**Nama : Nur Muhammad Arif Fadila**

**NPM : 190214800**

**Judul : Analisis Pengaruh Promosi Menggunakan Sistem Digital Terhadap Pembayaran Non Tunai Maupun Tunai di Distorsi Café**

 **Tenggarong.**

**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Generasi millenials saat ini, memiliki gaya hidup dalam menikmati aktifitasnya dengan cara santai seperti nongkrong. Nongkrong adalah aktifitas berkumpul yang dilakukan oleh seseorang pada suatu tempat tertentu dan dengan tujuan tertentu. Hal ini merupakan cara nyaman yang dilakukan ketika lelah menjalani rutinitas sehari-hari bagi kaum muda. Berkembangnya Teknologi yang modern dan pesat kini terciptanya Dompet digital (E-Wallet) yang sudah banyak kita temui di Indonesia contohnya adalah QRIS, Shopee Pay, OVO, Go-Pay, DANA, Link Aja, dll. Di Indonesia menurut data hasil survei yang dilakukan oleh Snapcart setelah melakukan suvey online pada bulan September- Desember 2020 dengan responden sebenyak 1000 orang Shopee Pay menjadi dompet digital yang paling banyak digunakan sebanyak (50%) dilanjutkan oleh OVO (23%), Go-Pay (12%),DANA (12%), dan Link Aja (3%) (Iskandar et al., 2019)

Mengenal Kopi dan cemilan merupakan menu sajian yang sering dipesan oleh kaum muda yang suka nongkrong. Tak heran di Indonesia banyak bermunculan tempat nongkrong baik kedai kopi, coffe shop atau yang biasa disebut sebagai cafe, dan tempat lainnya yang sejenis. Maraknya tempat tersebut juga dibarengi dengan tema dan tujuan tertentu. Sebagai contoh, yaitu beragamnya konsep dengan iringan musik, dekorasi yang menarik dan tempat yang nyaman seakan menjadi daya tarik tersendiri. Hal tersebut kian membuktikan animo masyarakat yang tinggi terhadap keberadaan kedai atau warung kopi dan cafe karena semakin menjamurnya tempat tersebut secara tidak langsung menunjukkan minat pasar terhadap keberadaannya. The aim of this study was to analyze the impact of 900 VA electricity tariff adjustments on household consumption patterns in East Borneo. This policy potentially increased the poverty, considering that in the last few years, East Borneo had experienced a contraction in economic growth. (Sari & Adawiyah, 2019).

Keberadaan kedai atau warung kopi tersebut eksistensinya mulai diperhitungkan bagi kalangan muda. Pada umumnya, kedai yang berdesain layaknya kafe sebagai tempat untuk bertatap muka atau sebagai tempat ketiga untuk berkumpul, baik itu dengan keluarga, teman maupun rekan bisnis. Contohnya cafe shop di Tenggarong yaitu Distorsi Café yang menyediakan beberapan booth makanan & minuman serta melakukan pembayaran diCafe ini sudah menggunakan Aplikasi Pembayaran Digital maupun E-Wallet. Pengunjung lebih mudah,efisien dalam metode pembayaran, tidak rumit apabila tertinggal uang cash cukup menggunakan Handphone dan satu aplikasi bias untuk membayar apa saja, Hal ini kian berpengaruh terhadap pola pergaulan anak-anak muda seperti nongkrong sebagai ajang bersosialiasi, berkumpul bersama maupun sekedar untuk makan atau minum. Bahkan ada yang hanya datang ke kedai hanya untuk mendokumentasikan momen kemudian di share melalui media sosial agar disebut sebagai anak milenials. Seiring berkembangnya zaman membuat masyarakat pun mengalami perubahan gaya hidup. Salah satunya, manifestasi gaya hidup saat ini adalah kebiasaan nongkrong di kedai atau warung kopi bagi kelompok tertentu. Basically there are three sources in an organization namely human resources, financial resources and physical resources, and according to researchers Human resources are very important and directly affect the productivity of an organization. And human resources are the most important factor affecting organizational performance (Ekowati et al., 2021).

Berbagai pilihan yang ditawarkan ‘tempat nongkrong’ menjadikan orang memiliki beragam pilihan gaya hidup baru yang lebih cair, dan disadari atau tidak menjadi bagian dari kehidupan mereka sehingga kecenderungan untuk terikat pada kegiatan ini pun cukup tinggi. Keberadaan generasi millenialis yang memilih kedai atau warung kopi sebagai tempat ketiga dengan berbagai alasan tentu menjadi fenomena yang menarik dan berdampak bagi kehidupan sosial kita, terutama soal perubahan gaya hidup, pola konsumsi, dan bentuk interaksi yang terjadi. Seakan menjadi hal yang lumrah ketika orang-orang memindahkan kegiatan sehari-hari mereka ke kedai seperti mengetik, membaca, mengobrol bersama teman maupun sekedar mencari hiburan.

Kedai atau warung kopi juga bukan lagi menjadi tempat untuk sekedar makan dan minum, tapi juga menyangkut eksistensi setiap individu di media sosial. Selain menu makanan dan minuman yang dapat di pesan oleh konsumen, pemandangan disekitar juga sangat menarik bagi para generasi milenials. Hal ini dapat dijadikan sebagai keunggulan dari tempat yang satu untuk berkompetisi dengan tempat yang lainnya, karena para generasi milenial saat ini selalu memprioritaskan moment untuk dapat di dokumentasi lalu dibagikan ke sosial media.

Semakin tingginya tingkat antusias pengunjung dan pertumbuhan kedai atau warung kopi akan menimbulkan kompetisi yang semakin ketat dan tingkat keinginan konsumen juga semakin meningkat. Tak bisa dipungkiri memang, bahwa lingkungan bisnis akan terus berubah dengan cepat, persaingan baik domestik maupun global meningkat tajam, dan dalam waktu yang sama tuntutan pelanggan pun akan terus berubah dan meningkat (Hasan, 2013) dalam Hakim (2016). Persaingan bisnis yang begitu ketat menyebabkan perusahaan harus mampu memenuhi kepuasan konsumen agar dapat menciptakan serta mempertahankan kepuasan konsumennya. Information technology is an activity that collects, process,store, distribute and also utilize information (Nuryanto, 2012) and focuses more on the results of the obtained data. Meanwhile, communication technology is more about how data is transmitted, distributed and also conveyed (Bagaskoro, 2019). All human activity in this globalization era, are assisted by technology (Sabran et al., 2022).

Untuk memperoleh suatu kepuasan yang tinggi yaitu dengan menciptakan sebuah kenyamanan yang baik. Menurut Kotler (2008) dikutip dalam Hakim (2016), identitas sebuah gerai dapat dikomunikasikan kepada pelanggan melalui dekorasi, atau secara lebih luas dari suasananya. Meskipun suasana tidak secara langsung mengkomunikasikan kelas sosial dari produk-produk yang ada didalamnya, hal ini dapat dijadikan sebagai alat untuk membujuk konsumen memesan pada tempat tersebut. Suasana di suatu kedai atau warung kopi merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan. Semakin komunikatif suasana exterior akan berpengaruh positif terhadap loyalitas pengunjung yang berkunjung ke kedai tersebut, dan semakin nyamannya interior akan membuat pengunjung betah berlama-lama di dalam kedai. Memuaskan keinginan konsumen yang berkunjung merupakan hal yang penting, mengingat pengunjung yang merasa puas diharapkan akan berkunjung kembali, bahkan memberitahukan kepada orang lain. Human Capital is undeniably a very important factor for economic growth. In this paper, we investigate the impact of Human Capital on growth using the Neoclassical and Endogenous Growth models. We use the Generalized Method of Moment (GMM) method with 8 different Human Capital proxies measured in terms of quantity and quality of education. (Soegiarto et al., 2022)

Oleh karena itu banyak pengusaha yang berkompetisi dengan menyediakan menu yang tidak hanya enak, tapi juga desain tempat yang menarik agar konsumen tertarik untuk mengunjungi tempat tersebut, hal inilah yang telah dilakukan oleh beberapa kedai atau Café di wilayah Tenggarong pada khususnya. Dalam hal ini salah satunya para pemilik usaha akan berkompetisi untuk menciptakan kepuasan konsumen melalui pembayaran digital menggunakan e-wallet. Distorsi Café merupakan salah satu kedai yang ada di wilayah Tenggarong Kabupaten Kutai Kartanegara beralamat di Jalan K.H.Ahmad Muksin dengan lokasi yang strategis di atas permukaan kota Tenggarong sehingga memberikan landscape dengan view tata kota Tenggarong dan Taman Kota Raja. Cafe ini merupakan tempat alternatif yang sering menjadi tujuan generasi milenials untuk berbagai kegiatannya. Sebagai salah satu kedai yang sering dikunjungi di wilayah Tenggarong, Distorsi Café berupaya menawarkan kebutuhan para generasi milenials mulai dari menyediakan makanan seperti cemilan dan makanan berat, minuman panas maupun minuman dingin, tersedianya free Wifi untuk pengunjung, dan pemandangan langsung depan taman Kota Raja Tenggarong serta Jembatan Kutai Kartanegara yang ditawarkan sebagai salah satu keunggulan Distorsi Cafe. Distorsi Café dibentuk dari team ekonomi kreatif kukar yang bertujuan membentuk dan menekan maju Umkm Lokal Kukar. Hermawati & Mas (2017) stated that visionary leadership and reading trends in market developments, technology, and changing competition patterns are the best criteria for gaining a competitive advantage in Islamic banking (Sabran et al., 2022).

 Fasilitas yang disediakan yaitu meja dan kursi dengan bahan dasar kayu palet yang menambah kesan artistik, kemudian pencahayaan bewarna orange yang menambah kesan hangat dan atribut lainnya seperti meja saji yang dibuat dengan konsep bartender.

Untuk mengetahui tingkat antusias konsumen terhadap Distorsi cafe, pertama-tama peneliti mencoba untuk mencari data jumlah konsumen yang berkunjung di cafe tersebut selama 3 hari , dengan rincian sebagaimana berikut :

**Tabel 1.1**

Data intensitas kunjungan konsumen

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **No.** | **Hari & Tanggal** | **Jumlah Pengunjung** |
| 1. | Senin, 14 Maret 2022 | 40 |
| 2. | Selasa, 22 Maret 2022 | 37 |
| 3. | Rabu, 30 Maret 2022 | 43 |
| Jumlah | 120 Pengunjung |

Sumber : Hasil Observasi Tahun 2022

Dari table 1.1 yang dihimpun oleh peneliti terhitung mulai dari tanggal 14 Maret 2022 sampai dengan tanggal 30 Maret 2022 pengunjung mengalami sebuah fluktuasi. Fluktuasi ini dapat dilihat berdasarkan dari data kunjungan konsumen diatas yang menunjukkan bahwa konsumen di Distorsi Café mengalami masalah pada tingkat kepuasan dalam pembayaran.

Dari masalah fluktuasi tersebut membuat Distorsi Café harus dituntut untuk memenuhi kebutuhan konsumennya yang dinamis dan membuat pengunjung lebih nyaman kemudian melakukan kunjungan kembali di masa mendatang.

Pembayaran digital salah satu contohnya merupakan karakteristik fisik toko yang dapat menunjukkan image (kesan) café dan menarik konsumen Berdasarkan hasil observasi dan survey literatur, peneliti melihat bahwa kondisi suasana yang ada disana dilihat dari segi exterior, Distorsi Café memiliki desain klasik yang memiliki citra kuat terhadap pemandangan secara langsung depan Taman Kota Raja Tenggarong dengan view ikoniknya Jembatan Kartanegara,dan disetia booth sudah memiliki Barcode pembayaran digital juga, akan tetapi lahan parkir yang disediakan membuat konsumen kurang nyaman karena lokasinya yang terlalu sempit terlebih jika membawa kendaraan roda empat bahkan ada beberapa konsumen yang tidak jadi berkunjung karena hal tersebut. Selanjutnya pada general interior, Distorsi Café memberikan kesan warna cahaya yang lembut dan Instagramable, dan Live musik yang langsung menghibur kemuadian pengunjung akan lebih nyaman dan berlama-lama. Jarak yang tidak jauh antara meja pengunjung yang sangatlah dekat membuat konsumen lebih mudah untuk memesan ataupun berkomunikasi dengan karyawan serta terdapat booth Café lainnya yang menjual makanan & minuman. ini merupakan store layout dari Distorsi Café. Bagian dari interior display sangat sesuai dengan indikator yang lain dengan tata letak sempurna yang mengusung nuansa klasik.

Selanjutnya dari variabel kepuasan konsumen menurut Hawkins dan Lonney, Tjiptono (2006) yang dikutip dalam Masrul, Karneli (2017), mendefinisikan kepuasan konsumen adalah situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai

dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.

Berdasarkan hasil observasi dan survey literatur, beberapa konsumen menyatakan bahwa pembayaran yang menggunakan digital sangatlah efisien dan jauh lebih baik dari yang menggunakan cash atau tunai yang dirasakan di Distorsi Café sudah memenuhi ekspektasi mereka. Beberapa pengunjung lainnya juga menyatakan bersedia untuk berkunjung kembali serta bersedia merekomendasikan apa yang dimiliki oleh Distorsi Café kepada orang lain.

Pada variabel endogen selanjutnya, yaitu variabel kepuasan konsumen yang didefinisikan oleh Tjiptono (2000) dalam Pureklolong (2017), kepuasan konsumen adalah komitmen pembeli terhadap suatu merek, toko atau pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dalam pembelian jangka panjang. Berdasarkan hasil observasi dan survei literatur, beberapa pengunjung menyatakan bahwa mereka memiliki keinginan untuk kembali berkunjung di Distorsi Café, dari beberapa pengunjung yang lain juga terbiasa untuk mengkonsumsi makanan dan minuman yang ditawarkan oleh Distorsi Café serta menyukai dari apa yang di jual disana. Beberapa konsumen yang lainnya menyatakan bahwa mereka memilih Distorsi Café sebagai salah satu tempat yang harus dikunjungi karena faktor suasana yang dimiliki serta menyatakan bahwa Distorsi Café merupakan tempat yang terbaik berdasarkan suasananya dibandingkan beberapa kedai dan warung kopi lainnya. Konsumen Distorsi Café juga berupaya untuk membagikan pengalaman mereka disana baik melalui media sosial maupun secara lisan di sana juga terdapat pembayaran yang semua serba digital menggunakan E-Wallet maupun Cash/Tunai.

Kemudian penelitian tersebut juga memperkuat asumsi adanya pengaruh positif dan signifikan antara kepuasan konsumen dengan kepuasan konsumen. Dari beberapa pernyataan tersebut yang menguatkan asumsi peneliti, terdapat adanya indikasi bahwa pembayaran yang efektif seperti digital dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Dari uraian permasalahan diatas, peneliti tertarik untuk mengambil variabel atas pembelian secara tunai ataupun digital sebagai salah satu faktor yang terindikasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tentang bagaimana karakteristik atmosphere di Distorsi Café. Dalam hal ini, hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan tolak ukur pemilik Distorsi Café dalam pengambilan keputusan, juga upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen. sesuai dengan kebutuhan para milenialis dewasa ini. Oleh karena itu, peneliti melakukan penelitian ini dengan judul **“Analisis Kepuasan Konsumen Atas Pembayaran Digital dan Penggunaan Aplikasi Dompet Digital Pada Distorsi Café Tenggarong”.** dengan Studi Kasus Pada Kepuasan Konsumen Distorsi Café Tenggarong.

* 1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, diketahui bahwa saat ini konsumen yang berkunjung di Distorsi Café mengalami fluktuasi yang mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini dapat dibuktikan melalui hasil observasi dengan melihat data penjualan selama tiga hari dan berdasarkan hasil survei literatur dimana beberapa konsumen memiliki keluhan pada bagian exterior yaitu lahan parkir yang tidak begitu konsdusif dan beberapa bagian pada general interior yang digunakan serta melalui pembayaran tunai atau cash juga kurang efektif kenyataannya Distorsi Café melakukan sebuah upaya peningkatan suasana Café shop dalam rangka memenuhi kebutuhan para konsumennya yang dinamis, dikarenakan belakangan ini kepuasan digunakan dalam konteks bisnis, diharapkan dapat menggambarkan kesediaan konsumen agar senantiasa menggunakan produk tersebut dalam jangka panjang dan disetiap area booth sekarang sudah memiliki pembayaran non tunai yang secara digital atau menggunakan e-wallet.

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka yang dapat dijadikan pertanyaan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pengaruh suatu kepuasan konsumen terhadap pembayaran digital di Distorsi café ?

2. Apakah penggunaan Pembayaran digital dan E-wallet lebih efektif daripada pembayaran tunai atau cash terhadap kepuasan konsumen?

3. Apakah terdapat pengaruh hubungan tidak langsung antara keunggulan penggunaan pembayaran digital di Distorsi Cafe terhadap kepuasan konsumen melalui Pembayaran digital serta penggunaan E-wallet?

* 1. **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mengkaji hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh dalam Pembayaran Digital langsung terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk mengetahui pengaruh langsung kepuasan konsumen terhadap Penggunaan E-wallet.
3. Untuk mengetahui pengaruh tidak langsung antara pembayaran tunai atau digital di Distorsi Cafe terhadap Aplikasi Pembayaran digital tanpa menggunakan uang Cash melalui kepuasan konsumen.
	1. **Manfaat Penelitian**
4. Bagi peneliti :

a. Diharapkan penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan pemahaman peneliti mengenai kepemahaman pembayaran digital, Kepuasan Konsumen dalam menggunakan aplikasi E-wallet yang ada pada Distorsi Café Tenggarong.

b. Sebagai implementasi atas teori yang telah didapatkan selama masa perkuliahan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.

c. sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kutai Kartanegara.

2. Bagi pihak lain :

a. Bagi objek penelitian :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai Suasana Café serta pembayaran dalam bentuk digital, Kepuasan Konsumen yang ada pada Distorsi Café Tenggarong sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan pengembangan kualitas pada Distorsi Café untuk mendapatkan produktivitas yang optimal.

b. Bagi akademisi :

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan sumber informasi mengenai pemayaran elektronik atau E-Wallet terhadap Kepuasan Konsumen yang ada pada Distorsi Café Tenggarong dan untuk kepentingan akademis yang lainnya.

* 1. **Sistematika Penulisan**

Penulisan skripsi ini ditulis dalam suatu rangkaian yang berurutan dan sistematis. Secara garis besar sistematika penulisan ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 : Pendahuluan yang meliputi Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, serta Sistematika Penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka yang digunakan meliputi Penelitian Terdahulu, Landasan Teori, Pengertian Manajemen, Kualitas Layanan, Kualitas Layanan Elektronik, Indikator Kualitas Layanan, Kepuasan Pengguna, Dompet Digital, Kerangka Pemikiran, Hipotesis Penelitian serta Definisi Konsepsional.

BAB III : Metode Penelitian yang meliputi tentang Definisi Operasional, Tempat Penelitian, Populasi dan Sampel, Perincian Data Yang Diperlukan, Teknik Pengumpulan Data, Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis.

BAB IV : Hasil Penelitian yang membahas tentang gambaran umum Distorsi Café, Data-data Hasil Penelitian dan lain sebagainya.

BAB V : Analisis Pembahasan terdiri dari analisis data dan pembahasan hasil penelitian serta keterbatasan penelitian.

BAB VI : Penutup, yang berisikan kesimpulan dan saran.

**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang membahas mengenai pembayaran digital dan penggunaan E-wallet sebagai variabel endogen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderasi serta penggunaan aplikasi pembayaran digital sebagai variabel eksogen memiliki pengaruh yang positif, hal ini ditunjukan melalui beberapa penelitian terdahulu yang akan dijabarkan pada sub bab ini. Penentuan faktor ini berdasarkan atas penelitian terdahulu dan dasar teori yang dijadikan basis pengembangan model sebagaimana di jabarkan pada sub bab berikut :

**2.1.1.Horward,2012 “Pengaruh sistem pembayaran Terhadap kepuasan konsumen dan penggunaan aplikasi pembayaran digital melalui E-wallet”.** Pembayaran digital merupakan pihak yang menghubungkan transaksi pembayaran elektronik antara issuer dengan acquirer dan konsumen dengan merchant melalui jaringan internet yang aman.Banyak orang menggunakan Aplikasi elektronik yang sering digunakan dalam transaksi online melalui smartphone memiliki tujuan yang hampir sama dengan pembayaran secara tunai ataupun kredit. Akun pembayaran pada dompet digital dilindungi dengan kata sandi, dimana pengguna harus memasukkannya dalam setiap transaksi online Selain GoPay dan OVO, masih ada beberapa dompet digital yang ada di Indonesia, antara lain DANA, LinkAja, Sakuku, Jenius, OCTO Go Mobile, Doku, Mega Mobile, dan iSaku (Id, 2020). Sedangkan, dompet digital di luar negeri antara lain WeChat Pay, Alipay, dan WhatsApp Pay

**2.1.2. R. Luthfianti dan CK. Dewi (2020**),**”Pengaruh besar kualitas kepuasan konsumen terhadap kepuasan pembayaran digital OVO “.** Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui bagaimana dan berapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan kepercayaan konsumen terhadap Kepuasan konsumen pengguna OVO. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kuantitatif Teknik yang digunakan adalah kuesioner dan studi kepustakaan. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability jenis judgment sampling. Alat analisis pada penelitian ini menggunakan bantuan software IBM SPSS versi 24. Metode analisis yang digunakan yaitu uji Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil penelitian ini, terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen terhadap Loyalitas Konsumen OVO yaitu sebesar 40,7%. Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen dan Kepercayaan Konsumen memberikan pengaruh positif terhadap Loyalitas Konsumen.

**2.1.3. H Chusnah dan K.T Indriana (2020),"Dampak Keselamatan dan Kemudahan terhadap Kepuasan Konsumen Fintech".** Tujuan dari penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui efek terhadap Aplikasi Dana. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah penyesalan sederhana, korelasi, koefisien penentuan dan pengujian hipotesis parsial, dan t testing. Tes asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah normalitas, multikorneallitas, heteroscedasticity, dan autocorrelation, dengan menggunakan uji keabsahan dan keandalan. Berdasarkan hasil dan diskusi data analitik, kemudahan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap thitung 8.699 < t tabel 1.661 dengan tingkat kepuasan 0.000 < 0.005, nilai korelasi adalah 0,668 yang berarti memiliki hubungan dan koefisien penentuan yang kuat 0.446 dengan persentase variabel kemudahan pada 44,6% sementara sisa nilainya disebabkan oleh faktor lain. Keamanan parsial memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap t hitung 9.443 < ttabel1.661 dengan tingkat signifikansi 0.000 < 0.005, dengan nilai korelasi pada 0.698 whichmean itu memiliki hubungan yang kuat dan koefisien penentuan pada 0.487 12 titik dengan persentase variabel kemudahan pada 48,7% sedangkan sisa nilainya disebabkan oleh faktor lain.

* 1. **Landasan Teori**

Pada bab ini membahas literatur-literatur yang digunakan dalam penelitian mengenai kualitas layanan, dan kemudahan penggunaan dompet digital terhadap kepuasan konsumen.

* + 1. **Pengertian Manajemen**

Manajemen berasal dari bahasa Inggris yaitu “manage” yang memiliki makna mengelola, mengurus, mengendalikan, dan memimpin. Pengetian secara etimologis diatas mengadung makna bahwa manajemen merupakan usaha pengelolaan organisasi yang dilakukan melalui proses memimpin. Empat nilai diatas dijadikan sebagai basis konseptualisasi dan pedoman praktis untuk mengartikan arti manajemen. Banyak definisi yang telah diberikan untuk memberikan makna atau arti dari istilah manajemen dari berbagai sudut pandang yang berbeda. Berikut definisi mengenai manajemen :

Marry Parker Follet seperti yang dikutip (T. Hani Handoko, 2011) dalam mawardi (2015) manajemen sebagai seni dalam menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain.

Menurut James F. Stoner (2004) yang dikutip dalam Semuel Batlajery (2016) pengertian manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian dan penggunaan sumber daya-sumber daya organisasi lainnya agar mencapai tujuan organisasi yang telah ditetapkan

Menurut Mary Parker Follet (2007) dalam Semuel Batlajery (2016) pengertian manajemen sebagai proses, karena dalam manajemen terdapat adanya kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan, misalnya kegiatan perencanan, pengorganisasian, pengarahan dan pengwasan. Kegiatan-kegiatan itu satu sama lainnya tidak dapat dipisahkan atau dengan kata lain saling terkait (terpadu), sehingga akan membentuk suatu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan..

Sintesis manajemen berdasarkan pada tiga teori diatas telah di akumulasi oleh peneliti dengan pengertian manajemen sebagai seni menyelesaikan pekerjaan melalui orang lain dengan menggunakan berbagai sumberdaya organisasi lainnya melalui tahap proses kegiatan, misalnya kegiatan perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan pengawasan.

* + 1. **Kualitas Layanan**

Pengertian Kualitas Layanan Perkembangan perusahaan menciptakan persaingan yang ketat. Berbagai cara dilakukan agar dapat memperoleh pelanggan dan mempertahankannya. Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik. Menurut Tjiptono (2019:75) kualitas pelayanan adalah mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan espektasi pelanggan Menurut Boonlertvanich (2018:279) persepsi pelanggan terhadap kualitas diasumsikan terjadi pada berbagai tingkatan dalam lingkungan layanan. Pelanggan pada awalnya mengevaluasi kualitas interaksi dengan penyedia layanan pada tingkat atribut individu. Kualitas interaksi kemudian dievaluasi pada tingkat dimensi dan, akhirnya, kualitas layanan yang dirasakan secara keseluruhan dievaluasi. Sampara dalam Hardiyansyah (2018:49) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Menurut Kotler (2012:49), kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan adalah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar dapat mengetahui sejauh mana layanan yang telah diberikan dan melakukan peningkatan lagi terhadap layanan yang sudah diberikan.

* + 1. **Kualitas Layanan Elektronik**

E-Service Quality merupakan teori yang dikembangkan dari service quality atau kualitas layanan yang diberikan maupun dilakukan pada jaringan internet. 15 Kualitas layanan adalah salah satu kekuatan utama yang mendorong untuk keberlanjutan suatu bisnis dan sebuah keunggulan kompetitif pada perusahaan (Puriwat dan Tripopsakul, 2017). Kualitas layanan elektronik berkaitan dengan serangkaian aktivitas transaksi elektronik dari awal hingga akhir yang meliputi pencarian informasi, proses pemesanan, pengiriman, interaksi layanan pelanggan, kebijakan privasi, navigasi website, kebijakan pengembalian, dan kepuasan dengan produk yang dipesan (Bult, 2016). Kualitas layanan elektronik merupakan penilaian konsumen terhadap layanan yang diberikan melalui media elektronik (Santos, dalam Teofilus dan Trisya 2016). Kualitas pelayanan elektronik (E-Service-Quality) adalah sejauh mana situs web memfasilitasi belanja, pembelian, dan pengiriman produk dan layanan yang efisien dan efektif (Parasuraman, dkk dalam Permana dan Djatmiko 2018). Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan elektronik yaitu layanan dengan menggunakan jaringan internet yang diberikan oleh perusahaan untuk mempermudah para konsumen dalam melakukan aktifitas nya, seperti kegiatan bertransaksi dan sebagainya.

* + 1. **Indikator Kualitas Layanan Menurut Tjiptono** **(2019:77)** dalam mengevaluasi jasa yang bersifat, intangible, variable, inseparable, dan perishable, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor: 1. Bukti fisik (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. 2. Keandalan (reliability), yakni kemampuan para staf dan karyawan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. 3. Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan atau memberikan pelayanan dengan tanggap 4. Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. 16 5. Empati (empathy), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.
		2. **Kepuasan Pengguna**

Pengertian Kepuasan Pengguna Kepuasan pengguna didefinisikan sebagai evaluasi keseluruhan dari pengalaman yang dirasakan oleh pengguna sistem dan dampak potensial dalam menggunakan sistem informasi (Setyo & Rahmawati, 2015). Kepuasan merupakan perasaan yang ditimbulkan seseorang mau itu berupa senang ataupun kecewa pada saat membandingkan sesuatu hasil yang dirasakan kepada sebuah produk atau layanan berdasarkan ekspektasi. Apabila pengalaman yang dirasakan lebih jauh dari harapan maka akan timbul perasaan tidak puas bagi pelanggan. Saat ini perusahaan harus memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan adanya internet memungkinkan pelanggan akan lebih cepat mengungkapkan emosi baik dan buruk mereka (Kotler dan Keller, 2016:155). Menurut Tjiptono dan Diana (2019), “Kepuasan Pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya.” Menurut pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa untuk memberikan kepuasan pengguna yaitu dengan mengetahui terlebih dahulu apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh para pengguna dompet digital, dengan begitu pengguna bisa mendapatkan kepuasan. Kepuasan pengguna juga terjadi karena ada nya kualitas serta layanan yang berikan oleh suatu produk agar pengguna mendapatkan manfaat dari produk yang digunakan nya.

* + 1. **Dompet Digital**

Dompet Digital Menurut Peraturan Bank Indonesia No.18/40/PBI/2016 Pasal 1 no 7 mendefinisikan bahwa Electronic Wallet yang selanjutnya disebut Dompet Elektronik adalah layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran antara lain alat pembayaran dengan menggunakan kartu dan/atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran. Sementara, dikutip dari Sagayarani (2017), “Pembayaran digital adalah cara pembayaran 21 menggunakan mode digital. Dalam pembayaran digital, pembayar dan penerima bayaran keduanya menggunakan mode digital untuk mengirim dan menerima uang. Disebut juga pembayaran elektronik. Tidak ada uang tunai yang diikutkan dalam pembayaran digital. Semua transaksi pada pembayaran digital dilakukan secara online. Itu merupakan sebuah cara yang instan dan mudah untuk melakukan pembayaran.” Menurut MDI Ventures & Mandiri Sekuritas Research (2017), terdapat dua jenis uang elektronik, yaitu berbasis server dan berbasis chip. Uang elektronik berbasis chip lebih praktis digunakan karena sistem “tap-and-pay”. Berikut adalah perbandingan uang elektronik berbasis server dan chip. Dompet digital atau (E-wallet) adalah dompet yang terhubung dengan server dalam bentuk aplikasi smartphone yang memungkinkan untuk menyimpan sejumlah uang untuk dapat digunakan kapan dan dimana saja selama layanan pembayaran tersedia dengan baik (Bagla & Sancheti, 2018). Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa dompet digital yaitu suatu aplikasi yang berada di dalam smartphone digunakan untuk menyimpan uang yang mempermudah para konsumen dalam melakukan pembayaran, dapat digunakan kapan dan dimana saja juga lebih mempersingkat waktu.

* 1. **Kerangka Pemikiran**

Dari hasil temuan yang diperoleh dari kajian empirik (penelitian terdahulu) tentang kepuasan konsumen dalam pembayaran digital dan penggunaan E-wallet terhadap kepuasan konsumen, yang selanjutnya teori tersebut divisualisasikan kedalam bentuk gambar untuk menunjukkan hubungan antar variable yang Menunjukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Variabel kualitas layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna secara simultan.

1. **Kepuasan Konsumen terhadap pembayaran digital E-wallet memiliki pengaruh langsung terhadap Konsumen**

Pembayaran digital E-Wallet (X) memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y1) dimana penggunaan pembayaran digital memiliki pengaruh yang kuat terhadap citra sebuah Cafe, dan suasana café harus memiliki general interior yaitu kesan yang diciptakan ketika konsumen memasuki sebuah cafe kemudian bagian store layout meliputi alokasi ruang untuk transaksi penjualan, jarak antara pengaturan meja makan dan pengelompokan produk, selanjutnya yaitu interior displays yang merupakan dekorasi kesesuaian tema, dekorasi ruangan, dekorasi dinding, setiap booth sudah memiliki BarCode pembayaran digital E-wallet seperti QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) dan peletakan tempat sampah untuk memberikan kepuasan pada konsumen.

Untuk selanjutnya dari aspek teoritis sebagaimana disampaikan oleh Yalcin & Kocamaz, (2003) dalam Listiono & Sugiarto (2015) menyebutkan bahwa :

“Store Atmosphere menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen dimana peritail perlu menyadari pentingnya store atmosphere untuk menciptakan pengalaman berbelanja, yang pada akhirnya memberikan kepuasan pada konsumen.”

Argumentasi diatas diperkuat kembali oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Listiono & Sugiarto (2015) dengan hasil temuan bahwa pengaruh store atmosphere (suasana kedai) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil kajian empiris dan teoritis diatas untuk selanjutnya dapat dijadikan sebagai basis penyusunan sintesis bahwa penggunaan E-Wallet sangat berguna bagi konsumen yang kaya akan manfaat apabila konsumen tertinggal uang cash atau tunai, cukup menggunakan satu aplikasi pembayaran saja serta suasana café memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen juga.

Berdasarkan dari kajian empiris dan teoritis diatas untuk selanjutnya dapat dijadikan sebagai basis penyusunan sintesis bahwa Pembayaran digital mempengaruhi kepuasan konsumen yang menjadikan pembayaran setiap pembelian lebih efisien dan efektif dan penggunaan E-Wallet memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen.

**Gambar 2.3**

**Kerangka Pemikiran**

Kepuasan Konsumen Distorsi Café Dalam Pembayaran Digital atau E-wallet

Aman

Efisien

Tidak Ribet

Mudah

* 1. **Hipotesis**

 Adapun Hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh positif kualitas layanan terhadap kepuasan pengguna dompet digital di wilayah kecamatan Tenggarong, Kutai Kartanegara.

H2: Terdapat pengaruh positif kemudahan penggunaan terhadap terhadap kepuasan pengguna dompet digital di wilayah kecamatan Tenggarong, Kutai Kartanegara.

 H3: Terdapat pengaruh positif kualitas layanan dan kemudahan penggunaan secara simultan terhadap kepuasan pengguna dompet digital di wilayah kecamatan Tenggarong, Kutai Kartanegara.

* 1. **Definisi Konseptual**

Definisi konseptual merupakan sebuah tolak ukur yang dibatasi oleh pengertian yang berkaitan dengan konsep dan merujuk pada pendapat para ahli melalui sumber yang diperoleh dari literatur. Berikut adalah konsep yang dapat peneliti sajikan sebagaimana berikut :

1. Menurut Jogiyanto (2019:934) persepsi kemudahan penggunaan merupakan ukuran dimana seseorang meyakini bahwa dalam menggunakan suatu teknologi dapat jelas digunakan dan tidak membutuhkan banyak usaha tetapi harus mudah digunakan dan mudah untuk mengoperasikannya. Dengan ada nya kemudahan dalam aplikasi dompet digital maka konsumen akan merasa puas karena terbantu dengan aplikasi digital yang mudah digunakan. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Chusnah dan K.T Indriana (2020) menunjukan bahwa kemudahan 23 penggunaan memberikan dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna.
2. Menurut peneliti Menunjukan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna, variabel kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pengguna. Variabel kualitas layanan dan kemudahan penggunaan berpengaruh terhadap kepuasan pengguna secara simultan.
3. Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa dompet digital yaitu suatu aplikasi yang berada di dalam smartphone digunakan untuk menyimpan uang yang mempermudah para konsumen dalam melakukan pembayaran, dapat digunakan kapan dan dimana saja juga lebih mempersingkat waktu.

**BAB III**

**METODE PENELITIAN**

* 1. **Definisi Operasional**

Definisi operasional adalah sebuah data yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang telah diteliti sebagai pertimbangan untuk menguji dugaan sementara dari permasalahan yang telah dirumuskan dalam penulisan ini. Menurut Azwar (1998) dikutip dalam Susandy (2019) definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel yang diamati.

Dari uraian diatas, maka di dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang meliputi Independent Variabel dan Dependent Variabel yang akan di jelaskan sebagaimana berikut :

1. Suasana Cafe termasuk karakteristik dari café distorsi tenggarong yang dapat menunjukkan kesan dan dapat menarik konsumennya. Variabel ini dapat diukur dengan empat indikator yaitu Exterior, General Interior, Store Layout dan Interior Display. Keempat indikator ini akan diukur dengan skala likert yang dimulai dari 1 sampai dengan 4.
2. Kepuasan Konsumen adalah situasi yang ditunjukkan konsumen di distorsi café ketika kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi dengan baik. Variabel ini akan diukur dengan tiga indikator, diantaranya kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali atas pembayaran dalam berbelanja dan kesediaan merekomendasikan. Skala pengukuran pada variabel ini yaitu melalui skala likert dengan skala 1 sampai dengan 4.

Loyalitas Konsumen adalah komitmen dari konsumen Distorsi Café secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha - usaha pemasaran lainnya mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku. Variabel ini akan diukur melalui empat indikator, diantaranya pembelian secara teratur, membeli antar lini produk dengan menggunakan E-Wallet, mereferensikan kepada orang lain pembayaran yang lebih efektif dan menunjukkan kekebalan terhadap tarikan. Indikator ini akan diukur dengan skala likert dengan skala 1 sampai dengan 4.

* 1. **Tempat Penelitian**

Objek penelitian ini adalah Distorsi Café yang beralamat di Jalan.Robert Wlter Mongsidi,Timbau Kec.Tenggarong,Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur 75513 (0823-5234-7373) dengan situs media sosial resminya @distorsicoffe. Distorsi Café secara resmi berdiri sejak tahun 2019 oleh Akbar Haka sebagai owner yang kemudian di support oleh team KEKRAF Kukar. Distorsi Café merupakan sebuah tempat usaha yang bergerak pada bidang penjualan makanan dan minuman. Produk yang ditawarkan terdiri makanan ringan/cemilan, makanan berat, minuman panas dan minuman dingin. Peneliti tertarik mengadakan penelitian ditempat ini dikarenakan masih banyak kekurangan dilihat dari segi karakter fisik Distorsi Café maupun dari faktor lain yang berdampak pada tingkat fluktuasi jumlah pengunjung tidak stabil.

* 1. **Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang memiliki pengalaman berkunjung pada Distorsi Café, baik dalam aktivitasnya seperti menikmati makanan dan minuman yang ditawarkan disana, maupun hanya berkumpul bersama teman-temannya untuk sekedar menikmati suasana yang ada.

Metode penentuan populasi pada penelitian ini dilakukan selama tiga hari terhitung sejak tanggal 14 Maret 2022 sampai dengan 30 Maret 2022 dengan jumlah sebanyak 120 Pengunjung, hal ini didasarkan pada hasil observasi yang memberikan informasi bahwa rata-rata konsumen yang berkunjung di Distorsi Café telah berkunjung lebih dari tiga kali.

Sementara metode penentuan sampel menggunakan rumus Slovin dengan taraf signifikansi 10% dan populasi sebesar 120 yang bersumber dari jumlah data kunjungan konsumen dimulai dari tanggal 14 Maret 2022 sampai dengan 30 Maret 2022. Melalui jumlah populasi tersebut dan pendekatan yang digunakan, maka dapat di jabarkan berikut :

$$n=\frac{N}{1+Ne^{2}}$$

Keterangan :

$n$ = Jumlah sampel minimal

$N$ = Populasi

$e$ = Error margin

$$n=\frac{120}{1+(120×0,1^{2})}$$

$$n=\frac{120}{1+(120×0,01)}$$

$$n=\frac{120}{1+1,2}$$

$$n=\frac{120}{2,2}$$

$$n=54,54$$

$$n=54$$

Apabila hasil penghitungan diatas dibulatkan maka besar sampel minimal dari 120 populasi pada margin error 10% adalah sebesar 54 responden. Jadi, sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini berjumlah 54 responden.

* 1. **Perincian Data yang Diperlukan**

Rincian data yang diperlukan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Gambaran umum Distorsi Café Tenggarong.
2. Penelitian dilapangan yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung jumlah konsumen yang berkunjung selama beberapa hari serta melakukan tanya jawab langsung terhadap respon pengunjungnya.
3. Data sekunder, yaitu dengan cara mempelajari literatur dan buku-buku atau laporan-laporan yang berhubungan dengan materi penelitian khususnya mengenai dasar teori, guna menunjang dan melengkapi data yang diperlukan.
4. Peneliti menanyakan perbandingan penggunaan E-wallet dan Tunai disetiap pembelian.
	1. **Teknik Pengumpulan Data**

Dalam pengumpulan data untuk penelitian ini, maka teknik yang dipergunakan adalah sebagai berikut :

1. Observasi, yaitu penelitian langsung/pengamatan langsung ke objek penelitian di Distorsi Café.
2. Kuesioner, yaitu dengan menyediakan daftar pertanyaan untuk dijawab secara tertulis oleh para responden.
3. Dokumentasi, yaitu dengan mengadakan penelitian perpustakaan guna mendapatkan informasi secara teoritis dari buku-buku / literature dari owner sendiri, tulisan-tulisan ilmiah dan lain-lain yang ada hubunganya dengan penelitian ini.
	1. **Alat Analisis dan Pengujian Hipotesis**
		1. **Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Structural Equation Model (SEM) dengan bantuan Software Smart PLS. SEM dapat digunakan pada setiap jenis skala data (nominal, ordinal, interval, rasio) serta syarat asumsi lebih fleksibel. SEM juga digunakan untuk mengukur hubungan setiap indikator dengan konstruknya..

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan hubungan antar konstruk (Suasana Cafe, Kepuasan Konsumen Dalam Penggunaan E-wallet ).

* + 1. **Merancang Model Pengukuran (Outer Model)**

Suatu konsep dan model penelitian tidak dapat diuji dalam suatu model prediksi hubungan. Indikator dalam penelitian ini adalah reflektif karena indikator variabel laten mempengaruhi indikatornya, atau dengan kata lain mengukur seberapa jauh indikator itu dapat menjelaskan variabel latennya, untuk itu digunakan pengukuran validitas dan pengukuran reliabilitas.

a. Uji Validitas

1. Validitas Konvergen / Convergent Validity

Convergent Validity mengukur besarnya korelasi antara konstruk dengan variabel laten. dalam evaluasi convergent validity dari pemeriksaan individual item reliability, dapat dilihat dari Standardized Loading Factor yang menggambarkan besarnya korelasi antar item pengukuran (indikator) dengan konstraknya. Korelasi dapat dikatakan valid apabila nilai loading factor memiliki nilai > 0.5

2. Validitas Diskriminan / Discriminant Validity atau dengan Average Variance Extracted (AVE)

Validitas diskriminan berhubungan dengan prinsip bahwa pengukur – pengukur konstruk yang berbeda seharusnya tidak berkorelasi dengan tinggi. Validitas diskriminan terjadi jika 2 (dua) instrument yang berbeda yang mengukur dua konstruk yang diprediksi tidak berkorelasi menghasilkan skor yang memang tidak berkorelasi. Uji validitas diskriminan dinilai berdasarkan cross loading pengukuran dengan konstruknya.

Metode lain yang digunakan untuk menilai valitidas diskriminan adalah dengan membandingkan akar AVE untuk setiap konstruk dengan korelasi antara konstruk lainnya dengan model.

**Gambar 3.1. Model Struktural Hipotesis (H1)**

Pembelian Secara Teratur

Minat Berkunjung Kembali

Kesediaan Merekomendasikann

Kesesuaian Harapan

Membeli Antarlini Produk menggunakan e-wallet

Mereferensikan Kepada Orang Lain

Menunjukkan Kekebalan Terhadap Tarikan

 H1

* + 1. **Konversi Diagram Jalur ke Sistem Persamaan**

Langkah selanjutnya adalah mengkonversikan diagram jalur ke dalam persamaan struktural (Stuctural Equations) dan persamaan model pengukuran. (Measurement Model). Persamaan Struktural menggambarkan tujuan penelitian dalam menghasilkan jawaban atas perlakuan variabel eksogen maupun endogen. Selain hal tersebut, hasil pada model persamaan struktural merupakan langkah untuk menggambarkan realitas objektif yang diteliti, sehingga hasil pengukuran dapat diterapkan pada berbagai realitas sebagai konsekuensi atas generalisasi temuan. Prosedur penyusunan persamaan struktural sebagai berikut :

1. Outer Model

Outer model atau model pengukuran menggambarkan hubungan antara blok indikator dengan variabel latennya. Persamaan outer model untuk konstruk reflektif dapat disusun sebagai berikut :

**Tabel 3.2**

Persamaan Pengukuran (Outer Model)

|  |  |
| --- | --- |
| Kepuasan Konsumen | Pembelian Secara Teratur |
| Membeli Antarlini Produk menggunakan E-wallet |
| Mereferensikan Kepada Orang Lain |
| Menunjukkan Kekebalan Terhadap Tarikan |
| Kepuasan Konsumen | Kesesuaian Harapan |
| Minat Berkunjung Kembali |
| Kesediaan Merekomendasikan |
| Store Atmosphere | Exterior |
| General Interior |
| Store Layout |
| Interior Display |

Sumber : Diolah Peneliti

2. Inner Model

Inner model atau model struktural menggambarkan hubungan kausalitas antar variabel laten yang dibangun berdasarkan pada substansi teori.

* + 1. **Pengujian Hipotesis**

Berdasarkan tujuan dari penelitian, maka rancangan uji hipotesis yang dibuat berdasarkan tujuan penelitian. Tingkat kepercayaan yang digunakan adalah 10%, sehingga tingkat presisi atau batas ketidakakuratan sebesar (α) = 10% = 0,010 dan menghasilkan nilai t-tabel untuk hipotesis onetailed atau hipotesis satu ekor adalah sebesar 1,10, sehingga dapat disimpulkan jika nilai t statistik tidak lebih kecil dari nilai t-tabel (t-statistik < 1,10), maka hipotesis yang diajukan dapat diterima.

* + 1. **Jadwal Penelitian**

Jadwal penelitian disusun untuk memberikan arah kegiatan penelitian ini serta alokasi waktu yang sesuai dan tepat sehingga diharapkan penelitian ini akan mencapai hasil yang maksimal, waktu yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Maret 2022, mengajukan rancangan proposal skripsi ke Dosen Mata Kuliah Metodologi yang telah ditentukan, Universitas Kutai Kartanegara.
2. Maret sampai April 2022, memulai penulisan proposal (BAB I, II,III) dimulai dengan mencari berbagai literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah penelitian dan melakukan observasi kepada pihak terkait sekaligus Owner Café tersebut.
3. April 2022, melakukan konsultasi dengan dosen mata kuliah Metodologi.
4. April, mengajukan berkas proposal skripsi.
5. April 2022, melakukan konsultasi dan revisi.
6. April 2022, Telah disetujui oleh dosen mata kuliah Metodologi.
7. 25 April 2022, Pengumpulan Berkas Proposal.

**DAFTAR PUSTAKA**

Analisis Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Dan Kepercayaan Pelanggan Sevagai Variabel Intervening Pada Asuransi Jiwa Manulife Indonesia-Surabaya. Jurnal Manajemen PemasaranPetra Vol. 2, No. 1. Hal:1-12 Dirwan., Latief, Fitriani. 2020.

Arikunto, S. 2010. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: Rineka Cipta. Armana, Made Adi,. Dkk. 2015. Pengaruh Biaya Promosi dan Tarif Kamar 420 Kindai, Vol 17, Nomor 3, Halaman 401-422 terhadap Pendapatan Hotel Damai di Singaraja Tahun 2013. E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen (Volume 3 Tahun 2015).

Aspek Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Uang Digital di Kota Makassar. Jurnal Mirai Management Volume 6 No.1. Diyan Ambarwati, Dkk.2019.

Bangkara, Rajendra Prasada dan Ni Putu Sri Harta Mimba. 2016. Pengaruh perceived usefulness dan perceived ease of use pada minat penggunaan internet banking dengan attitude toward using sebagai variabel intervening. Darwin, Steven & Kunto, Yohanes Sondang. 2014.

Economics Development Analysis Journal The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption.(Sari & Adawiyah, 2019)

Human Capital , Difussion Model , And Endogenous Growth : Evidence From Arellano- Bond Specification.(Soegiarto et al., 2022a)

 Influencers E-Money in Banking Sector. South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law 4 (2).

Model Persamaan Struktural : Konsep, Teknik dan Aplikasi SEM AMOS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Gitosudarmo, Indriyo. 2014. Manajemen Operasi. Yogyakarta: BPFE. HongZhu, D., & Ying L.Y.P. Chang, L. 2017.

Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Kemanfaatan, dan Promosi Terhadap Minat Penggunaan uang elektronik Padamasyarakat (Studi Kasusdi Wilayah Kota Purwokerto). Purwokerto: Institut Agama Islam Negeri (IAIN). Indriastuti, Maya., Rizki Herdian Wicaksono. 2014.

Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Go-Pay Pada Mahasiswa Stie Aub Surakarta. Jurnal Bisnis dan Ekonomi Volume 6. P3M STIE AUB Surakarta. Ghozali, I. Latan, H. (2012).

Understanding the Intention to Continue Use of a Mobile Payment Provider : An Examination of Alipay Walletin China. International Journal of Business and Information,12(4). Inayah, Romadhotul. 2020.

Ekowati, V. M., Sabran, Supriyanto, A. S., Pratiwi, V. U., & Masyhuri. (2021). Assessing the impact of empowerment on achieving employee performance mediating role of information communication technology. *Quality - Access to Success*, *22*(184), 211–216. https://doi.org/10.47750/QAS/22.184.27

Iskandar, I., Hutagalung, D. J., & Adawiyah, R. (2019). The Effect of Job Satisfaction and Organizational Commitment Towards Organizational Citizenship Behavior (OCB): A Case Study on Employee of Local Water Company “Tirta Mahakam” Kutai Kartanegara Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, *8*(3), 236. https://doi.org/10.26418/jebik.v8i3.35001

Sabran, Ekowati, V. M., & Supriyanto, A. S. (2022). The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behavior: An Examination Through Multiple Theoretical Lenses. *Quality - Access to Success*, *23*(188), 145–153. https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.21

Sari, N. A., & Adawiyah, R. (2019). Economics Development Analysis Journal The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption. *Economics Development Analysis Journal*, *8*(2), 200–214.

Soegiarto, E., Palinggi, Y., Reza, F., & Purwanti, S. (2022a). *Human Capital , Difussion Model , And Endogenous Growth : Evidence From Arellano- Bond Specification*. *19*(2), 6265–6278.