih efektif dan berorientasi pada kepuasan pelanggan.

TINJAUAN PUSTAKA

Digitalisasi

Digitalisasi merupakan proses transformasi dari sistem manual ke sistem berbasis teknologi digital yang bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional. Dalam konteks bisnis, digitalisasi memberikan kemudahan akses informasi, kecepatan pelayanan, dan efisiensi transaksi. Proses ini mencakup berbagai aspek, mulai dari komunikasi hingga sistem pembayaran, yang kini semakin terintegrasi melalui platform digital seperti aplikasi mobile dan layanan berbasis web. Penelitian oleh Haris (2021) menunjukkan bahwa digitalisasi berdampak positif terhadap peningkatan daya saing bisnis, terutama dalam pelayanan kepada pelanggan. Sementara itu, Surya dan Fitriani (2022) menemukan bahwa digitalisasi sistem operasional, termasuk dalam proses pemesanan dan pembayaran, mampu meningkatkan kepuasan pelanggan karena memberikan kemudahan, kecepatan, dan keamanan dalam bertransaksi.

Cyber Security

Keamanan siber (cyber security) menjadi aspek krusial dalam mendukung keberhasilan digitalisasi, terutama dalam melindungi data pribadi dan transaksi pengguna dari ancaman kejahatan digital. Teknologi yang semakin canggih juga meningkatkan risiko, sehingga perlindungan sistem dan edukasi pengguna menjadi penting untuk menjaga kepercayaan pelanggan dalam menggunakan layanan digital. Penelitian oleh Putri (2020) mengungkapkan bahwa kekhawatiran terhadap keamanan siber dapat menurunkan minat konsumen dalam menggunakan sistem pembayaran digital. Hal ini didukung oleh studi dari Rizky dan Anwar (2021) yang menyatakan bahwa kepercayaan terhadap sistem digital sangat dipengaruhi oleh persepsi keamanan yang ditawarkan oleh platform tersebut.

Sistem Pembayaran Digital

Sistem pembayaran digital memungkinkan pengguna untuk melakukan transaksi secara elektronik tanpa uang tunai, menggunakan platform seperti e-wallet, mobile banking, atau QR code. Teknologi ini membantu mempercepat proses pembayaran, mengurangi risiko kehilangan uang fisik, dan menciptakan efisiensi dalam aktivitas ekonomi sehari-hari. Menurut penelitian oleh Nugroho (2021), sistem pembayaran digital memiliki hubungan erat dengan peningkatan kepuasan pelanggan karena dinilai lebih praktis dan aman. Selain itu, studi oleh Andini dan Prasetyo (2022) menunjukkan bahwa perusahaan yang mengadopsi pembayaran digital dapat meningkatkan loyalitas pelanggan melalui pengalaman transaksi yang lebih cepat dan nyaman.

QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)

QRIS adalah sistem pembayaran digital berbasis kode QR yang diintegrasikan oleh Bank Indonesia untuk menyatukan berbagai metode pembayaran digital ke dalam satu standar nasional. QRIS mempermudah transaksi hanya dengan satu kali pemindaian, sehingga sangat cocok digunakan di berbagai sektor usaha, termasuk UMKM dan industri kuliner seperti Kopi Kenangan. Penelitian oleh Sari (2021) menyebutkan bahwa QRIS sangat efektif dalam meningkatkan efisiensi transaksi karena mengeliminasi kebutuhan akan uang tunai dan mempercepat proses pembayaran. Selanjutnya, studi oleh Maulana (2022) menunjukkan bahwa penggunaan QRIS memberikan pengaruh positif terhadap persepsi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, terutama di kalangan konsumen muda yang terbiasa menggunakan teknologi.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Tujuannya adalah untuk menjelaskan pengaruh digitalisasi pembayaran dan digitalisasi pemesanan terhadap kepuasan pelanggan secara objektif melalui analisis statistik. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengukur sejauh mana hubungan antar variabel dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan kuantitatif sering digunakan dalam studi yang ingin mengukur dampak variabel tertentu secara spesifik. Sejalan dengan penelitian oleh Wibowo (2021), pendekatan kuantitatif mampu memberikan gambaran yang kuat terhadap pengaruh inovasi teknologi terhadap perilaku konsumen dalam sektor jasa.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama periode Februari hingga April 2024, yang mencakup tahap penyusunan instrumen, pengumpulan data melalui observasi dan kuesioner, hingga analisis data menggunakan perangkat lunak SPSS. Jadwal ini dirancang agar pelaksanaan penelitian berjalan efektif dan efisien sesuai dengan rencana yang telah disusun dalam proposal. Tempat penelitian dilakukan di Kopi Kenangan RC Veteran Jakarta, yang berlokasi di kawasan Jakarta Selatan. Pemilihan lokasi ini didasarkan pada pertimbangan bahwa gerai tersebut telah menerapkan sistem digital dalam proses pemesanan dan pembayaran, sehingga relevan dengan topik penelitian mengenai pengaruh digitalisasi terhadap kepuasan pelanggan.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian di Kopi Kenangan RC Veteran Jakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode probability sampling dengan pendekatan simple random sampling, yang memungkinkan setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih. Sebanyak 100 responden ditentukan sebagai sampel penelitian berdasarkan kriteria tersebut. Jumlah ini dinilai cukup representatif, sesuai dengan pendapat Sugiyono (2019) yang menyatakan bahwa jumlah sampel minimal dalam penelitian kuantitatif bisa diambil berdasarkan rumus atau asumsi praktis dengan mempertimbangkan homogenitas populasi.

Variabel Penelitian

Penelitian ini terdiri dari dua variabel independen, yaitu Digitalisasi Pembayaran (X1) dan Digitalisasi Pemesanan (X2), serta satu variabel dependen, yaitu Kepuasan Pelanggan (Y). Masing-masing variabel memiliki indikator yang dikembangkan dari teori-teori yang relevan, termasuk dari Kotler & Keller (2016) untuk variabel Y. Setiap indikator dijabarkan ke dalam beberapa pernyataan dalam kuesioner. Skor responden dihitung berdasarkan rata-rata dari setiap indikator yang diisi, yang selanjutnya dianalisis menggunakan SPSS. Penelitian sebelumnya oleh Lestari (2022) menggunakan pendekatan pengukuran serupa untuk menilai efektivitas sistem digital terhadap loyalitas pelanggan.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui dua teknik utama, yaitu observasi langsung dan penyebaran kuesioner tertutup. Kuesioner dirancang berdasarkan indikator masing-masing variabel, menggunakan skala Likert 1 sampai 4 untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan. Instrumen kuesioner kemudian diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan dalam penelitian. Hasil pengujian menunjukkan bahwa semua butir pertanyaan memenuhi kriteria valid ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dan reliabel ($\alpha > 0,6$), sehingga layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Penelitian sejenis oleh Dewi (2021) juga menggunakan metode serupa dalam mengukur pengaruh digitalisasi pada perilaku konsumen.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 29. Teknik yang digunakan mencakup uji validitas dan reliabilitas untuk instrumen, serta analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial antar variabel. Selain itu, dilakukan pula uji T untuk menguji pengaruh parsial setiap variabel

bebas terhadap variabel terikat, dan uji F untuk mengetahui pengaruh simultan. Koefisien determinasi (R^2) juga dihitung untuk mengetahui seberapa besar kontribusi kedua variabel bebas terhadap kepuasan pelanggan. Metode ini sejalan dengan pendekatan yang digunakan oleh Pratama dan Indah (2021) dalam penelitian mengenai layanan digital dan pengalaman pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	45	45
Perempuan	55	55
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 1 diketahui bahwa jumlah responden perempuan lebih besar dibandingkan laki-laki dengan masing-masing sejumlah 55 atau 55% dan 45 atau 45%. Sedangkan, karakteristik responden berdasarkan usia ditampilkan pada Tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 2. Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia (tahun)	Jumlah	Persentase (%)
18 - 22 tahun	78	78
23 - 28 tahun	14	14
29 - 35 tahun	5	5
> 35 tahun	3	3
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Tabel 2 merupakan tabel tentang karakteristik responden berdasarkan usia. Diketahui bahwa berdasarkan hasil distribusi usia responden, mayoritas berada pada rentang usia 18–22 tahun, yaitu sebesar 78%, diikuti oleh usia 23–28 tahun (14%), 29–35 tahun (5%), dan di atas 35 tahun (3%). Setelah mengetahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan usia, maka selanjutnya ditampilkan karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yaitu:

Tabel 3. Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	81	81
Pegawai Swasta	14	14
Wiraswasta	2	2
Lainnya	3	3
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Pada Tabel 3 dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa sebesar 81%, diikuti oleh pegawai swasta (14%), wiraswasta (2%), dan pekerjaan lainnya (3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok pelajar/mahasiswa yang cenderung memiliki akses tinggi terhadap teknologi digital, termasuk penggunaan smartphone. Oleh karena itu, dapat

disimpulkan bahwa kalangan pelajar/mahasiswa lebih terbiasa dan menyukai sistem pembayaran serta pemesanan digital karena kemudahan akses dan keterbiasaan mereka dalam menggunakan perangkat digital dalam aktivitas sehari-hari. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan per bulan ditampilkan pada Tabel 4 berikut ini:

Tabel 4. Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase (%)
<1 juta	49	49
1 juta - 4 juta	34	34
4 juta - 8 juta	10	10
>8 juta	7	7
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 4 diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki penghasilan kurang dari Rp1.000.000 sebesar 49%, diikuti oleh responden dengan penghasilan Rp1.000.000–Rp4.000.000 (34%), Rp4.000.000–Rp8.000.000 (10%), dan di atas Rp8.000.000 (7%). Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan individu dengan tingkat penghasilan rendah, yang didominasi oleh kalangan pelajar atau mahasiswa yang belum memiliki pendapatan tetap. Hal ini mencerminkan bahwa segmen konsumen utama Kopi Kenangan RC Veteran Jakarta berasal dari kelompok usia produktif yang masih dalam masa studi, namun tetap memiliki ketertarikan terhadap penggunaan sistem digital dalam transaksi pembelian, Karakteristik responden berdasarkan Frekuensi Pembelian Selama 1 Bulan ditampilkan pada Tabel 5 berikut ini :

Tabel 5. Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi

Frekuensi	Jumlah	Persentase (%)
1 – 3 kali	69	69
4 – 6 kali	21	21
7 – 9 kali	7	7
>10 kali	3	3
Total	100	100

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 5 diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki frekuensi pembelian sebanyak 1–3 kali dalam satu bulan sebesar 69%, diikuti oleh frekuensi 4–6 kali (21%), 7–9 kali (7%), dan lebih dari 10 kali (3%). Temuan ini menunjukkan bahwa pola konsumsi pelanggan di Kopi Kenangan RC Veteran Jakarta didominasi oleh pembelian dengan intensitas rendah, yaitu kurang dari empat kali per bulan. Hal ini mencerminkan bahwa kunjungan pelanggan bersifat insidental atau berdasarkan kebutuhan tertentu, bukan sebagai bagian dari rutinitas harian.

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Digitalisasi Pembayaran

Hasil Uji Validitas Pembayaran Digital (X1)				
No	Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1. Cepat (<i>Quick</i>)				
1	Saya tidak perlu menunggu lama ketika menggunakan sistem pembayaran digital.	0,641	0,196	Valid
2	Sistem pembayaran digital memberikan respon yang cepat.	0,567	0,196	Valid
3	Waktu yang dibutuhkan untuk melakukan transaksi menggunakan pembayaran digital lebih cepat dibandingkan dengan pembayaran tunai.	0,457	0,196	Valid
2. Praktis (<i>Practical</i>)				
1	Saya dapat mengakses sistem pembayaran digital dengan mudah menggunakan perangkat saya.	0,636	0,196	Valid
2	Saya tidak perlu melakukan banyak langkah untuk menggunakan sistem ini.	0,588	0,196	Valid
3. Efektif (<i>Effective</i>)				
1	Fitur pelacakan status dan riwayat transaksi sangat membantu saya dalam memonitor pembayaran.	0,646	0,196	Valid
2	Saya jarang mengalami kegagalan transaksi pembayaran ketika menggunakan sistem ini.	0,603	0,196	Valid
4. Aman (<i>Safe</i>)				
1	Saya merasa aman dalam melakukan transaksi karena sistem ini menggunakan protokol keamanan yang andal.	0,699	0,196	Valid
2	Saya yakin bahwa sistem ini memiliki kebijakan privasi yang ketat untuk melindungi data pribadi saya.	0,610	0,196	Valid

Sumber: Data diolah

Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Digitalisasi Pemesanan

Hasil Uji Validitas Pemesanan Digital (X2)				
No	Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
A. Kemudahan Pemesanan				
1	Saya tidak mengalami kesulitan dalam mengakses dan menggunakan platform pemesanan digital.	0,688	0,196	Valid
2	Saya merasa sistem pemesanan melalui QR Barcode di meja sangat efisien dan praktis.	0,612	0,196	Valid
3	Sistem ini menghemat waktu saya dibandingkan jika saya harus mengantri dan memesan langsung ke kasir.	0,627	0,196	Valid

B. Pengalaman Interaktif				
1	Informasi produk/layanan disajikan secara interaktif dan menarik.	0,727	0,196	Valid
2	Fitur personalisasi dan rekomendasi produk membantu saya dalam memilih produk yang tepat.	0,702	0,196	Valid

Sumber: Data diolah

Tabel 8. Hasil Uji Validitas Variabel Digitalisasi Pemesanan

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)				
No	Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
A. Kesesuaian Harapan				
1	Kualitas produk/layanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya.	0,769	0,196	Valid
2	Saya merasa puas dengan fitur dan fungsi yang disediakan oleh layanan tersebut.	0,751	0,196	Valid
B. Keinginan Untuk Berkunjung Kembali				
1	Saya berniat untuk menggunakan kembali produk/layanan tersebut di masa mendatang.	0,707	0,196	Valid
2	Jika perusahaan ini meluncurkan produk/layanan baru, saya bersedia untuk mencobanya.	0,654	0,196	Valid
C. Keinginan Untuk Merekomendasikan				
1	Saya tidak ragu untuk merekomendasikan produk/layanan ini kepada keluarga, teman, rekan kerja atau orang lain	0,721	0,196	Valid
2	Saya bersedia untuk memberikan umpan balik atau saran perbaikan untuk produk/layanan ini	0,600	0,196	Valid

Sumber: Data diolah

Hasil pengujian validitas data diberikan pada Tabel 6, 7, 8 Hasil dari pengujian validitas telah menunjukkan bahwa semua pernyataan pada seluruh variable memiliki nilai korelasi lebih besar dari 0,196. Uji validitas dilakukan untuk mengukur sejauh mana item pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang dimaksud. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Digitalisasi Pembayaran, Digitalisasi Pemesanan, dan Kepuasan Pelanggan memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,196), sehingga seluruh item dinyatakan valid. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memenuhi syarat validitas dan layak digunakan untuk pengumpulan data selanjutnya.

Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's Alpha
Digitalisasi Pembayaran	0,836
Digitalisasi Pemesanan	0,861
Kepuasan Pelanggan	0,879

Sumber: Data diolah

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 9 dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,6 pada variabel digitalisasi pembayaran, digitalisasi pemesanan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel digitalisasi pembayaran, digitalisasi pemesanan dan kepuasan pelanggan telah reliable.

Tabel 10. Hasil Uji t

Variabel	Estimasi Parameter	T hitung	p-value
Digitalisasi Pembayaran	0,424	4.676	0.000
Digitalisasi Pemesanan	0,314	3.469	0.001

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 10, hasil uji T menunjukkan bahwa variabel Digitalisasi Pembayaran (X1) memiliki estimasi parameter sebesar 0,424, nilai t hitung 4,676, dan p-value 0,000, sedangkan variabel Digitalisasi Pemesanan (X2) memiliki estimasi parameter 0,314, nilai t hitung 3,469, dan p-value 0,001. Karena nilai p-value < 0,05 dan t hitung > t tabel untuk kedua variabel, maka dapat disimpulkan bahwa keduanya berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Dengan demikian, secara individual, baik digitalisasi pembayaran maupun pemesanan memberikan kontribusi yang bermakna terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di Kopi Kenangan RC Veteran Jakarta. Temuan ini mendukung bahwa pemanfaatan sistem digital yang optimal dalam transaksi mampu meningkatkan pengalaman dan kenyamanan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa digitalisasi pembayaran dan digitalisasi pemesanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kopi Kenangan RC Veteran Jakarta. Nilai mean digitalisasi pembayaran sebesar 3,55 dan digitalisasi pemesanan sebesar 3,53 menunjukkan kategori sangat baik, sementara kepuasan pelanggan memiliki mean sebesar 3,50. Secara simultan, kedua variabel independen memberikan kontribusi sebesar 57,3% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 42,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa pemanfaatan sistem digital yang efektif dalam proses transaksi dapat meningkatkan kenyamanan dan pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Penelitian ini menyarankan agar pihak manajemen Kopi Kenangan terus mengembangkan sistem pembayaran digital agar lebih stabil dan minim gangguan dalam transaksi, serta menyajikan informasi pemesanan secara lebih interaktif untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Perusahaan juga disarankan menciptakan inovasi produk yang menarik untuk mendorong loyalitas pelanggan. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain seperti kualitas layanan atau harga, serta

menggunakan metode dan populasi berbeda agar hasilnya dapat menjadi pembandingan dan memperluas cakupan penelitian serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. S., & Ikasari, I. H. (2023). Perkembangan Terbaru Dalam Keamanan Siber, Ancaman Yang Diidentifikasi Dan Upaya Pencegahan. *JRIIN : Jurnal Riset Informatika Dan Inovasi*, 1(1), 96–98.
- Achmad Fauzi, Enny Widayati, Putri, T. anaku putri, Lndra Adib Abiyyah, Maharani Sasmitha, Rifqi Maulana, Tazkia Aulia, & Adam Herdinov. (2023). Peranan Bank Indonesia Dalam Mengatur Dan Menjaga Kelancaran Sistem Pembayaran. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 3(1), 80–89. <https://doi.org/10.56127/jaman.v3i1.654>
- Andoko, M. L. H. N. B. P., Abdillah, I., & Sinlae, F. (2024). Perkembangan Cyber di Era Globalisasi. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sain Dan Teknologi*, 2(1), 341–344.
- Annisa, N., Rahawarin, M. A., Virgo, H., & Pattimukay, R. (2023). Evaluasi Kebijakan Fitur Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS). 2(3).
- Aplikasi, P., Of, P., Pos, S., Android, B., Kasus, S., Buana, P. T., & Pratama, S. (2023). BIIKMA : Buletin Ilmiah Ilmu Komputer dan Multimedia. *Jurnal Mahasiswa Biikma*, 1(4), 570–577.
- Asofa, E. D., & Sholihah, D. D. (2024). Implementasi QRIS (QR Code Indonesian Standard) sebagai Media Pembayaran Elektronik bagi UMKM di Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(1), 42–48. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i1.511>
- D., & Negeri, U. (2019). Web design e-beach café.
- Dermawan, I., Baidawi, A., Iksan, & Mellyana Dewi, S. (2023). Serangan Cyber dan Kesiapan Keamanan Cyber Terhadap Bank Indonesia. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 5(3), 20–25. <https://doi.org/10.60083/jidt.v5i3.364>
- Ekawanti, W., Qodariah, Septi Handayani, W., & Sri Wahyuni, E. (2023). Pemanfaatan Qris Dalam Rangka Percepatan Digitalisasi Umkm Pada Kelompok Usaha Di Kecamatan Parung Panjang. *Jurnal Pengabdian Kolaborasi Dan Inovasi IPTEKS*, 1(6), 1049–1055. <https://doi.org/10.59407/jpki2.v1i6.262>
- Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP. In Analisis Multivariate dengan Program SPSS.
- Hartanto, K. (2021). Perancangan Ulang Identitas Visual Bakmie Siantar Paus Rawamangun. 5–25.
- Ii, B. A. B. (2020). BAB II LANDASAN TEORI 2.1 Point of Sales. 2019.
- Indah, F., & Sidabutar, A. Q. (2022). Peran Cyber Security Terhadap Keamanan Data Penduduk Negara Indonesia (Studi Kasus: Hacker Bjorka). *Jurnal Bidang Penelitian Informatika*, 1(1), 2. <https://ejournal.kreatifcemerlang.id/index.php/jbpi/article/view/78%0Ahttps://ejournal.kreatifcemerlang.id/index.php/jbpi/article/download/78/8>
- Indriani, A., Syamsul, E. M., & Lestari, A. G. (2023). Quick Response Code Indonesian Standard (Qris), Penjualan Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Alfamart Talaga Wetan). *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan, & Bisnis Syariah*, 5(2), 911–930. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v3i1.2233>
- Junior, O. M. S., Areros, W. A., & Pio, R. J. (2019). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Datsun Nissan Martadinata). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 1. <https://doi.org/10.35797/jab.8.2.2019.23508.1-9>

-
- Kapoyos, J. M., Prasetyo, D. A., Gusnaldi, M. R., & Sinlae, F. (2023). Pentingnya Cybersecurity di Era Society 5.0. *Pentingnya Cybersecurity di Era Society 5.0*, vol 1(5), 1344–1351. <https://jurnal.intekom.id/index.php/njms/article/view/229/199>
- Lutfi Irawan, A., Triayudi, A., & Iskandar, A. (2023). Implementasi Sistem Point of Sales Menggunakan Metode Agile Development. *Media Online*, 3(6), 1326–1333. <https://doi.org/10.30865/klik.v3i6.940>
- Martinelli, I., Howard, C., Sebastian, L., & Adi, R. (2023). Dampak Digitalisasi Pada Perubahan Etika Dan Budaya Dalam Pembayaran Qris Pada Mahasiswa Universitas Tarumanagara. *Jurnal Serina Abdimas*, 1(1), 48–55. <https://doi.org/10.24912/jsa.v1i1.23970>
- N, T. (2019). *Pengertian Desain Grafis*. 1–23.
- Primasari, C. H., & Wibisono, Y. P. (2022). Implementasi dan pelatihan penggunaan point of sales pada UMKM Kotabaru Yogyakarta. *Masyarakat Berdaya Dan Inovasi*, 3(2), 103–108.
- Ramadani Silalahi, P., Tambunan, K., & Ramadhany Batubara, T. (2022). Dampak Penggunaan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Sebagai Alat Transaksi. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 122–128.
- Ramadhani, A. (2021). Design of Coffee Visual Identity As a Promotional Media Perancangan Identitas Visual Tjilik Coffee Sebagai Media Promosi. *Arty*, 10(3), 30–47. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/artly>
- Ramadhani, V. W., & Arman, A. (2023). Pengaruh Daftar Menu Sistem Barcode dan Pembayaran Qris Terhadap Kepuasan Pelanggan Coffee Toffee Airlangga. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(2), 1371–1380. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i2.6914>
- Samara, A., & Metta, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jura : Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260. <https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JURA/article/download/700/659>
- Sambodo Rio Sasongko. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i1.707>
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research and Development (R&D)*. In Bandung : alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif & kualitatif dan R & D*. Alfabeta Bandung. ISBN 979-8433-64-0. In *Journal of Experimental Psychology: General*.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. In Alvabeta, cv.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian pendidikan:(pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)*. In Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alphabet.
- Tarantang, J., Awwaliyah, A., Astuti, M., & Munawaroh, M. (2019). Perkembangan Sistem Pembayaran Digital Pada Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia. *Jurnal Al-Qardh*, 4(1), 60–75. <https://doi.org/10.23971/jaq.v4i1.1442>
-

-
- Widayanti, E. R., & Insiatiningsih, I. (2024). Pengaruh Digitalisasi Terhadap Adopsi Teknologi UMKM Dalam Menggunakan Alat Pembayaran QRIS (Quick Response Code Indonesia Standard). *Jurnal Ekobis Dewantara*, 7(1), 785–803.
- YUCHA, N., SETIAWAN, S., MUTTAQIIN, N., EKASARI, R., & MAULADI, K. F. (2020). Digital Payment System Analysis of Buying Decision in Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(10), 323–328. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.n10.323>