



PEMAKALAH

Jurnal Penelitian Manajemen Akuntansi Berkala Ilmiah

KUALITAS PELAYANAN DAN *E-PAYMENT* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT KERETA API (PERSERO) PEMATANGSIANTAR

Shinta Bella Gultom^{1)*}, Efendi²⁾, Andy Wijaya³⁾, Erbin Chandra⁴⁾

Program Studi Manajemen, STIE Sultan Agung. Jalan Surabaya No.19, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara, 21118, Indonesia.

*Email: ¹ bellagultom18@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini ialah: 1. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan, *e-payment* dan kepuasan konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar. 2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *e-payment* terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Populasi pada penelitian ini ialah mahasiswa/i yang menggunakan jasa PT Kereta Api (Persero) dengan jumlah sampel sebanyak 39 orang. Adapun jenis data yang digunakan ialah data kualitatif dan data kuantitatif. Sumber data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder. Pengumpulan data dilakukan dengan kusioner, wawancara dan dokumentasi. Uji instrumen penelitian yang digunakan ialah uji validitas dan uji reliabilitas. Teknik analisis data yang digunakan ialah uji normalitas, analisis deskriptif kualitatif dan analisis deskriptif kuantitatif. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: 1. Kualitas pelayanan, *e-payment* dan kepuasan konsumen sudah puas. 2. Terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan *e-payment* terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial. 3. Terdapat hubungan yang kuat dan positif antara kualitas pelayanan dan *e-payment* dengan kepuasan konsumen. Tinggi rendahnya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan *e-payment*. 4. H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan dan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar baik secara simultan maupun parsial.

Kata kunci: Kualitas pelayanan, *E-payment* dan Kepuasan konsumen

ABSTRACT

The purposes of this study are: 1. To determine the description of quality service, e-payment, and customer satisfaction at PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar (Case study on Student/i Management of Semester VIII STIE Sultan Agung). 2. To determine the effect of service quality and e-payment on consumer satisfaction at PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar (Case study on Student/i Management of Semester VIII STIE Sultan Agung) either simultaneously or partially.

. This research uses the design of library research and field research. The population in this study were students who used the services of PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar with a total sample of 39 people. The type of data used is qualitative data and quantitative data. The data sources used are primary data and secondary data. Data collection is done by questionnaires, interviews and documentation. The research instrument test used was the union validity and reliability test. Data analysis techniques consist of normality, descriptive qualitative and quantitative descriptive analysis that includes linear regression test, correlation coefficient and determination analysis, and hypothesis testing. The result of his study can be summarized as follows: 1. Service quality and e-payment is good, and customer satisfaction is satisfied. 2. There is a influence between service quality and e-payment on customer satisfaction simultaneously and partially. 3. The result of correlation coefficient analysis means there is moderately high correlation between service quality and e-payment with customer satisfaction. The level of customer satisfaction can be explained by service quality and e-payment. 4. H_0 is rejected, meaning that there is positive and significant influence between service quality and e-payment on customer satisfaction both simultaneously and partially.

Keywords: Service Quality, E-Payment, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar ialah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang penyediaan jasa transportasi yang melayani rute Pematangsiantar – Tebing Tinggi – Medan. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar merupakan transportasi yang cukup diminati orang. Dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen. dimensi kepuasan konsumen seperti struktur harga, kenyamanan prosedur dan dukungan konsumen

Fenomena tingkat kepuasan konsumen pada perusahaan ini belum optimal dapat dilihat dari kemudahan pembelian tiket secara online di Indomaret, dimana Indomaret belum menyediakan aplikasi yang khusus untuk pembayaran melalui gadget sehingga konsumen harus terlebih dahulu mendatangi Indomaret. Pada dimensi dukungan konsumen, dimana konsumen kurang merekomendasikan untuk menggunakan jasa perusahaan ini kepada rekannya yang lain disebabkan oleh perjalanan yang lebih lama memakan waktu dibandingkan dengan naik taxi yang lebih efektif dan efisien.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan juga perlu ditingkatkan dengan baik. Hal ini didukung oleh penelitian (Surbakti et al., 2017), bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Adapun dimensi kualitas pelayanan yaitu bukti langsung (*tangibles*), empati (*emphaty*), kehandalan (*reliability*) daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*).

fenomena kualitas pelayanan pada perusahaan ini masih belum optimal, dilihat pada dimensi bukti langsung (*tangibles*), dimana masih ada beberapa fasilitas yang mengganggu konsumen seperti pendingin ruangan yang masih sering bocor, toilet yang kurang bersih dan air yang sering habis menimbulkan tidak nyamannya konsumen.

Pada dimensi empati (*emphaty*) dimana pegawai pada perusahaan ini masih kurang keramahan dan kepeduliannya kepada konsumen.

Selain kualitas pelayanan, *e-payment* atau yang dikenal sebagai sistem pembayaran elektronik atau berbasis non-tunai diindikasikan mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini di dukung oleh penelitian (Rabiah et al., 2020) *e-payment* atau sistem pembayaran elektronik membantu dalam meningkatkan kepuasan konsumen karena lebih efisien dibandingkan sistem pembayaran tunai. Dimensi *e-payment* meliputi keamanan, kesenangan, kecepatan, kemudahan pembayaran, keuntungan.

Fenomena *e-payment* atau pembayaran elektronik saat melakukan pembelian *e-ticket* belum optimal, dapat dilihat pada dimensi kecepatan dimana kecepatan akses akan menjadi lambat apabila terjadinya gangguan dari server dan jaringannya. Dilihat dari dimensi kemudahan belum optimal dimana konsumen tidak dapat merubah atau membatalkan jadwal.

Menurut uraian di atas, dapat dilihat bahwa adanya masalah antara harapan dan kenyataan, serta dukungan dari teori mengenai kualitas pelayanan, *e-payment* dan kepuasan konsumen sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini.

Identifikasi Masalah

1. Kepuasan konsumen pada perusahaan ini belum optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa petugas kurang memperhatikan keinginan konsumen.
2. Kepuasan konsumen pada perusahaan ini belum optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa petugas kurang memperhatikan keinginan konsumen.
3. Dukungan konsumen masih kurang baik. Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen kurang merekomendasikan kepada rekannya yang lain.
4. Kualitas pelayanan perusahaan ini belum optimal. Mengindikasikan konsumen yang masih merasa kurang

- dengan pelayanan yang diberikan petugas.
5. Bukti langsung (*tangibles*) pada perusahaan ini masih kurang baik. mengindikasikan bahwa ada beberapa fasilitas yang kurang di perhatikan.
 6. Empati (*emphaty*) masih kurang baik. Hal ini mengindikasikan pegawai yang kurang ramah dan kepedulian kepada konsumen.
 7. Pada dimensi kecepatan masih kurang baik. Mengindikasikan bahwa adanya gangguan terhadap jaringan yang memperlambat transaksi *e-payment*.
 8. Kemudahan dari sistem *e-payment* masih kurang baik. Hal ini mengindikasikan tidak dapat merubah jadwal.
 9. *E-payment* pada perusahaan ini belum optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa KAI *accses* masih jarang digunakan sebagai pembelian tiket secara online.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran kualitas pelayanan, *e-payment* dan kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar (Studi kasus pada Mahasiswa/i Manajemen Semester VIII STIE Sultan Agung).
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan *e-payment* terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar (Studi kasus pada Mahasiswa/i Manajemen Semester VIII STIE Sultan Agung) baik secara simultan maupun parsial.

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan, *e-payment* dan kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar (Studi kasus pada Mahasiswa/i Manajemen Semester VIII STIE Sultan Agung).

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *e-payment* terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar (Studi kasus pada Mahasiswa/i Manajemen Semester VIII STIE Sultan Agung) baik secara simultan maupun parsial.

LANDASAN TEORI

Manajemen

(Hery, 2018) menyatakan bahwa manajemen ialah proses mengkoordinasi kegiatan pekerjaan secara efisien dan efektif, dengan melalui orang lain.

Manajemen Pemasaran

Menurut (Moonti, 2015) merupakan seni dan ilmu memilih pasar sasaran serta meraih, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penghantaran dan pengomunikasian nilai pelanggan yang tunggal.

Kualitas pelayanan

(Tjiptono and Chandra, 2011) kualitas pelayanan ialah kontribusi signifikan bagi penciptaan *diferensiasi positioning* dan strategi bersaing setiap organisasi pemasaran baik perusahaan manufaktur maupun penyedia jasa.

E-payment

Menurut (Anam, 2018) *e-payment* atau lebih dikenal dengan *e-money* dapat di defenisikan sebagai layanan perbankan modern dengan memanfaatkan teknologi yang dapat meningkatkan kinerja dan memungkinkan berbagai kegiatan dapat dilaksanakan dengan cepat, tepat, dan akurat, sehingga akhirnya meningkatkan produktifitas.

Kepuasan konsumen

Menurut (Tjiptono and Chandra, 2016), menyatakan bahwa kepuasan ialah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan

pengorbanan yang dilakukan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen ialah kualitas pelayanan (Sudrartono *et al.*, 2022). Oleh karena itu untuk meningkatkan kepuasan konsumen, perusahaan harus memberikan pelayanan yang baik, ramah, dan mampu meyakinkan konsumen dalam pemilihan produk yang dilakukannya, sehingga menciptakan daya tarik antara konsumen dengan perusahaan. Menurut (Surbakti *et al.*, 2017), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, pelayanan yang berkualitas membuat konsumen merasa puas terhadap produk/jasa yang dibeli.

Pengaruh E-payment terhadap Kepuasan Konsumen

Selain kualitas pelayanan, *e-payment* juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. *E-payment* memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan (Rabiah *et al.*, 2020), dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-payment* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus menetapkan keamanan dan kepercayaan dengan tepat dan sesuai dalam system *e-payment*. Untuk itu melalui kesesuaian *e-payment* yang tepat dapat meningkatkan bertambahnya konsumen yang menggunakan pembayaran elektronik karena lebih efektif dan efisien sehingga konsumen merasa puas dengan keamanan dan kepercayaan sistem *e-payment* yang diberikan dan juga membentuk persepsi kepuasan pelayanan yang optimal (Silalahi *et al.*, 2020).

Hipotesis

1. $H_0 = 0$, artinya kualitas pelayanan dan *e-payment* tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun parsial.

2. $H_a \neq 0$, artinya kualitas pelayanan dan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun parsial.

METODE

Desain penelitian yang digunakan dalam penulisan penelitian ini ialah penelitian kepustakaan (*Library Research*) dan lapangan (*Field Research*). Objek penelitian ialah mahasiswa/I yang membeli tiket kereta api. Tempat penelitian pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar, yang berlokasi di jalan di Jln. W.R. Supratman No. 23, Kelurahan Timbang Galung, Kecamatan Siantar Barat, Kota Pematangsiantar, Sumatera Utara, populasi penelitian ini ialah sampel sebanyak 39 orang. Jenis data yang digunakan ialah data kualitatif dan kuantitatif serta sumber data yang digunakan ialah data primer dan data sekunder.

HASIL PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif Kualitatif

Pengelompokkan tolok ukur jawaban rata-rata responden untuk mendeskripsikan jawaban responden secara kualitatif dengan menggunakan tabel berikut:

Tabel 1
Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	Laki-laki	10	26%
2	Perempuan	29	74%
Jumlah		39	100%

Sumber: hasil pengolahan kuisioner (2021)

Gambaran Kualitas pelayanan pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar

Pada dimensi bukti fisik (*tangibles*) dengan indikator kondisi kebersihan lingkungan memiliki taraf rata-rata 3,84 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena bahwa kebersihan di area Stasiun Kereta Api Pematangsiantar memang terjaga agar seluruh konsumen yang datang merasa nyaman dengan lingkungan yang bersih. Untuk indikator ketersediaan fasilitas memiliki rata-rata senilai 3,05 dengan tolok ukur jawaban cukup baik. Hal ini karena Stasiun Kereta Api Pematangsiantar sudah

memberikan fasilitas bagi konsumen, hanya saja belum secara maksimal seperti penyediaan *Wi-Fi* dan fasilitas yang diperuntukkan bagi penyandang disabilitas. Untuk indikator penampilan petugas memiliki taraf rata-rata 3,71 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena para petugas di Stasiun Kereta Api Pematangsiantar sudah bertugas dengan profesional dan berpenampilan yang baik dan sopan.

Pada dimensi empati (*empathy*) untuk indikator keramahan petugas memiliki taraf rata-rata 3,79 dengan tolok ukur jawaban baik, Hal ini karena konsumen sudah merasakan dan mendapatkan pelayanan yang baik dengan keramahan para petugas di Stasiun Kereta Api Pematangsiantar. Untuk indikator kepedulian petugas dalam membantu memiliki taraf rata-rata 3,28 dengan tolok ukur jawaban cukup baik, Hal ini karena konsumen merasa bahwa petugas belum siaga dalam memberikan pelayanan dan kepedulian mengenai berbagai keluhan yang dihadapi konsumen selama berada di Stasiun Kereta Api Pematangsiantar. Untuk indikator kepedulian petugas terhadap situasi distasiun memiliki taraf rata-rata 3,92 dengan tolok ukur jawaban baik, Hal ini karena bahwa petugas selalu sigap memantau situasi distasiun.

Pada dimensi kehandalan (*reliability*) dengan indikator kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan memiliki taraf rata-rata 3,97 dengan tolok ukur jawaban baik, Hal ini karena bahwa para petugas sudah memberikan pelayanan yang baik pada setiap konsumen yang berkunjung ke Stasiun Kereta Api Pematangsiantar. Untuk indikator ketepatan dalam jadwal memiliki taraf rata-rata 4,05 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena jadwal keberangkatan selalu sesuai dengan yang telah ditentukan sehingga konsumen tidak menunggu lama. Untuk indikator kemampuan petugas dalam melayani tanpa membedakan konsumen memiliki taraf rata-rata 3,79 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena konsumen merasa puas dengan sikap dan perilaku para petugas yang siap melayani konsumen tanpa

membedakan antara konsumen yang satu dengan yang lainnya.

Pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator kesigapan petugas membantu pada saat menunggu memiliki taraf rata-rata 4,15 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena para petugas sudah melakukan tugasnya dengan baik yaitu sigap dalam membantu konsumen pada saat menunggu di Stasiun kereta Api Pematangsiantar. Untuk indikator ketelitian petugas dalam memeriksa saat memasuki gerbong memiliki taraf rata-rata 3,74 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena bahwa para petugas selalu teliti dalam memeriksa para konsumen sewaktu memasuki gerbong kereta api demi kenyamanan sesama para konsumen selama melangsungkan perjalanan. Untuk indikator kesiapan petugas yang selalu bersikap siap dalam membantu memiliki taraf rata-rata 3,94 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena bahwa konsumen melihat para petugas selalu dengan siap dan sigap membantu konsumen dalam berbagai situasi maupun keluhan selama berada di stasiun.

Pada dimensi jaminan (*assurance*) dengan indikator kesopanan petugas memiliki taraf rata-rata 3,53 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena petugas di stasiun sudah berlaku dan bersikap sopan kepada konsumen sehingga konsumen memberikan penilaian yang baik. Untuk indikator jaminan keamanan oleh petugas memiliki taraf rata-rata 3,69 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena bahwa konsumen sudah merasa puas dengan keamanan yang diberikan petugas dalam menjaga kendaraan konsumen di parkir di stasiun. Untuk indikator pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan memiliki taraf rata-rata 3,79 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena petugas stasiun selalu memberikan pelayanan sesuai dengan yang seharusnya didapatkan oleh konsumen selama berada di stasiun. Sehingga konsumen dapat memberikan penilaian yang baik kepada para petugas.

Dari total jawaban responden mengenai kualitas pelayanan di Stasiun

Kereta Api Pematangsiantar dapat disimpulkan bahwa pelayanan konsumen yang diberikan sudah baik dengan didapatkannya taraf rata-rata 3,75 dengan tolok ukur jawaban baik. Nilai rata-rata tertinggi senilai 4,15 dengan tolok ukur jawaban baik yaitu pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator kesigapan petugas. Sedangkan untuk nilai terendah senilai 3,05 dengan tolok ukur jawaban cukup baik yaitu pada dimensi bukti fisik (*tangibles*) dengan indikator ketersediaan fasilitas di stasiun kereta api.

Gambaran *E-payment* pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar

Pada dimensi keamanan (*security*) untuk indikator kepercayaan memberikan informasi memiliki taraf rata-rata 3,76 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena bahwa konsumen yang melakukan pembayaran tiket kereta percaya kepada petugas dalam memberikan informasi seputar pembayaran. Untuk indikator memberikan jaminan atas informasi memiliki taraf rata-rata 3,71 dengan tolok ukur jawaban baik, hal ini karena bahwa petugas dapat meyakinkan konsumen bahwa informasi yang diberi atau pun yang didapat konsumen hanya untuk keperluan pembayaran tiket. Untuk indikator keamanan proses transaksi memiliki taraf rata-rata 3,79 dengan tolok ukur jawaban baik, dikarenakan konsumen merasa aman pada saat pembayaran melalui indomaret sehingga lebih memilih indomaret dalam pembayaran tiket kereta.

Pada dimensi kesenangan (*enjoyment*) untuk indikator kesenangan yang diperoleh memiliki taraf rata-rata 3,71 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena bahwa konsumen didalam penelitian ini lebih senang melakukan pembayaran melalui Indomaret karena dianggap lebih memudahkan. Untuk indikator kenyamanan menggunakan Indomaret *payment* memiliki taraf rata-rata 4,07 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena konsumen tidak hanya merasa aman dan senang, tetapi konsumen juga merasakan kenyamanan menggunakan

Indomaret *payment* sehingga lebih memilih melakukan pembayaran di indomaret. Untuk indikator tidak menimbulkan beban seperti biaya admin memiliki taraf rata-rata 3,84 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena bahwa biaya admin yang ditanggung konsumen saat melakukan pembayaran bukan merupakan beban, dikarenakan konsumen menganggap mereka juga menerima kemudahan transaksi apabila melakukan pembayaran melalui indomaret.

Pada dimensi kecepatan (*speed*) dengan indikator mempercepat transaksi pembelian memiliki taraf rata-rata 3,82 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal dikarenakan bahwa konsumen setuju dengan melakukan transaksi di indomaret lebih cepat dilakukan. Untuk indikator kecepatan jaringan sistem memiliki taraf rata-rata 3,05 dengan tolok ukur jawaban cukup baik. Hal ini karena bahwa kecepatan yang diharapkan sudah baik, hanya saja terkadang terkendala sistem jaringan internet yang terganggu sehingga mempengaruhi kecepatan transaksi pembelian tiket. Untuk indikator penghematan waktu memiliki taraf rata-rata 3,79 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena konsumen memilih melakukan pembelian di Indomaret lebih menghemat waktu tanpa harus mengunjungi stasiun secara langsung.

Pada dimensi kemudahan pembayaran (*ease of payment*) untuk indikator kemudahan memahami memiliki taraf rata-rata 4,15 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karena apabila melakukan transaksi pembelian tiket di Indomaret konsumen merasa lebih mudah untuk dipahami. Untuk indikator pembelian yang tak terbatas waktu memiliki taraf rata-rata 3,23 dengan tolok ukur jawaban cukup baik. Hal ini karena konsumen lebih memilih melakukan transaksi pembelian tiket di Indomaret karena jam kerja indomaret lebih lama dibandingkan dengan langsung ke stasiun, sehingga konsumen lebih memilih untuk ke Indomaret. Untuk indikator sistem Indomaret yang digunakan memiliki taraf rata-rata 3,94 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini karenasistem yang digunakan di

Indomaret untuk melakukan transaksi pembelian tiket sudah baik sehingga konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap sistem yang digunakan.

Dari total jawaban responden mengenai *e-payment* pada pembelian tiket kereta api menggunakan Indomaret payment sudah baik yang dibuktikan dengan didapatkannya taraf rata-rata 3,74 dengan tolok ukur jawaban baik. Nilai rata-rata tertinggi senilai 4,15 dengan tolok ukur baik yaitu pada dimensi kemudahan pembayaran (*ease of payment*) dengan indikator kemudahan memahami dalam menggunakan Indomaret payment. Sedangkan nilai rata-rata terendah senilai 3,05 dengan tolok ukur cukup baik yaitu pada dimensi kecepatan (*speed*) dengan indikator kecepatan sistem jaringan *indomaret payment*.

Gambaran Kepuasan Konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar

Pada dimensi struktur harga untuk indikator harga tiket yang sesuai dengan kelas yang ditawarkan memiliki taraf rata-rata 3,87 dengan tolok ukur jawaban puas. Hal ini karena bahwa konsumen merasa puas dengan harga tiket yang ditawarkan sesuai dengan kelas yang diinginkan oleh para konsumen. Untuk indikator diskon dan potongan harga memiliki taraf rata-rata 3,61 dengan tolok ukur jawaban puas, Hal ini karena bahwa diskon atau potongan harga yang diberikan dalam menarik minat konsumen turut memberikan rasa puas pada konsumen dalam melakukan pembelian tiket kereta. Untuk indikator harga yang sebanding dengan pelayanan memiliki taraf rata-rata 3,82 dengan tolok ukur jawaban puas. Hal ini karena dengan harga yang diterima konsumen sebanding dengan pelayanan yang diterima konsumen pada saat di stasiun maupun dalam perjalanan menggunakan kereta api.

Pada dimensi kenyamanan prosedur untuk indikator kemudahan prosedur pembelian memiliki taraf rata-rata 3,30 dengan tolok ukur jawaban cukup puas, Hal ini karena dalam proses pembelian tiket prosedur yang digunakan masih

menyulitkan konsumen karena kurangnya pemahaman konsumen. Untuk indikator kenyamanan menggunakan fasilitas memiliki taraf rata-rata 3,74 dengan tolok ukur jawaban puas. Hal ini karena bahwa konsumen sudah merasa puas dalam menggunakan berbagai fasilitas yang disediakan di stasiun kereta. Untuk indikator kemudahan memperoleh informasi memiliki taraf rata-rata 3,82 dengan tolok ukur jawaban puas. Hal ini karena bahwa konsumen telah memperoleh informasi yang dibutuhkan dengan mudah.

Pada dimensi dukungan konsumen untuk indikator tanggapan terhadap *website* yang disediakan memiliki taraf rata-rata 3,74 dengan tolok ukur jawaban puas. Hal ini karena bahwa *website* yang disediakan oleh sudah membantu konsumen dalam mencari informasi yang dibutuhkan sebelum datang langsung mengunjungi stasiun. Untuk indikator pelaksanaan dukungan saran memiliki taraf rata-rata 3,71 dengan tolok ukur jawaban puas, Hal ini karena bahwa petugas dapat menerima dukungan saran seputar keluhan yang diajukan oleh konsumen. Untuk indikator merekomendasikan kepada orang lain memiliki taraf rata-rata 3,23 dengan tolok ukur jawaban cukup puas, Hal ini karena konsumen lain ada yang lebih memilih menggunakan taxi karena lebih cepat dan efisien.

Secara keseluruhan kepuasan konsumen sudah memuaskan. Hal itu dibuktikan dengan nilai rata-rata yang diperoleh senilai 3,62 dengan tolok ukur jawaban puas. Artinya bahwa konsumen merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar. Nilai rata-rata tertinggi senilai 3,87 dengan tolok ukur jawaban puas pada dimensi struktur harga dengan indikator harga tiket sesuai dengan kelas yang ditawarkan. Sedangkan nilai rata-rata terendah senilai 3,23 dengan tolok ukur jawaban cukup puas pada dimensi dukungan konsumen dengan indikator merekomendasikan kereta pada rekan yang lain.

Analisis Deskriptif Kuantitatif Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2
Hasil Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	4.733	5.420	
Kualitas Pelayanan	.289	.122	.376
E-Payment	.264	.114	.368

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: hasil pengolahan kuesioner menggunakan SPSS versi 21 (2021)

Menurut hasil pengolahan data pada tabel diatas, diperoleh model persamaan $\hat{Y} = 4,733 + 0,289X_1 + 0,264X_2$ artinya apabila kualitas pelayanan naik satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen senilai 0,289 satuan dan apabila *e-payment* naik satu satuan maka akan meningkatkan kepuasan konsumen senilai 0,264 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan *e-payment* terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 3
Hasil Regresi Linear Sederhana Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	6.604	5.668	
Kualitas Pelayanan	.466	.100	.607

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen (Y)
Sumber: hasil pengolahan kuesioner menggunakan SPSS versi 21 (2021)

Dari tabel 3 dilihat bahwa hasil regresi linear sederhana dengan perhitungan SPSS Versi 21 diperoleh $\hat{Y} = 6,604 + 0,466X_1$, artinya jika kualitas pelayanan naik satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat senilai 0,466 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4
Hasil Regresi Linear Sederhana E-payment terhadap Kepuasan konsumen
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	13.395	4.247	
E-Payment	.434	.094	.604

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: hasil pengolahan kuesioner menggunakan SPSS versi 21 (2021)

Pada tabel 4 dilihat bahwa hasil regresi linear sederhana dengan perhitungan SPSS Versi 21 diperoleh $\hat{Y} = 13,395 + 0,434X_2$, artinya jika *e-payment* naik satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat senilai 0,434 satuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara *e-payment* terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien Kolerasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 5
Hasil Koefisien Kolerasi dan Koefisien Kualitas pelayanan dan E-payment dengan Kepuasan Konsumen

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.451	.420	2.724

a. Predictors: (Constant), E-Payment, Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen
Sumber: hasil pengolahan kuesioner menggunakan SPSS versi 21 (2021)

Pada tabel 5 hasil korelasi diperoleh (r) = 0,672 artinya terdapat hubungan kuat dan positif antara kualitas pelayanan, *e-payment* dengan kepuasan konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar.

Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (R) = 0,451 artinya tinggi rendahnya kepuasan konsumen (Y) pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar senilai 45,1% dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan *e-payment*, selebihnya 54,9% dijelaskan oleh variabel lain.

Uji Hipotesis Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6
Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	219.322	2	109.661	14.784	.000 ^b
Residual	267.037	36	7.418		
Total	486.359	38			

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen
b. *Predictors:* (Constant), E-payment, Kualitas Pelayanan
Sumber: hasil pengolahan kuesioner menggunakan SPSS versi 21 (2021)

Menurut tabel 6 di atas diperoleh nilai F_{hitung} senilai $14,784 > F_{tabel}$ dengan $(0,05 : 2 \text{ vs } 39)$ senilai $3,26$ atau dengan signifikansi $0,000 < \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan dan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini sesuai dengan pendapat (Rabiah et al., 2020) serta pendapat dari (Surbakti et al., 2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan *e-payment* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7
Hasil Uji t Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen

Model	t	Sig.
1 (Constant)	1.165	.251
Kualitas Pelayanan	4.650	.000

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Konsumen
Sumber: hasil pengolahan kuesioner menggunakan SPSS versi 21 (2021)

Menurut tabel 7 di atas, dapat dilihat nilai t_{hitung} pada variabel budaya organisasi (X_1) senilai $4,650$ sedangkan t_{tabel} dengan $df = n-k-1 (39-1-1=37)$ senilai $2,02619$ atau dengan taraf signifikan $0,000 \leq \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar. Teori ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Surbakti et al., 2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 8
Hasil Uji t E-payment terhadap Kepuasan konsumen

Model	t	Sig.
1 (Constant)	3.154	.003
E-Payment	4.613	.000

Sumber: Hasil Pengelolaan data (2022)

Menurut tabel 8 di atas, dapat dilihat nilai t_{hitung} pada variabel budaya organisasi (X_1) senilai $4,613$ sedangkan t_{tabel} dengan $df = n-k-1 (39-1-1=28)$ senilai $2,02619$ atau dengan taraf signifikan $0,000 \leq \alpha 0,05$ maka H_0 ditolak, artinya *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar. Teori ini sesuai dengan penelitian terdahulu (Rabiah et al., 2020) yang menyatakan bahwa *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

EVALUASI

Kualitas pelayanan pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar

Kualitas pelayanan pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar dapat dikatakan baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden yang secara keseluruhan diperoleh taraf rata-rata $3,75$ dengan tolok ukur jawaban baik. Namun, masih ada beberapa indikator yang harus ditingkatkan lagi karena masih berada di bawah nilai rata-rata keseluruhan.

Pada dimensi bukti fisik (*tangibles*) untuk indikator ketersediaan fasilitas memperoleh taraf rata-rata 3.05 dengan tolok ukur jawaban cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan dengan sebaiknya pada stasiun dilengkapi dengan ruang tunggu yang nyaman, toilet yang selalu bersih, serta mushola yang dapat digunakan konsumen beribadah ketika menunggu keberangkatan kereta, serta fasilitas lain seperti menyediakan wifi dan fasilitas yang diperuntukkan bagi konsumen disabilitas. Untuk indikator penampilan petugas stasiun memperoleh taraf rata-rata $3,71$ dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini dapat dipertahankan dan ditingkatkan lagi dengan cara para petugas stasiun yang berjaga sebaiknya menggunakan seragam yang kompak, agar selalu terlihat rapi dan sopan ketika sedang melayani konsumen.

Pada dimensi empati (*empathy*) untuk indikator kepedulian petugas dalam membantu memperoleh taraf rata-rata senilai $3,28$ dengan tolok ukur cukup baik. Hal ini

perlu ditingkatkan dengan cara sebaiknya petugas lebih peka dan tanggap dalam membantu konsumen yang baru datang dan langsung mengarahkannya pada petugas lain sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan konsumen tersebut. Seperti contohnya apabila konsumen datang untuk keperluan membeli tiket, maka petugas yang berjaga langsung mengarahkan konsumen pada petugas yang melayani pembelian tiket.

Pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) untuk indikator ketelitian petugas memperoleh taraf rata-rata 3,74 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara petugas yang selalu sigap dan teliti dalam memeriksa konsumen sebelum memasuki gerbong kereta untuk menghindari adanya penumpang yang tertinggal atau tidak dan memeriksa konsumen untuk tidak membawa peralatan yang membahayakan sehingga memberikan rasa aman dan nyaman bagi sesama konsumen yang lain. Dan teliti untuk mengingatkan konsumen agar tidak ada barang bawaan yang tertinggal sebelum meninggalkan stasiun kereta.

Pada dimensi jaminan (*assurance*) untuk indikator petugas yang bersikap sopan memperoleh taraf rata-rata 3,53 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara petugas yang sedang berjaga selalu bersikap sopan ketika menyambut dan melayani keperluan konsumen selama berada di stasiun. Untuk indikator jaminan keamanan memperoleh taraf rata-rata 3,69 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini perlu ditingkatkan dengan pengadaan CCTV di area stasiun baik di ruang tunggu maupun area parkir sehingga menambah keyakinan konsumen selama meninggalkan kendaraannya.

Dari hasil evaluasi di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan dapat disimpulkan sudah baik. Maka dari itu untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan maka PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar harus memperhatikan faktor-faktor yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan sehingga konsumen merasakan kepuasan dalam

menggunakan jasa kereta api seperti yang dikemukakan oleh (Tjiptono, 2011).

***E-payment* pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar**

E-payment pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar dapat dikatakan baik, dapat dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden yang secara keseluruhan diperoleh taraf rata-rata 3,74 dengan tolok ukur jawaban baik, namun masih ada beberapa indikator *e-payment* dengan tolok ukur cukup baik yang menghambat terciptanya kinerja yang baik.

Pada dimensi keamanan (*security*) untuk indikator petugas memberikan jaminan atas informasi memperoleh taraf rata-rata 3,71 dengan tolok ukur jawaban baik. Dapat ditingkatkan dengan kasir Indomaret yang melayani konsumen mampu menjamin informasi yang diberikan konsumen dan digunakan hanya sesuai dengan keperluan pembelian tiket kereta saja dan menjamin bahwa informasi yang diberikan konsumen tidak disebar luaskan kepada orang lain yang tidak berkepentingan sehingga tidak merugikan konsumen yang melakukan transaksi pembelian di Indomaret.

Pada dimensi kesenangan (*enjoyment*) untuk indikator kesenangan menggunakan Indomaret *payment* memperoleh taraf rata-rata 3,71 dengan tolok ukur jawaban baik. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara petugas kasir dapat melayani konsumen dengan sebaik-baiknya seperti bersikap ramah dan senang melayani sehingga konsumen merasa puas dan senang dengan pelayanan yang diberikan sewaktu melakukan pembelian tiket menggunakan Indomaret *payment*.

Pada dimensi kecepatan (*speed*) untuk indikator kecepatan sistem jaringan Indomaret *payment* memperoleh taraf rata-rata 3,05 dengan tolok ukur jawaban cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara memperbaiki sistem jaringan sehingga tidak menghambat proses transaksi pembelian tiket kereta seperti pengadaan WiFi yang jaringannya lancar agar transaksi dapat dilakukan dengan cepat sehingga konsumen

tidak menunggu lama ketika melakukan pembelian di indomaret.

Pada dimensi kemudahan pembayaran (*ease of payment*) untuk indikator pembelian tiket menggunakan Indomaret payment tidak terbatas waktu memperoleh taraf rata-rata 3,23 dengan tolok ukur jawaban cukup baik. Hal ini dapat ditingkatkan dengan cara petugas kasir tetap melayani konsumen sesuai dengan jam kerja indomaret dikarenakan jam kerja indomaret lebih lama dibandingkan dengan langsung datang ke stasiun sehingga dapat memudahkan konsumen karena tidak harus mengantri panjang seperti saat melakukan pembelian langsung ke stasiun.

Dari hasil evaluasi di atas mengenai *e-payment* menggunakan Indomaret *payment* dapat disimpulkan sudah baik, tetapi untuk lebih baik lagi agar terus ditingkatkan sehingga konsumen yang melakukan pembelian tiket menggunakan Indomaret *payment* merasa lebih mudah dan puas. Dan beberapa indikator yang cukup baik untuk lebih diperhatikan dan ditingkatkan dengan memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *e-payment* seperti yang dikemukakan oleh (Mulyasari, Dan and Wijaya, 2014).

Kepuasan Konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar

Kepuasan konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar dapat dikatakan puas, hal ini dapat dilihat dari hasil kuesioner yang dibagikan kepada responden yang secara keseluruhan diperoleh nilai rata-rata 3,62 dengan tolok ukur jawaban puas. Namun masih ada beberapa indikator yang memiliki tolok ukur jawaban cukup puas.

Pada dimensi struktur harga untuk indikator diskon dan potongan harga memperoleh taraf rata-rata 3,61 dengan tolok ukur jawaban puas. Hal ini perlu ditingkatkan lagi dengan cara memberikan diskon atau potongan harga kepada konsumen yang melakukan pembelian tiket pada hari-hari besar maupun perayaan tertentu.

Pada dimensi kenyamanan prosedur untuk indikator kemudahan prosedur pembelian memperoleh taraf rata-rata 3,30 dengan tolok ukur jawaban cukup puas. Hal ini perlu ditingkatkan lagi dengan cara mempermudah prosedur pembelian tiket distasiun maupun melalui *e-payment* dengan cara memperlancar jaringan internet di indomaret dan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas dan nyaman dalam melakukan pembelian tiket.

Pada dimensi dukungan konsumen untuk indikator merekomendasikan kepada rekan yang lain memperoleh taraf rata-rata 3,23 dengan tolok ukur jawaban cukup puas. Hal ini dapat ditingkatkan lagi dengan cara petugas dapat memberikan pelayanan yang memuaskan dalam melayani konsumen ketika melakukan pembelian, menyampaikan keluhan dan sebagainya, serta memberikan berbagai potongan dan reward agar konsumen merasa senang dan dengan bangga merekomendasikan menggunakan jasa kereta api kepada rekannya yang lain untuk turut menggunakan jasa kereta api.

Dari hasil evaluasi di atas maka dapat disimpulkan bahwa rekapitulasi jawaban responden mengenai kepuasan konsumen sudah memuaskan. Tetapi lebih baik lagi agar indikator-indikator yang masih dibawah tolok ukur puas agar dapat diperhatikan dan ditingkatkan lagi. Serta PT Kereta Api Indonesia (Persero) Stasiun Pematangsiantar dapat memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen seperti yang dikemukakan oleh (Lupiyoadi dan Hamdani, 2011).

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Analisis deskriptif kualitatif tentang kualitas pelayanan. Nilai rata-rata tertinggi pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dengan indikator kesigapan petugas. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi bukti fisik (*tangibles*) dengan indikator ketersediaan fasilitas di stasiun kereta api.

2. Analisis deskriptif kualitatif tentang *e-payment*. Nilai rata-rata tertinggi pada dimensi kemudahan pembayaran (*ease of payment*) dengan indikator kemudahan memahami dalam menggunakan indomaret payment. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi kecepatan (*speed*) dengan indikator kecepatan sistem jaringan indomaret payment.
3. Analisis deskriptif kualitatif tentang kepuasan konsumen. Nilai rata-rata tertinggi pada dimensi struktur harga dengan indikator harga tiket sesuai dengan kelas yang ditawarkan. Sedangkan nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi dukungan konsumen dengan indikator merekomendasikan kereta pada rekan yang lain.
4. Hasil analisis regresi linear menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan *e-payment* terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun parsial. Hasil regresi linear menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan *e-payment* berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen baik secara simultan maupun parsial.
5. Hasil analisis koefisien korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas pelayanan dan *e-payment* dengan kepuasan konsumen. Hasil nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa baik tidaknya kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan *e-payment*.
6. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan dan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
7. Hasil uji parsial (Uji t) menunjukkan bahwa H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan dan *e-payment* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen secara parsial.

Saran

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sebaiknya pihak stasiun dan para petugas dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen seperti menyediakan ruang tunggu yang dilengkapi dengan wifi yang bisa diakses oleh konsumen, menyediakan toilet yang bersih, ruangan mushola yang dapat digunakan konsumen beribadah, dan fasilitas yang diperuntukkan bagi konsumen disabilitas sehingga konsumen yang menggunakan jasa kereta api merasa puas dan terus menggunakan dan merekomendasikannya.
2. Untuk meningkatkan *e-payment* dengan menggunakan indomaret payment disarankan agar petugas kasir di indomaret bisa melayani konsumen dengan baik seperti menjamin kerahasiaan data dan informasi konsumen, melayani konsumen dengan cepat dan tanggap, mempermudah konsumen ketika melakukan proses transaksi dan memberikan kesenangan bagi konsumen ketika melakukan pembelian tiket di indomaret.
3. Untuk meningkatkan kepuasan konsumen disarankan agar pihak stasiun melayani dan membantu konsumen dengan cara mempermudah prosedur pembelian tiket di stasiun maupun menggunakan *e-payment* serta memberikan diskon dan berbagai reward sehingga konsumen yang melakukan pembelian langsung ke stasiun maupun indomaret merasa puas dan merekomendasikan jasa kereta api kepada rekannya yang lain untuk.
4. Sehubungan dengan keterbatasan waktu dan kekurangan yang dimiliki penulis, penelitian dapat dinyatakan belum optimal dan masih terdapat kelemahan-kelemahan serta belum mengungkap seluruh variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT Kereta Api (Persero) Pematangsiantar.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, C. (2018) **‘E-money (Uang Elektronik) Dalam Perspektif Hukum Syari’ah’**, *Jurnal Qawanin*, 2 No. 1(: 2598-3156).
- Hery (2018) **Pengantar Manajemen**. Edited by Gun and D. S. Jakarta: PT Grasindo.
- Moonti, U. (2015) **Dasar Dasar Manajemen**. Edited by M. A. Yowan Tamu. Yogyakarta: Interpena.s
- Mulyasari, H., Dan, T. T. B. and Wijaya, A. B. M. (2014) **‘Analisis Jenis Sistem Pembayaran Elektronik Dalam Transaksi E-Commerce Di Indonesia’**, *Teknologi informasi dan komunikasi*, (2089–9813).
- Rabiah, A. S. *et al.* (2020) **‘Haruskah E-Payment Trust Diterapkan E-Commerce Sebagai Faktor Kepuasan Konsumen?’**, *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), p. 2724. doi: 10.24843/ejmunud.2020.v09.i07.p13
- Silalahi, M. *et al.* (2020) **Dasar-Dasar Manajemen & Bisnis**. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Sudrartono, T. *et al.* (2022) **Kewirausahaan UMKM Di Era Digital**. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- Surbakti, P. S. *et al.* (2017) **‘Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT Kereta Api (Persero) Stasiun Pematangsiantar (Survey Terhadap Masyarakat Di Kelurahan Bantan RT 002/ RW 007 Pematangsiantar)’**, *Jurnal Maker*, 3 No. 1(2502–4434). doi: <https://doi.org/10.37403/maker.v3i1.60>.
- Tjiptono, F. (2011) **Service Mangement Mewujudkan Layanan Prima**. 2nd edn. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. and Chandra, G. (2016) **Service, Quality and Satisfaction**. 4th edn. Yogyakarta: Andi.

PROFIL SINGKAT

Shinta Bella Gultom, lahir pada tanggal 10Desember 1998 di Kota Pematangsiantar, pendidikan terakhir Sarjana Manajemen dari STIE Sultan Agung, tahun kelulusan 2021.