

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Digital Payment Terhadap Kepuasan Konsumen di Metro Swalayan Kota Malang

Nimas Rahayu Sri Wilujeng¹, Ayu Sulasari²
Politeknik Negeri Malang^{1,2}

*Email Korespondensi: nimasrahayu531@gmail.com

Sejarah Artikel:

Diterima 20-08-2025
Disetujui 26-08-2025
Diterbitkan 28-08-2025

ABSTRACT

The rapid growth of the retail industry in Indonesia motivates businesses to innovate, especially in improving service quality and using digital payments. Metro Swalayan Malang City has adopted these two things to increase the customer satisfaction. This study aims to examine the effect of service quality and digital payments on customer satisfaction, both partially and simultaneously. This research used a quantitative approach with an explanatory method. The data were primary and secondary data were used, collected through observation and interviews. The data respondents were collected through online and offline questionnaires using purposive sampling technique from 100 respondents. The data analysis was carried out using IBM SPSS 23 with descriptive methods, classical assumption tests, multiple linear regression, coefficient of determination, and hypothesis testing. The results showed that service quality and digital payments had a positive and significant effect on customer satisfaction, both partially and simultaneously. The coefficient of determination of 46.5% indicated that these two variables were able to explain most of the variation in customer satisfaction. In conclusion, improving service quality and ease of digital payment effectively increases customer satisfaction at Metro Supermarket Malang City.

Keywords: service quality; digital payment; customer satisfaction

ABSTRAK

Pertumbuhan industri ritel di Indonesia yang pesat memotivasi pelaku usaha untuk berinovasi, terutama dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan menggunakan pembayaran digital. Metro Swalayan Kota Malang telah mengadopsi kedua hal ini untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Data yang digunakan data primer dan data sekunder melalui observasi dan wawancara. Data responden dikumpulkan melalui kuesioner online dan offline menggunakan teknik purposive sampling dari 100 responden. Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS 23 dengan metode deskriptif, uji validitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Koefisien determinasi sebesar 46,5% menunjukkan bahwa kedua variabel ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan konsumen. Kesimpulannya, peningkatan kualitas pelayanan serta kemudahan pembayaran digital efektif meningkatkan kepuasan konsumen di Metro Swalayan Kota Malang.

Kata kunci: kualitas pelayanan; pembayaran digital; kepuasan konsumen

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Nimas Rahayu Sri Wilujeng, & Ayu Sulasari. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Digital Payment Terhadap Kepuasan Konsumen di Metro Swalayan Kota Malang. Jejak Digital: Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 1(5), 3564-3571. <https://doi.org/10.63822/g6jh3344>

PENDAHULUAN

Transformasi digital mendorong industri ritel untuk terus meningkatkan efisiensi dan kenyamanan dalam melayani pelanggan. Perubahan perilaku konsumen yang semakin mengandalkan teknologi membuat perusahaan ritel perlu beradaptasi dengan cara-cara baru dalam menjalankan operasional bisnis, terutama pada aspek pelayanan dan sistem pembayaran. Respons yang cepat dan fleksibilitas transaksi menjadi hal yang sangat penting untuk memenuhi harapan konsumen masa kini.

Menurut data Statista (2025), nilai transaksi *digital payment* di Indonesia telah mencapai lebih dari Rp551 triliun. Angka ini menunjukkan bahwa masyarakat semakin terbiasa menggunakan metode pembayaran digital yang cepat, praktis, dan aman. Di sisi lain, kualitas pelayanan juga tetap menjadi elemen utama yang memengaruhi pengalaman dan persepsi konsumen terhadap suatu perusahaan. Oleh karena itu, kombinasi antara pelayanan yang berkualitas dan sistem pembayaran yang modern diyakini mampu meningkatkan kepuasan konsumen.

Metro Swalayan Kota Malang sebagai salah satu ritel modern turut menjawab tantangan tersebut dengan mengimplementasikan kedua aspek tersebut secara simultan. Untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan dan *digital payment* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan, maka dilakukanlah penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif sebagai dasar analisisnya.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif deskriptif yaitu penelitian untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta hubungan antar fenomena.

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Metro Swalayan Kota Malang yang berusia minimal 17 tahun, pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dan menggunakan pembayaran *digital payment*

Sampel

Sampel penelitian sejumlah 96,4 dan dibulatkan menjadi 96 ditambah 4 responden. Untuk meminimalisir kesalahan maka sampel penelitian ini sebanyak 100 orang/responden.

Teknik Sampling

Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dan jenis teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Pada penelitian ini beberapa pertimbangan yang ditetapkan yaitu responden berusia minimal 17 tahun, responden pernah melakukan pembelian minimal 2 kali dan menggunakan pembayaran *digital payment*. Selain itu, penyebaran kuesioner ini dilakukan secara *online (Google form) offline* atau langsung kepada responden.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan analisa regresi linier berganda yaitu $Y = 9,769 + 0,462 X_1 + 0,154X_2 + e$, yang artinya variabel kualitas pelayanan (X_1) dengan nilai koefisien sebesar 0,462 lebih berpengaruh dibandingkan variabel *digital payment* (X_2) dengan nilai koefisien sebesar 0,154.

Analisis Determinan (R^2)

Tabel 1 Hasil Analisis Koefisien Determinan

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,690 ^a	,476	,465	2,611

a. Predictors: (Constant), Digital Payment, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh angka 0,690 (69%) yang merupakan nilai R atau nilai korelasi yang digunakan untuk mengukur seberapa besar hubungan variabel kualitas pelayanan (X_1) dan *digital payment* (X_2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Selain itu, dapat diketahui bahwa nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,465 (46,5%). Hal tersebut menunjukkan bahwa kontribusi atau kemampuan variabel kualitas pelayanan dan *digital payment* dalam menjelaskan variasi variabel-variabel kepuasan konsumen adalah sebesar 0,465 atau 46,5%. Sedangkan sisanya 53,5% (100% - 46,5%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Hasil pengujian variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t hitung 5,161 > t tabel 1,661 dan sig 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Metro Swalayan Kota Malang.

Hasil pengujian variabel *digital payment* diperoleh nilai t hitung 1,857 > t tabel 1,661 dan sig 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_2 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial *digital payment* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Metro Swalayan Kota Malang.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Hasil uji hipotesis secara simultan dari variabel X_1 dan X_2 adalah H_3 : kualitas pelayanan (X_1) dan *digital payment* (X_2) secara simultan bersama-sama berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Berdasarkan pada kolom F dan sig, diketahui bahwa nilai F hitung 44,032 > F tabel 3,09 dan F sig. 0,000 < 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa H_3 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan (X_1) dan *digital payment* (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) pada Metro Swalayan Kota Malang.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen (Parsial)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dari penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai t-hitung sebesar 5,161 yang lebih besar dari t-tabel 1,661, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori Parasuraman *et al.* (1988) dalam model SERVQUAL, yang menekankan lima dimensi utama kualitas pelayanan: *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dalam penelitian ini, indikator tertinggi berada pada kesopanan karyawan (mean 4,59), yang menunjukkan bahwa sikap ramah dan komunikasi yang baik merupakan aspek penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi konsumen.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Tarigan *et al.* (2024) dan Kurniawan (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan di sektor ritel. Pelayanan yang cepat, tepat, dan personal dapat membangun rasa nyaman dan kepercayaan konsumen, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan konsumen.

Dengan demikian, pelayanan yang baik tidak hanya memenuhi ekspektasi konsumen, tetapi juga membentuk persepsi positif terhadap perusahaan secara keseluruhan. Ketika konsumen merasakan pelayanan yang cepat (*responsiveness*), akurat (*reliability*), serta diberikan dengan sikap ramah dan profesional (*assurance* dan *empathy*), maka secara alami akan muncul rasa puas karena kebutuhan emosional dan fungsional mereka terpenuhi. Semakin baik dimensi-dimensi kualitas pelayanan diterapkan secara konsisten dalam lingkungan ritel, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen. Hal ini didukung oleh berbagai penelitian terdahulu yang menunjukkan korelasi positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan tidak hanya menjadi alat untuk memenuhi harapan konsumen, tetapi juga merupakan strategi penting dalam menciptakan nilai tambah dan loyalitas jangka panjang.

Pengaruh Digital Payment terhadap Kepuasan Konsumen (Parsial)

Berdasarkan hasil uji hipotesis dari penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa variabel *digital payment* (X2) memiliki nilai t-hitung sebesar $1,857 > t\text{-tabel } 1,661$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, menunjukkan bahwa *digital payment* juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Temuan ini menguatkan pendapat Davis (1989) dalam *Technology Acceptance Model* (TAM), yang menjelaskan bahwa persepsi terhadap kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) dan manfaat (*perceived usefulness*) dari teknologi, termasuk digital payment, akan mendorong tingkat penerimaan dan kepuasan pengguna.

Berdasarkan analisis deskriptif nilai tertinggi terdapat pada indikator penggunaan sistem *digital payment* seperti QRIS, *e-wallet*, dan debit card (mean 4,63), yang mencerminkan tingginya kenyamanan dan efisiensi yang dirasakan konsumen saat bertransaksi. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Le Duyen *et al.* (2023) dan Shabrina *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa digital payment berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen karena mampu mengurangi waktu transaksi, meningkatkan keamanan, dan memperkuat citra modern penyedia layanan. Adanya penggunaan *digital payment* dalam sistem pembayaran Metro Swalayan mampu memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen modern, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan konsumen dan berpotensi meningkatkan frekuensi pembelian di Metro Swalayan Malang.

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan *Digital Payment* terhadap Kepuasan Konsumen (Simultan)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa secara simultan, hasil uji F menunjukkan bahwa kedua variabel, kualitas pelayanan dan digital payment, memiliki nilai F-hitung sebesar $44,032 > F\text{-tabel } 3,09$, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama, kedua variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,465 menunjukkan bahwa 46,5% variasi dalam kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan digital payment.

Temuan ini mendukung teori Kotler dan Keller (2012) yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen terbentuk dari perbandingan antara harapan dengan pengalaman aktual. Ketika pelayanan yang diterima berkualitas dan metode pembayaran yang tersedia mudah diakses serta aman, maka konsumen cenderung merasa puas.

Penelitian oleh Puriwat dan Tripopsakul (2017) juga memperkuat hasil ini dengan menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan sistem pembayaran digital yang baik akan meningkatkan persepsi nilai konsumen, sehingga memperkuat loyalitas pelanggan. Selain itu, hasil ini juga konsisten dengan penelitian oleh Setyawati *et al.* (2024) dan Azmi *et al.* (2023) yang menemukan bahwa kedua variabel secara simultan memiliki kontribusi signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen di lingkungan ritel modern.

Semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Metro Swalayan Malang dan semakin mudah serta aman dalam penggunaan *digital payment*, maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan bukti fisik memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan dan membuat konsumen merasa dihargai. Sementara itu, kemudahan transaksi melalui *digital payment* memberikan kenyamanan dan efisiensi dalam proses pembayaran, sehingga konsumen semakin terdorong untuk berbelanja kembali.

Konsumen Metro Swalayan Kota Malang mempertimbangkan kualitas pelayanan yang prima dan kemudahan pembayaran digital sebagai faktor utama yang memudahkan mereka dalam berbelanja. Hal ini menjadi alasan kuat mengapa kualitas pelayanan dan *digital payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Metro Swalayan Kota Malang. Pelayanan yang prima dan sistem pembayaran yang praktis, membuat konsumen merasa lebih puas terhadap Metro Swalayan Kota Malang.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian dilakukan dengan membagikan kuesioner kepada 100 responden, terdapat beberapa Kesimpulan yaitu:

1. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Metro Swalayan Kota Malang. Hal tersebut dikarenakan dengan semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh Metro Swalayan Kota Malang akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen di Metro Swalayan Kota Malang. Semakin baiknya kualitas pelayanan yang diberikan dapat memberikan pengaruh terhadap konsumen untuk lebih memilih dan berbelanja di Metro Swalayan Kota Malang.
2. *Digital payment* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Metro Swalayan Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital turut berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan konsumen, meskipun ada faktor lain yang juga memengaruhi tingkat kepuasan tersebut. Oleh karena itu, pengembangan dan peningkatan layanan

digital payment perlu terus dilakukan untuk mendukung pengalaman berbelanja yang lebih baik bagi konsumen di Metro Swalayan Kota Malang.

3. Kualitas pelayanan dan *digital payment* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Metro Swalayan Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa kedua faktor tersebut bersama-sama mampu meningkatkan pengalaman dan kepuasan konsumen dalam berbelanja. Oleh karena itu, Metro Swalayan perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan dan sistem *digital payment* untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen.

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan yang diperoleh dari penelitian dan analisa data yang telah disajikan, penelitian ini dapat memberikan saran atau masukan sebagai berikut :

1. Metro Swalayan Kota Malang diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas guna mendorong kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa konsumen, banyak di antara mereka mengungkapkan perlunya area bermain anak yang lebih nyaman dan aman agar orang tua dapat berbelanja tanpa khawatir. Selain itu, pencahayaan yang terang dan merata di seluruh area toko sangat diharapkan, karena menurut pelanggan, pencahayaan yang baik akan memudahkan dalam mencari produk dan menciptakan suasana belanja yang lebih menyenangkan. Penambahan *charging station* di beberapa titik strategis juga disampaikan langsung oleh konsumen yang seringkali membutuhkan *charging station* selama di swalayan, terutama saat menunggu di area tunggu maupun kasir.
2. Pada sistem pembayaran digital, berdasarkan wawancara dengan konsumen dan kasir menunjukkan masih ditemui kendala jaringan internet yang menghambat kelancaran transaksi, khususnya pada jam sibuk. Konsumen secara langsung menyarankan agar Metro Swalayan menyediakan akses Wi-Fi gratis di area kasir untuk memastikan semua layanan *digital payment*, seperti *e-wallet* dan *mobile banking*, dapat berjalan lancar. Selain itu, adanya mesin ATM di lokasi swalayan juga diharapkan konsumen agar mereka bisa menarik tunai atau *top up* saldo tanpa harus keluar area toko, sehingga pengalaman belanja semakin praktis.
3. Dari hasil wawancara, beberapa pelanggan juga mengaku bahwa pelayanan staf sudah baik namun masih ada yang berharap adanya peningkatan responsifitas dan inisiatif yang melebihi ekspektasi mereka, terutama pada saat toko ramai atau konsumen membutuhkan bantuan khusus. Dengan demikian, program pelatihan rutin dan sistem umpan balik konsumen yang cepat sangat diperlukan untuk memastikan standar pelayanan tetap konsisten dan mampu merespon kebutuhan konsumen secara optimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Davis, F. D. (1989). *Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology*. MIS Quarterly.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson Education.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. Journal of Retailing.

- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2016). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tarigan, H., et al. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di Sektor Ritel*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 19(2), 120–128.
- Le Duyen, T. N., et al. (2023). *Impact of Digital Payment on Consumer Satisfaction in Retail Sector*. Journal of Digital Marketing, 8(1), 45–58.
- Shabrina, R., et al. (2022). *Digital Payment System and Consumer Trust in Modern Markets*. Jurnal Sistem Informasi Bisnis, 6(3), 97–104.
- Puriwat, W., & Tripopsakul, S. (2017). *The Impact of Service Quality and Technology Acceptance on Customer Satisfaction in Retail*. Asian Journal of Business Research, 7(3), 112–123.
- Azmi, F., et al. (2023). *Pengaruh Penggunaan QRIS terhadap Kepuasan Konsumen Ritel Modern*. Jurnal Bisnis Digital, 4(2), 50–59.
- Kurniawan, D. (2020). *Kualitas Layanan dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Pemasaran dan Konsumen, 5(1), 15–22.
- Setyawati, N., et al. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan dan Sistem Pembayaran terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Ekonomi Terapan, 9(1), 33–40.