

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI PEMESANAN DIGITAL DAN
PENGGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEMUDAHAN PENGGUNA
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WARUNG
KOPI SAMUDERA KUPHI MEDAN**

TESIS

Oleh:

MALWIN P ALAMSYAH

241805012



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 23/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

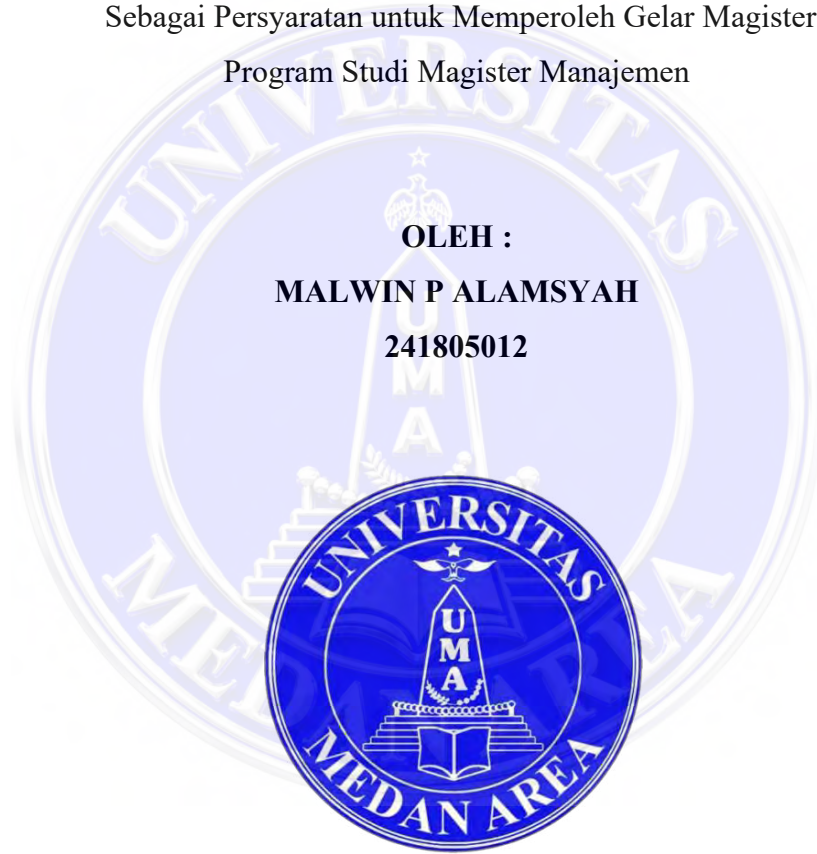
Access From (repository.uma.ac.id)23/7/26

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI PEMESANAN DIGITAL DAN
PENGGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEMUDAHAN PENGGUNA
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WARUNG
KOPI SAMUDERA KUPHI MEDAN**

Tesis

Sebagai Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Magister
Program Studi Magister Manajemen

**OLEH :
MALWIN P ALAMSYAH
241805012**



**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2026**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

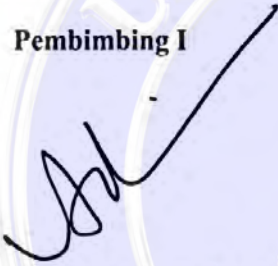
Document Accepted 23/7/26

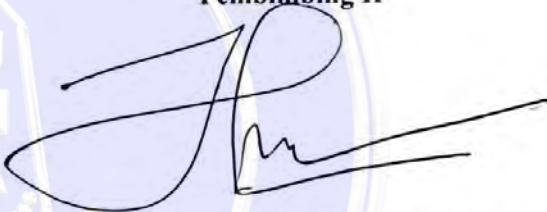
PASCASARJANA UNIVERSITAS MEDAN AREA
MAGISTER MANAJEMEN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital Dan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kemudahan Pengguna Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Kopi Samudera Kuphi Medan
Nama : Malwin P Alamsyah
NPM : 241805012

Menyetujui

Pembimbing I

Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si

Pembimbing II

Ikbar Pratama, SE, M.Sc, Acc, Ph.D

Ketua Program Studi Magister Manajemen

Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si

Direktur Pascasarjana

Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K, MS

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di tulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu kedalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademi Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Malwin P Alamsyah
NPM : 241805012
Program Studi : Magister Manajemen
Program : Pascasarjana
Jenis Karya : Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non - exclusive Royalty - Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital Dan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kemudahan Pengguna Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Kopi Samudera Kuphi Medan.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir / skripsi / tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal: 21 April 2026
Yang menyatakan



(Malwin P Alamsyah)

ABSTRAK

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital Dan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kemudahan Pengguna Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Kopi Samudera Kuphi Medan

Nama : Malwin P Alamsyah
NPM : 241805012
Program Studi : Magister Manajemen
Pembimbing I : Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si
Pembimbing II : Ikbar Pratama, SE, M.Sc, Acc.Ph.D

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi pemesanan digital dan aplikasi pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen dengan kemudahan penggunaan sebagai variabel mediasi pada Warung Kopi Samudera Kuphi Medan. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif asosiatif, dengan 98 responden yang dipilih melalui metode *purposive sampling*. Analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS. Penelitian ini menggunakan data primer dengan data diperoleh menggunakan kuesioner penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pemesanan digital dan aplikasi pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan penggunaan. Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital Dan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital Terhadap Kepuasan Konsumen. Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital Dan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital Terhadap Kepuasan Konsumen melalui Kemudahan Penggunaan. Secara keseluruhan, penerapan teknologi digital dalam proses pemesanan dan pembayaran meningkatkan kemudahan, efisiensi, serta kepuasan pelanggan Warung Kopi Samudera Kuphi Medan.

Kata Kunci: Aplikasi Pemesanan Digital, Aplikasi Pembayaran Digital, Kemudahan Penggunaan, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The Effect of Digital Ordering and Payment Application Usage on Consumer Satisfaction, Using User Ease as an Intervening Variable at Samudera Coffee Shop Kuphi Medan

Nama : Malwin P Alamsyah
NPM : 241805012
Program Studi : Magister Manajemen
Pembimbing I : Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si
Pembimbing II : Ikbar Pratama, SE, M.Sc, Acc.Ph.D

This study aims to analyze the effect of the use of digital ordering applications and digital payment applications on consumer satisfaction with ease of use as a mediating variable at Warung Kopi Samudera Kuphi Medan. This type of research is associative quantitative, with 98 respondents selected through a purposive sampling method. Data analysis was carried out using SmartPLS. This study uses primary data with data obtained using a research questionnaire. The results show that the use of digital ordering applications and digital payment applications has a positive and significant effect on ease of use. Ease of Use has a positive effect on Consumer Satisfaction. The Use of Digital Ordering Applications and the Use of Digital Payment Applications on Consumer Satisfaction. The Use of Digital Ordering Applications and the Use of Digital Payment Applications on Consumer Satisfaction through Ease of Use. Overall, the application of digital technology in the ordering and payment process increases the convenience, efficiency, and customer satisfaction of Warung Kopi Samudera Kuphi Medan.

Keywords: *Digital Ordering Application, Digital Payment Application, Ease Of Use, Consumer Satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunianya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tesis dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital Dan Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kemudahan Pengguna Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Kopi Samudera Kuphi Medan”**.

Dalam penyusunan tesis ini, penulis telah banyak mendapat bantuan materil maupun dukungan moril dan membimbing (penulisan) dari berbagai pihak. Untuk itu ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Retna Astuti K. MS, selaku Direktur Pasca Sarjana Universitas Medan Area.
3. Ibu Dr. Adelina Lubis, SE, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Medan Area sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, waktu dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
4. Bapak Ikbar Pratama, SE, M.Sc, Acc, Ph.D selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, waktu dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
5. Kedua orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa, kasih sayang, semangat, dan dukungan tanpa henti dalam setiap langkah penulis. Tanpa restu dan pengorbanan mereka, karya ini tidak akan dapat terselesaikan dengan baik.
6. Istri dan Anak-anak beserta seluruh anggota keluarga, yang senantiasa memberikan motivasi, perhatian, dan dorongan moral kepada penulis dalam menghadapi setiap tantangan selama proses penyusunan karya ini.
7. Rekan-rekan mahasiswa satu kelas Pascasarjana Universitas Medan Area seangkatan 2024, yang telah menjadi teman seperjuangan dalam menempuh

setiap tahap perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan kerja sama yang baik selama proses belajar dan penyusunan karya ini. Kebersamaan kalian memberikan semangat dan kenangan yang tak ternilai.

8. Seluruh Dosen Pascasarjana Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Seluruh Pegawai/Staff Pascasarjana Universitas Medan Area.
10. Pemilik Warung Kopi Samudera Kuphi dan Komunitasnya yang telah memberikan inspirasi dan suasana riset yang nyaman.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis membuka diri untuk menerima saran maupun kritik yang bersifat konstruktif dari para pembaca demi penyempurnaannya dalam upaya menambah khasanah pengetahuan dan bobot dari tesis ini. Semoga tesis ini dapat bermanfaat, baik bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun masyarakat.

Medan, November 2025

Malwin P Alamsyah
241805012

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	16
1.4. Manfaat Penelitian	17
1.5. Keaslian Penelitian.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1. Landasan Teori	19
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	19
2.1.2 Kepuasan Konsumen.....	21
2.1.3 Aplikasi Pemesanan Digital	22
2.1.4 Aplikasi pembayaran digital.....	24
2.1.5 Kemudahan Penggunaan.....	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	27
2.3. Kerangka Berfikir.....	29
2.4. Hipotesis Penelitian.....	30
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Sumber Data.....	37
3.3 Lokasi Penelitian.....	38
3.4 Waktu Penelitian	38
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	39
3.5.1 Populasi Penelitian	39
3.5.2 Sampel Penelitian.....	39
3.6 Defenisi Operasional	40
3.7 Skala Pengukuran Variabel.....	41
3.8 Teknik Analisis Data.....	42
3.8.1. Evaluasi <i>Outer Model (Measurement Model)</i>	43
3.8.2. Uji <i>Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)</i>	44

3.8.3. Evaluasi <i>Inner Model (Structural Model)</i>	44
3.8.4. Uji Hipotesis	45
BAB IV. DESKRIPSI WILAYAH DAN KARAKTERISTIK RESPONDEN.....	46
4.1 Deskripsi Wilayah Warung Kopi Samudera Kuphi Medan	46
4.1.1 Letak Wilayah Penelitian	46
4.1.2 Kondisi Geografis	46
4.1.3 Luas Wilayah.....	47
4.1.4 Kondisi Sosial Budaya	47
4.2 Karakteristik Responden	47
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	48
4.2.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	49
4.2.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.2.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	50
4.2.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Warung Kopi.....	51
BAB V. HASIL DAN PEMBAHASAN	53
5.1 Hasil Penelitian	53
5.1.1 Analisis Variabel Penelitian.....	53
5.1.2 Evaluasi <i>Outer Model (Measurement Model)</i>	56
5.1.3 Evaluasi <i>Inner Model (Structural Model)</i>	63
5.1.4 Uji Hipotesis	65
5.2 Pembahasan Analisis Data	68
BAB VI. PENUTUP	78
6.1 Kesimpulan	78
6.2 Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	82
DAFTAR LAMPIRAN	87

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Gambaran Perkembangan Warkop dari Nasional Hingga Lokal	2
Tabel 1.2 Pra-Survei Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital	4
Tabel 1.3 Gambaran Pendapatan Warung Kopi Samudera Kuphi	4
Tabel 1.4 Hasil Pra-Survei Penggunaan Aplikasi pembayaran digital	6
Tabel 1.5 Hasil Pra-Survei Kepuasan Konsumen	9
Tabel 1.6 Hasil Pra-Survei Kemudahan Penggunaan	11
Tabel 2.1 Grand Theory, Middle Theory, dan Applied Theory	20
Tabel 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	35
Tabel 3.2 Definisi Operasional	38
Tabel 3.3 Skala Likert	39
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	46
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
Tabel 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
Tabel 4.5 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan	49
Tabel 4.6 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Warung Kopi	49
Tabel 5.1 Kuesioner untuk Variabel Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital	51
Tabel 5.2 Kuesioner untuk Variabel Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital	52
Tabel 5.3 Kuesioner untuk Variabel Kepuasan Konsumen	52
Tabel 5.4 Kuesioner untuk Variabel Kemudahan Penggunaan	53
Tabel 5.5 Pengujian Validitas Berdasarkan Outer Loading	54
Tabel 5.6 Pengujian Validitas berdasarkan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	56
Tabel 5.7 Nilai <i>Cross Loading</i>	57
Tabel 5.8 Nilai <i>Fornell–Larcker Criterion</i>	58
Tabel 5.9 Nilai <i>Heterotrait–Monotrait Ratio</i> (HTMT)	59
Tabel 5.10 Nilai <i>Construct Reliability and Validity</i>	60
Tabel 5.11 Nilai <i>R Square</i> dan <i>R Square Adjusted</i>	61
Tabel 5.12 Hasil Pengujian Model Fit	62
Tabel 5.13 Hasil <i>Q2 Predict</i>	63
Tabel 5.14 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung	63
Tabel 5.15 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	27
Gambar 5.1 Uji <i>Loading</i> Faktor	55
Gambar 5.2 Pengujian Validitas berdasarkan <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	56



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam kemajuan teknologi yang pesat ini tentunya membawa banyak pengaruh terhadap perubahan perilaku dan kebiasaan masyarakat, sehingga membuat masyarakat membutuhkan sesuatu yang cepat dan mudah dalam memenuhi kegiatan sehari-hari. Di era digital sekarang ini mengharuskan masyarakat untuk cerdas dalam memanfaatkan kemudahan dan keefektifan dalam bertransaksi. Berbagai inovasi digital pada berbagai bidang membuktikan bahwa masyarakat juga turut andil dalam perkembangan zaman yang semakin modern (Afina, 2020).

Pada awalnya, aktivitas pemesanan makanan dan minuman di warung kopi maupun usaha kuliner kecil masih dilakukan secara tradisional, yaitu pelanggan datang langsung, menyampaikan pesanan kepada pelayan atau kasir, kemudian menunggu hingga pesanan disajikan. Pola pemesanan seperti ini kerap menimbulkan berbagai kendala, misalnya antrean panjang pada jam sibuk, risiko kesalahan pencatatan pesanan, keterbatasan jangkauan konsumen, serta kurang efisiennya waktu pelayanan (Agung dan Budi, 2023).

Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, khususnya internet dan aplikasi *mobile*, pola pemesanan tersebut mengalami transformasi menjadi pemesanan berbasis digital. Konsumen kini dapat memesan menu melalui aplikasi pemesanan daring seperti *GrabFood*, *GoFood*, atau *ShopeeFood*, bahkan tersedia pula fitur *pick-up* dan *dine-in digital* yang memungkinkan pelanggan memesan terlebih dahulu dan hanya mengambil pesanan di lokasi tanpa perlu

menunggu lama (Endah, 2024). Perubahan ini tidak hanya meningkatkan kecepatan pelayanan dan akurasi pesanan, tetapi juga memberi fleksibilitas bagi konsumen dalam memilih menu, membandingkan harga, serta memanfaatkan berbagai promosi yang ditawarkan aplikasi. Perubahan yang terjadi tetap berujung pada kepuasan konsumen, Dimana Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Lathifah, 2021)

Bagi pelaku usaha, termasuk warung kopi, adopsi sistem pemesanan digital memberi keuntungan strategis, seperti memperluas jangkauan pasar, meningkatkan visibilitas usaha, serta menyediakan data transaksi yang dapat dianalisis untuk pengambilan keputusan bisnis. Ini lah yang menjadi Fenomena yang akan diteliti pada tesis terkait dengan perubahan pelayanan tradisional menjadi digital pada warung kopi yang Bernama Samudera Kuphi. Dimana sejak berdiri dari tahun 2018 sampai dengan 2024 akhir masih menggunakan layanan tradisional dalam proses pemesanan dan pembayaran, sejak awal 2025 bertransformasi menjadi pelayanan digital baik dalam hal pemesanan dan pelayanan. Untuk memperjelas posisi Warung Kopi Samudera Kuphi dalam perkembangan industri warkop yang semakin digital, berikut disajikan gambaran perkembangan warung kopi dari tingkat nasional hingga lokal sebagai dasar urgensi penelitian ini.

Tabel 1.1
Gambaran Perkembangan Warung Kopi Dari Nasional Hingga Daerah

Wilayah	Gambaran Perkembangan Warung kopi	Keterkaitan dengan Digitalisasi (Aplikasi Pemesanan & Pembayaran)	Relevansi untuk Penelitian
Indonesia	1. Pertumbuhan warung kopi meningkat pesat	1. Adopsi teknologi digital meningkat setelah 2018. 2. Aplikasi pemesanan seperti <i>GoFood</i> , <i>GrabFood</i> ,	1. Menunjukkan tren nasional bahwa digitalisasi menjadi

Wilayah	Gambaran Perkembangan Warung kopi	Keterkaitan dengan Digitalisasi (Aplikasi Pemesanan & Pembayaran)	Relevansi untuk Penelitian
	dalam 10 tahun terakhir. 2. Budaya ngopi menjadi gaya hidup masyarakat urban. 3. Banyak warung kopi modern bermunculan di kota besar dan kecil. 4. Persaingan industri kopi semakin kompetitif.	<i>ShopeeFood</i> mempermudah akses konsumen. 3. Pembayaran digital seperti QRIS, <i>e-wallet</i>, dan <i>mobile banking</i> meluas karena program GNNT. 4. <i>Digital customer journey</i> meningkatkan ekspektasi pelanggan terhadap kenyamanan layanan.	tuntutan bagi warung kopi. 2. Menegaskan pentingnya mengukur kepuasan konsumen terhadap penggunaan aplikasi digital.
Sumatera Utara	1. Budaya ngopi berkembang kuat di Medan, Binjai, Pematang Siantar, dan daerah lain. 2. Pertumbuhan warung kopi meningkat terutama setelah 2020. 3. Warung kopi menjadi tempat bekerja, berdiskusi, dan bersosialisasi.	1. UMKM kuliner meningkat penggunaannya terhadap platform pemesanan digital ($\pm 40\%$ dalam 5 tahun). Pandemi mempercepat adopsi pemesanan online. 2. Pembayaran digital menjadi standar di banyak warkop.	1. Menunjukkan bahwa konsumen Sumut sudah terbiasa dengan layanan digital. 2. Menjadi dasar bahwa teknologi pemesanan dan pembayaran harus ikut meningkatkan kepuasan.
Kota Medan	1. Salah satu kota dengan jumlah warung kopi terbanyak di luar Pulau Jawa. 2. Warung kopi modern dan tematik berkembang pesat. 3. Budaya nongkrong menjadi bagian kehidupan masyarakat. 4. Persaingan antar warung kopi semakin ketat. 5. Berdasarkan data Badan Pengelola Pajak dan Retribusi Daerah Kota Medan, hingga tahun 2019 tercatat sedikitnya terdapat	1. Hampir seluruh warkop sudah menggunakan aplikasi pemesanan digital. 2. Pembayaran dengan QRIS dan <i>e-wallet</i> menjadi pilihan utama konsumen. 3. Konsumen Medan mengutamakan kecepatan, kenyamanan, dan kemudahan transaksi. 4. Warung kopi tidak hanya berkembang secara kuantitas, tetapi juga mengalami transformasi dari sistem konvensional menuju sistem digital dengan memanfaatkan aplikasi pemesanan dan pembayaran digital	1. Penelitian semakin relevan karena pengguna warung kopi di Medan sangat <i>digital-minded</i>. 2. Penting untuk menguji apakah kemudahan penggunaan benar-benar memediasi kepuasan konsumen. 3. Persaingan antar pelaku usaha warung kopi di Kota Medan menjadi semakin ketat, sehingga diperlukan strategi peningkatan kepuasan konsumen melalui

Wilayah	Gambaran Perkembangan Warung kopi	Keterkaitan dengan Digitalisasi (Aplikasi Pemesanan & Pembayaran)	Relevansi untuk Penelitian
	282 warung kopi modern yang telah terdaftar secara resmi.		pemanfaatan teknologi digital.
Warung Kopi Samudera Kuphi Jl. Ringroad Medan	1. Warung kopi berkembang pesat dan memiliki konsep modern. 2. Menjadi tempat nongkrong mahasiswa, pekerja, dan komunitas. 3. Telah memanfaatkan teknologi digital dalam operasional.	1. Menggunakan aplikasi pemesanan digital untuk memperluas pasar. 2. Menggunakan pembayaran digital seperti QRIS, Dana, OVO, GoPay, dll. 3. Perlu menilai efektivitas teknologi terhadap kepuasan pelanggan.	1. Objek penelitian langsung terkait variabel: Penggunaan aplikasi pemesanan digital Penggunaan aplikasi pembayaran digital Kemudahan pengguna (Kepuasan konsumen). Menjadi alasan urgensi penelitian dilakukan.

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Namun demikian, peralihan dari pemesanan tradisional ke digital juga menuntut kesiapan, baik dari sisi sumber daya manusia maupun adaptasi teknologi, agar layanan tetap mudah digunakan oleh konsumen (Wira, 2023). Dengan demikian, transformasi dari pemesanan tradisional menuju pemesanan digital merupakan fenomena penting dalam era digitalisasi bisnis kuliner saat ini, yang berimplikasi langsung terhadap kepuasan konsumen dan persepsi mereka terhadap kemudahan penggunaan layanan. Baik yang menggunakan aplikasi pemesanan digital maupun aplikasi pembayaran digital. Dalam 6 bulan terakhir (Januari 2025 – Juni 2025), Warung Kopi Samudera Kuphi mengalami fluktuasi pendapatan yang dipengaruhi oleh tren kunjungan konsumen, promosi, serta peningkatan penggunaan aplikasi pemesanan dan pembayaran digital. Berikut data pendapatan dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.2
Gambaran Pendapatan Warung Kopi
Samudera Kuphi dari bulan Januari – Juni 2025

Bulan	Pendapatan (Rp)
Januari 2025	85.000.000
Februari 2025	80.000.000
Maret 2025	92.000.000
April 2025	95.000.000
Mei 2025	110.000.000
Juni 2025	87.000.000

Sumber: Laporan Pendapatan Bulanan (2025)

Berdasarkan tabel gambaran pendapatan Warung Kopi Samudera Kuphi periode Januari–Juni 2025, dapat dijelaskan bahwa pendapatan usaha menunjukkan fluktuasi yang dipengaruhi oleh kondisi musiman dan momentum tertentu. Pada bulan Januari, pendapatan relatif stabil di awal tahun sebesar Rp85.000.000. Namun, pada bulan Februari terjadi sedikit penurunan menjadi Rp80.000.000 yang disebabkan oleh menurunnya daya beli konsumen setelah periode libur akhir tahun.

Selanjutnya, pendapatan mulai mengalami peningkatan pada bulan Maret hingga April, masing-masing sebesar Rp92.000.000 dan Rp95.000.000. Peningkatan ini berkaitan dengan mulai meningkatnya aktivitas masyarakat serta adanya momen bulan Ramadan yang mendorong peningkatan kunjungan pelanggan. Puncak pendapatan terjadi pada bulan Mei sebesar Rp110.000.000, yang dipengaruhi oleh momen Lebaran dengan tingkat kunjungan yang tinggi. Namun, pada bulan Juni pendapatan kembali menurun menjadi Rp87.000.000 seiring dengan kondisi operasional yang kembali normal setelah periode libur Lebaran. Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan bahwa pendapatan Warung Kopi Samudera Kuphi sangat dipengaruhi oleh faktor musiman dan momen keagamaan.

Konsumen tidak hanya menginginkan layanan yang spesifik, tetapi tingkat dan kualitas layanan yang sempurna. Namun dalam kualitas pelayanan, Samudera Kuphi masih terbilang kurang untuk memuaskan konsumennya. Berikut ini hasil prasurvey yang dilakukan, untuk mengetahui pengaruh kepuasan konsumen di Samudera Kuphi.

Tabel 1.3
Hasil Pra-Survei Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah Responden
Kualitas Produk atau Layanan							
1	Layanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya.	5	5	11	5	4	30
Kesesuaian Harga dengan Nilai yang Diterima							
2	Harga produk sepadan dengan kualitas yang saya dapatkan.	4	4	11	5	6	30
Pelayanan / Customer Service							
3	Respon pelayanan cepat sesuai dengan kebutuhan saya.	3	3	12	6	6	30
Pengalaman Penggunaan							
4	Saya merasa mudah dalam menggunakan layanan.	4	6	10	6	4	30
Kepuasan secara Keseluruhan							
5	Pengalaman saya sudah memenuhi harapan sebagai konsumen.	2	2	15	6	5	30

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa indikator kepuasan konsumen, dari total 30 responden yang menunjukkan bahwa konsumen merasa harga belum sepenuhnya sebanding dengan kualitas yang didapat, pelayanan masih kurang responsif dan profesional, serta kepuasan total yang dirasakan belum sesuai dengan ekspektasi. Sementara itu, kualitas layanan yang berarti konsumen menilai kualitas sudah cukup baik tetapi belum sepenuhnya konsisten. Indikator pengalaman

penggunaan yang menandakan bahwa konsumen relatif merasa nyaman menggunakan produk/layanan, meskipun masih ada aspek minor yang perlu ditingkatkan.

Penelitian Rahman dan Fadhilah (2022) mendukung hasil prasurvei ini dengan menunjukkan bahwa konsistensi kualitas layanan menjadi faktor penting dalam menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan. Ketika kualitas layanan tidak stabil, pelanggan akan cenderung membandingkan pengalaman sebelumnya dan menurunkan tingkat kepuasan mereka. Dengan demikian, hasil prasurvei Warung Kopi Samudera Kuphi memiliki kesamaan dengan penelitian-penelitian tersebut yang menyoroti aspek pelayanan dan konsistensi kualitas sebagai faktor kunci kepuasan.

Berbeda dengan hasil di atas, penelitian Lestari (2020) menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan kafe modern di kota besar merasa puas terhadap harga dan kualitas produk yang ditawarkan karena adanya kesesuaian antara nilai yang diterima dan biaya yang dikeluarkan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan temuan prasurvei di Warung Kopi Samudera Kuphi yang menunjukkan adanya ketimpangan antara harga dan kualitas. Dengan banyaknya keluhan yang diterima manajemen Samudera Kuphi, maka mempengaruhi jumlah konsumen yang bertransaksi. Pelaku bisnis hendaknya memerhatikan atau bahkan mengutamakan koordinasi agar dapat memberikan pelayanan yang memuaskan konsumen (Sinaga & Jessica, 2022).

Alasan ini sangat mempengaruhi para konsumen untuk sering berkunjung. Selain memberikan kemudahan, perangkat lunak ini juga memungkinkan penyedia layanan buat menjangkau pasar yang lebih luas serta mempertinggi efisiensi operasional. Tetapi, pada kemudahan yang ditawarkan, penggunaan perangkat lunak pemesanan digital pula mengakibatkan tantangan tersendiri, mirip keamanan data

pengguna, ketergantungan teknologi, dan kebutuhan akan infrastruktur digital yang memadai (Setiawati, 2020).

Oleh karena itu, penting buat tahu dinamika penggunaan *software* pemesanan digital agar bisa memaksimalkan fungsinya dan mengatasi kendala yang ada. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih pada wacana pola penggunaan, manfaat, dan kendala pada penggunaan *software* pemesanan digital di masyarakat (Andhik, 2020). Belum banyak penelitian yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh menggunakan aplikasi digital pemesanan makanan terhadap ketepatan pemberian makanan kepada konsumen dan kepuasan pelayanan warung kopi. Sebelum melakukan penelitian dilakukan observasi awal terlebih dahulu sebagai pra-survei dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 responden sebagai berikut:

Tabel 1.4
Hasil Pra-Survei Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah Responden
Frekuensi Penggunaan							
1	Saya menggunakan aplikasi pemesanan digital	4	6	10	5	5	30
Kelengkapan Fitur Pemesanan							
2	Saya pernah mengalami kendala saat menggunakan aplikasi pemesanan digital	4	5	12	5	4	30
Kemudahan Navigasi Aplikasi							
3	Layanan pemesanan aplikasi digital mudah diakses	5	5	12	4	4	30
Kecepatan dalam Pemrosesan Pesanan							
4	Kecepatan layanan oleh aplikasi pemesanan digital baik saat memproses makanan	3	5	11	6	5	30
Tingkat Kepercayaan terhadap Aplikasi							

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah Responden
5	Saya menggunakan aplikasi pemesanan digital di masa depan	5	6	11	3	5	30

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1.4 indikator penggunaan aplikasi pemesanan digital, dari total 30 responden menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pemesanan digital di warung kopi samudera kuphi Medan masih tergolong lemah, terutama dari segi kelengkapan fitur pemesanan digital dan kecepatan dalam pemrosesan pesanan. Penelitian yang dilakukan oleh Hidayat (2021), menemukan bahwa rendahnya pemanfaatan aplikasi pemesanan digital pada usaha kuliner skala kecil disebabkan oleh keterbatasan fitur, tampilan yang kurang menarik, serta belum terintegrasinya sistem pembayaran digital.

Hasil ini sejalan dengan temuan prasurvei di Warung Kopi Samudera Kuphi Medan yang menunjukkan bahwa kelengkapan fitur masih menjadi kendala utama dalam penggunaan aplikasi. Berbeda dengan hasil prasurvei ini, penelitian Putri (2020) menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi pemesanan digital di kafe modern Kota Bandung telah berjalan dengan sangat efektif karena sistemnya didukung oleh fitur lengkap seperti *real-time order tracking*, *digital loyalty* program, dan sistem pembayaran otomatis yang mempercepat transaksi pelanggan. Hasil ini tidak sejalan dengan kondisi di Warung Kopi Samudera Kuphi yang masih terbatas pada fitur dasar.

Disamping itu faktor yang mendukung kemajuan digital adalah aplikasi pembayaran digital yang digunakan di warung kuphi ini. Aplikasi pembayaran digital merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran sebagai

alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana guna melakukan pembayaran yang dirancang untuk menawarkan kecepatan, kemudahan penggunaan, efisiensi, efektivitas, transparansi, dan aksesibilitas kepada konsumen (Endah, 2024).

Dalam mendukung perkembangan sistem aplikasi pembayaran digital di Indonesia, Pemerintah Indonesia pada Bank Indonesia menerbitkan *Quick Response Code Indonesian Standard* atau disebut QRIS. QRIS merupakan penyatuan dari segala QR di berbagai Penyelenggara Jasa Sistem Pembayaran (PJSP) menggunakan kode QR. Pengembangan QRIS diharapkan memudahkan proses transaksi digital menjadi lebih cepat, mudah, dan terjaga keamanannya. Layanan ini sangat cocok di Indonesia karena populasi penduduk Indonesia yang luas dan aplikasi pembayaran digital yang disediakan perusahaan berbasis internet meningkat 50% dari 2017 hingga 2019, dimana uang elektronik tersebut disimpan pada aplikasi pembayaran digital yang dikembangkan oleh sebuah aplikasi (www.bi.go.id).

Fenomena meningkatnya penggunaan QRIS sebagai aplikasi pembayaran digital didukung saat terjadi wabah Covid-19 yang merubah tatanan kehidupan di Indonesia hingga Kementerian Kesehatan Republik Indonesia mengeluarkan regulasi nomor HK.01.07/MENKES/382/2020 dan Nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 untuk mengimbau dan mendorong masyarakat dalam mengupayakan pembayaran non tunai mencegah penyebaran Covid-19 (Kementrian Kesehatan Republik Indonesia, 2020).

Kemudahan bertransaksi dengan menggunakan teknologi seperti kode QR, dapat meningkatkan efisiensi pemesanan dan memberikan pengalaman yang lebih interaktif dan modern bagi konsumen, sehingga meningkatkan kepuasan konsumen secara

keseluruhan (Gunawan dkk., 2021). Walaupun konsumen mengetahui dalam mengadopsi QRIS terdapat risiko dalam keamanan dan pemilihan institusional, tetapi mereka percaya bahwa terdapat sistem keamanan dan regulasi yang telah ditetapkan.

Selama ini di Samudera Kuphi ini menggunakan media manual dalam pencatatan pesanan dan pembayaran konsumen. Namun dalam 5 bulan terakhir, mereka menggunakan aplikasi digital dalam pencatatan menu pesanan konsumen dan penagihan pembayaran konsumen dengan digital. Berikut ini hasil prasurvey yang dilakukan, untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi pembayaran digital di Samudera Kuphi.

Tabel 1.5
Hasil Pra-Survei Penggunaan Aplikasi pembayaran digital

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah Responden
Kecepatan dan Efisiensi							
1	Dengan menggunakan aplikasi pembayaran digital transaksi menjadi lebih cepat.	4	5	11	5	4	30
Keamanan Transaksi							
2	Aplikasi pembayaran digital memberikan rasa aman dalam bertransaksi.	6	7	9	4	4	30
Keandalan dan Ketersediaan							
3	Aplikasi pembayaran digital jarang mengalami gangguan teknis.	3	4	11	5	7	30
Manfaat atau Kegunaan							
4	Aplikasi pembayaran digital memberikan berbagai kemudahan, seperti promo atau <i>cashback</i> .	5	4	10	6	5	30
Kepuasan terhadap Penggunaan							

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah Responden
5	Saya akan menggunakan aplikasi pembayaran digital dimasa mendatang.	5	5	12	5	3	30

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan bahwa indikator penggunaan aplikasi pembayaran digital, dari total 30 responden terlihat adanya perbedaan yang cukup signifikan antara harapan dan realitas yang dirasakan oleh responden. Khususnya keamanan transaksi yang menunjukkan bahwa meskipun konsumen mengharapkan tingkat keamanan tinggi dalam setiap transaksi digital, pada kenyataannya masih terdapat kekhawatiran mengenai potensi kebocoran data, penipuan, maupun kerentanan sistem aplikasi yang digunakan. Secara umum, konsumen merasa aplikasi pembayaran digital memberikan kemudahan dan manfaat nyata, namun tingkat kepuasan yang dirasakan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan.

Penelitian oleh Rahmawati (2021) menemukan bahwa persepsi keamanan menjadi salah satu determinan utama dalam adopsi aplikasi pembayaran digital. Meskipun pengguna merasa aplikasi tersebut mempermudah transaksi, sebagian masih ragu karena kekhawatiran akan kebocoran data pribadi. Hasil ini sejalan dengan prasurvei di Warung Kopi Samudera Kuphi Medan, di mana konsumen juga masih merasa tidak sepenuhnya aman saat melakukan pembayaran digital.

Berbeda dengan hasil prasurvei tersebut, penelitian Hartono (2020) menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi pembayaran digital di Jakarta memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap keamanan transaksi. Hal ini

dikarenakan adanya sistem enkripsi data berlapis dan jaminan keamanan dari pihak penyedia layanan, sehingga risiko kebocoran data relatif kecil. Hasil ini tidak sejalan dengan kondisi di Warung Kopi Samudera Kuphi Medan yang masih menunjukkan kekhawatiran pengguna terhadap keamanan data. Kondisi ini menunjukkan perlunya upaya peningkatan kualitas sistem oleh penyedia layanan agar aspek kecepatan, keamanan, dan keandalan dapat terpenuhi sehingga kepuasan konsumen dapat tercapai secara optimal (Dary, dkk, 2021). Berikut ini hasil prasurvey yang dilakukan, untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan di Samudera Kuphi.

Tabel 1.6
Hasil Pra-Survei Kemudahan Penggunaan

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS	Jumlah Responden
Mudah untuk dipelajari							
1	Saya memahami cara kerja aplikasi setelah pertama kali mencobanya	6	5	10	5	4	30
Mudah untuk digunakan							
2	Saya menemukan fitur yang membingungkan saat menggunakan aplikasi.	3	5	10	7	5	30
Fleksibel dalam pemakaian							
3	Aplikasi dapat digunakan pada berbagai kondisi	4	3	12	6	5	30
Mudah dalam penggunaan							
4	Waktu yang dibutuhkan untuk menyelesaikan transaksi relatif singkat	2	3	11	9	5	30
Jelas dan mudah dipahami							
5	Informasi konfirmasi (nota, status transaksi) disajikan secara jelas.	5	6	10	5	4	30

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan Tabel 1.6 menunjukkan bahwa indikator kemudahan penggunaan, dari total 30 responden menunjukkan bahwa seluruh indikator kemudahan penggunaan masih memiliki gap antara harapan dan realitas. Gap terbesar terdapat pada indikator mudah untuk dipelajari yang berarti konsumen berharap aplikasi dapat lebih cepat dipahami sejak awal penggunaan. Selanjutnya, indikator fleksibel dalam pemakaian dan mudah dalam penggunaan menandakan masih ada kendala saat aplikasi digunakan di berbagai kondisi atau perangkat serta pada kecepatan navigasi menu. Sementara itu, indikator mudah digunakan dan jelas serta mudah dipahami menunjukkan gap lebih kecil yang mengindikasikan aplikasi sudah cukup membantu namun masih perlu penyempurnaan dalam antarmuka dan kejelasan informasi.

Penelitian Sukma dan Prasetyo (2021) dalam penelitiannya tentang aplikasi pemesanan digital makanan menemukan bahwa pengguna mengalami kesulitan dalam memahami navigasi awal dan fitur tertentu, yang menurunkan persepsi kemudahan penggunaan. Hal ini relevan dengan hasil prasurvei Warung Kopi Samudera Kuphi yang menunjukkan gap terbesar pada aspek “mudah dipelajari”. Berbeda dengan hasil di atas, penelitian Andini (2020) menemukan bahwa sebagian besar pengguna aplikasi pemesanan kopi di kota besar menilai sistem tersebut sudah sangat mudah digunakan karena memiliki antarmuka intuitif dan fitur bantuan interaktif. Hasil ini tidak sejalan dengan temuan prasurvei Warung Kopi Samudera Kuphi yang menunjukkan masih adanya kesulitan dalam memahami fungsi dan navigasi aplikasi.

Secara keseluruhan, hasil prasurvei ini memperlihatkan adanya gap antara harapan konsumen terhadap kemudahan penggunaan aplikasi dengan pengalaman aktual saat menggunakan sistem pemesanan digital. Berdasarkan uraian latar belakang

tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital Dan Penggunaan aplikasi pembayaran digital Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Kemudahan Penggunaan Sebagai Variabel Intervening Pada Warung Kopi Samudera Kuphi Medan”**

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil dari presurvey diatas rumusan masalah dalam penelitian ini Fenomena yang terjadi pada Warung Kopi Samudera Kuphi Medan menunjukkan bahwa meskipun penggunaan aplikasi pemesanan digital semakin meningkat, beberapa konsumen masih mengeluhkan ketidaktepatan pesanan, waktu tunggu yang lama, serta kurang optimalnya informasi menu pada aplikasi, sehingga memunculkan pertanyaan mengenai sejauh mana penggunaan aplikasi pemesanan digital tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Di sisi lain, penggunaan aplikasi pembayaran digital seperti QRIS dan e-wallet sudah menjadi kebiasaan masyarakat, namun tidak semua konsumen merasakan kelancaran transaksi misalnya gangguan jaringan, kesulitan scan, atau batas saldo yang dapat memengaruhi kenyamanan dan kepuasan mereka. Pada kenyataannya masih terdapat berbagai kendala yang dialami pengguna, seperti keterlambatan proses konfirmasi, gangguan teknis, dll. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana aplikasi pembayaran digital benar-benar mampu memenuhi ekspektasi konsumen dalam memberikan layanan yang cepat, aman, dan memuaskan

Selain itu, kemudahan pengguna sebagai aspek penting dalam sistem digital juga menjadi fenomena tersendiri, karena masih ditemukan konsumen yang merasa kurang

familiar dalam menggunakan aplikasi atau menganggap prosedurnya terlalu rumit. Diduga dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh kedua aplikasi tersebut terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, hal ini menyangkut bagaimana peran kemudahan penggunaan sebagai variabel Intervening pada Warung Kopi Samudera Kuphi Medan

Selanjutnya kepuasan konsumen merupakan salah satu aspek penting yang menentukan keberhasilan suatu usaha, karena konsumen yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang serta merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Namun, dalam praktiknya kepuasan konsumen tidak selalu tercapai secara optimal. Kondisi ini menimbulkan permasalahan mengenai sejauh mana faktor-faktor tersebut dapat memengaruhi tingkat kepuasan konsumen secara keseluruhan.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi pemesanan digital terhadap kemudahan penggunaan pada warung kopi samudera kuphi Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi pembayaran digital terhadap kemudahan penggunaan pada warung kopi samudera kuphi Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen pada warung kopi samudera kuphi Medan.
4. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi pemesanan digital terhadap kepuasan konsumen pada warung kopi samudera kuphi Medan.

5. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen pada warung kopi samudera kuphi Medan.
6. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi pemesanan digital terhadap kepuasan konsumen melalui kemudahan penggunaan pada warung kopi samudera kuphi Medan.
7. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen melalui kemudahan penggunaan pada warung kopi samudera kuphi Medan.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan wawasan dan pemahaman lebih mengenai hubungan antara penggunaan aplikasi pemesanan digital, penggunaan aplikasi pembayaran digital, dan kepuasan konsumen pada warung kopi samudera kuphi Medan, serta membuka peluang untuk penelitian lebih lanjut di bidang pengembangan UMKM.

2. Bagi Konsumen Pada Warung Kopi Samudera Kuphi Medan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan bahan pertimbangan yang bermanfaat bagi UMKM dalam menjalankan strategi pemasaran yang baik, khususnya mengenai penggunaan aplikasi pemesanan digital, penggunaan aplikasi pembayaran digital.

3. Bagi Program Studi Magister Manajemen Universitas Medan Area

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan khasanah penelitian ilmiah di lingkungan Universitas serta dapat meningkatkan reputasi program studi dalam menghasilkan penelitian yang aplikatif.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam pengkajian masalah-masalah yang terkait dengan penggunaan aplikasi pemesanan digital, penggunaan aplikasi pembayaran digital.

1.5. Keaslian Penelitian

Penelitian mengenai pengaruh penggunaan aplikasi pemesanan digital dan aplikasi pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen telah banyak dilakukan pada berbagai konteks, seperti restoran cepat saji, *e-commerce*, maupun layanan transportasi daring. Beberapa penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Ginting dan Widiono, (2024), lebih berfokus pada pengaruh kemudahan penggunaan terhadap kepuasan konsumen pada platform pemesanan makanan daring secara umum, sedangkan penelitian lain oleh Maryatmo, Victoria, dan Pamenta, (2023), menitikberatkan pada hubungan antara kemudahan penggunaan dan kepercayaan terhadap aplikasi pembayaran digital.

Namun, penelitian ini memiliki keaslian karena secara spesifik mengkaji pengaruh penggunaan aplikasi pemesanan digital dan aplikasi pembayaran digital secara bersamaan terhadap kepuasan konsumen dengan kemudahan penggunaan sebagai variabel Intervening pada konteks warung kopi lokal, yaitu Warung Kopi Samudera Kuphi Medan. Selain itu, penelitian ini memberikan kontribusi empiris baru karena mengintegrasikan kedua jenis aplikasi digital dalam satu model penelitian serta menguji peran kemudahan penggunaan sebagai variabel Intervening, yang belum banyak dikaji pada usaha skala mikro seperti warung kopi tradisional.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 *Grand Theory*

Grand theory yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Fred D. Davis (1989). Teori ini menjelaskan bagaimana pengguna menerima dan menggunakan teknologi berdasarkan dua faktor utama, yaitu *Perceived Usefulness* (persepsi kegunaan) dan *Perceived Ease of Use* (persepsi kemudahan penggunaan).

Menurut Davis (1989) seseorang akan menerima dan menggunakan teknologi apabila ia merasa teknologi tersebut bermanfaat dalam meningkatkan kinerjanya dan mudah digunakan tanpa membutuhkan usaha yang berlebihan. Kedua faktor ini kemudian memengaruhi sikap pengguna terhadap teknologi, niat untuk menggunakan, dan akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan pengguna.

Dalam konteks penelitian ini, penggunaan aplikasi pemesanan digital dan aplikasi pembayaran digital dipandang sebagai bentuk penerapan teknologi dalam layanan konsumen di sektor kuliner. Kemudahan penggunaan menjadi faktor kunci yang menentukan sejauh mana konsumen bersedia memanfaatkan teknologi tersebut. Ketika konsumen merasa aplikasi mudah digunakan, cepat, dan efisien, maka hal tersebut akan meningkatkan kepuasan konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh Warung Kopi Samudera Kuphi Medan.

Dengan demikian, *Technology Acceptance Model* (TAM) menjadi dasar teoritis utama dalam menjelaskan hubungan antara penggunaan aplikasi digital, kemudahan

penggunaan, dan kepuasan konsumen, karena teori ini relevan untuk memahami perilaku adopsi teknologi dan penerimaan pengguna terhadap inovasi digital dalam layanan bisnis modern. Berikut tabel mengenai dasar teori secara jelas:

Tabel 2.1
Tabel *Grand Theory*, *Middle Theory*, dan *Applied Theory*

Tingkatan Teori	Nama Teori	Peneliti & Tahun	Konsep Utama Teori	Relevansi dengan Penelitian
Grand Theory	<i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	Davis (1989)	Penerimaan teknologi dipengaruhi oleh persepsi kemudahan penggunaan dan persepsi kegunaan	Menjadi landasan utama dalam menjelaskan bagaimana penggunaan aplikasi digital memengaruhi kepuasan konsumen melalui kemudahan penggunaan
Middle Theory	<i>Service Quality Theory</i>	Parasuraman, Zeithaml & Berry (1988)	Kualitas layanan menentukan kepuasan konsumen	Aplikasi digital menjadi bagian dari kualitas layanan yang dirasakan konsumen dalam proses pemesanan dan pembayaran
Applied Theory	<i>E-Service Quality</i>	Zeithaml, Parasuraman & Malhotra (2002)	Kualitas layanan berbasis elektronik memengaruhi kepuasan pengguna	Aplikasi pemesanan dan pembayaran digital sebagai layanan elektronik yang dinilai dari kemudahan dan kecepatan
Applied Theory	<i>Perceived Ease of Use</i>	Davis (1989)	Tingkat keyakinan bahwa sistem mudah dipahami dan digunakan	Digunakan sebagai variabel intervening yang menghubungkan penggunaan aplikasi digital dengan kepuasan konsumen
Applied Theory	<i>Customer Satisfaction Theory</i>	Kotler & Keller (2016)	Kepuasan muncul dari perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan	Kepuasan konsumen Warung Kopi Samudera Kuphi terbentuk dari pengalaman menggunakan aplikasi pemesanan dan pembayaran digital

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

Grand theory menjelaskan dasar perilaku dan penerimaan teknologi oleh konsumen.

Middle theory memperkuat hubungan antara penggunaan teknologi dan kualitas layanan yang dirasakan. *Applied theory* mengoperasionalkan konsep tersebut ke dalam variabel penelitian, yaitu penggunaan aplikasi pemesanan digital, aplikasi pembayaran digital, kemudahan penggunaan, dan kepuasan konsumen.

2.1.2 Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Lathifah, 2021). Seorang konsumen, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa maka sangat besar kemungkinannya menjadi konsumen dalam waktu yang lama. Oleh karena itu, dalam upaya pemenuhan kepuasan konsumen, perusahaan harus jeli dalam mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah. Apabila produsen dapat menghasilkan produk dan jasa sesuai dengan apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen maka konsumen akan merasa puas.

Menurut Aulia, (2024), konsumen bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja dibawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa tetapi kinerja sesuai dengan harapan konsumen akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka konsumen akan merasakan sangat puas senang atau gembira. Menurut Ikbar P. (2022), menyatakan bahwa tingkat kepuasan konsumen pada platform digital sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna (*user experience*) dan

persepsi kemudahan penggunaan aplikasi, di mana faktor kecepatan, keamanan, dan kepraktisan menjadi aspek utama yang menentukan loyalitas konsumen.

Nasution dkk., (2022), mendefinisikan kepuasan/ketidakpuasan konsumen sebagai respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan.

Indikator kepuasan konsumen diadopsi dari Lathifah, (2021), sebagai berikut:

1. Kualitas Produk atau Layanan
2. Kesesuaian Harga dengan Nilai yang Diterima
3. Pelayanan / *Customer Service*
4. Pengalaman Penggunaan (*User Experience*)
5. Kepuasan secara Keseluruhan (*Overall Satisfaction*)

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan. Jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi konsumen maka konsumen akan merasa kecewa.

2.1.3 Aplikasi Pemesanan Digital

Aplikasi pemesanan digital adalah perangkat lunak yang memungkinkan pengguna untuk melakukan pemesanan produk atau layanan secara *online* melalui *platform* digital, seperti *website* atau aplikasi *mobile*. Aplikasi pemesanan digital bisa

mengambil berbagai fokus, namun secara umum bertujuan untuk mempermudah proses pemesanan, meningkatkan efisiensi, dan memperluas jangkauan bisnis. Penelitian ini bisa mencakup perancangan, pengembangan, dan evaluasi aplikasi pemesanan digital untuk berbagai jenis produk atau layanan, seperti makanan, tiket, atau layanan lainnya.

Menurut Wira, (2023), Aplikasi digital adalah bagian dari sistem *e-commerce* yang memungkinkan transaksi bisnis dilakukan secara elektronik menggunakan internet, termasuk pemesanan dan pembayaran.

Menurut Lubis (2021), pemanfaatan teknologi digital dalam proses pemesanan dan pembayaran memberikan kemudahan bagi konsumen dalam mengakses layanan, namun keberhasilan penerapan sistem tersebut sangat bergantung pada kemudahan penggunaan dan kepercayaan pengguna terhadap aplikasi.

Menurut Wira, (2023), aplikasi pemesanan digital biasanya memiliki indikator sebagai berikut:

1. Frekuensi Penggunaan
2. Kelengkapan Fitur Pemesanan
3. Kemudahan Navigasi Aplikasi
4. Kecepatan dalam Pemrosesan Pesanan
5. Tingkat Kepercayaan terhadap Aplikasi

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa aplikasi pemesanan digital merupakan suatu bentuk aplikasi yang mempermudah akses konsumen agar dapat memesan kapan saja dan di mana saja tanpa harus datang langsung. Efisiensi waktu dan biaya untuk mengurangi waktu tunggu dan biaya transaksi. peningkatan

pelayanan yang memudahkan konsumen dalam melihat informasi produk, ketersediaan, dan status pesanan, serta pengelolaan data konsumen yang memudahkan perusahaan dalam mengelola data pemesanan dan preferensi konsumen.

2.1.4 Aplikasi pembayaran digital

Aplikasi pembayaran digital adalah metode pembayaran yang dilakukan secara elektronik menggunakan perangkat digital seperti komputer, smartphone, atau perangkat lain yang terhubung ke internet, tanpa perlu menggunakan uang tunai atau cek secara fisik (Fahrian, 2021). Menurut Ardiansyah, dkk, (2025), *E-payment* merupakan transaksi pembayaran yang diproses dan diterima secara elektronik yang dilakukan melalui media elektronik dengan menggunakan uang konvensional.

Transaksi ini dapat dilakukan dengan berbagai media yang tidak terbatas dimanapun dan kapanpun. Media bank (*teller, mobile banking, internet banking, phone banking, ATM*) merupakan salah satu media untuk memenuhi berbagai kebutuhan *e-payment*. Cara kerja aplikasi pembayaran digital sama dengan *internet banking*. Ketika akan bertransaksi untuk pembayaran *online*, secara otomatis akan langsung memotong tabungan nasabah yang bersangkutan.

Dengan penggunaan PIN serta SSL, metode pembayaran ini sangat aman dilakukan. Aplikasi pembayaran digital berperan penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi digital, mempercepat proses transaksi bisnis, dan mendukung inklusi keuangan dengan menyediakan akses ke layanan keuangan bagi masyarakat yang sebelumnya tidak terjangkau oleh sistem perbankan tradisional.

Jenis-jenis aplikasi pembayaran digital:

- a. *E-wallet* (Dompot Digital): Aplikasi yang menyimpan uang elektronik dan memungkinkan transaksi pembayaran secara digital, seperti OVO, *GoPay*, Dana.
- b. *Mobile Banking*: Transaksi pembayaran dan transfer dana melalui aplikasi bank di *smartphone*.
- c. *Payment Gateway*: Sistem yang menghubungkan toko *online* dengan bank dan lembaga keuangan untuk memproses pembayaran secara *online*.
- d. *Cryptocurrency*: Mata uang digital yang menggunakan teknologi *blockchain*, seperti *bitcoin*.

Aplikasi pembayaran digital merupakan layanan elektronik untuk menyimpan data instrumen pembayaran sebagai alat pembayaran dengan menggunakan kartu atau uang elektronik, yang dapat juga menampung dana, untuk melakukan pembayaran (Bank Indonesia, 2016) yang dirancang untuk menawarkan kecepatan, kemudahan penggunaan, efisiensi, efektivitas, transparansi, dan aksesibilitas kepada konsumen.

Layanan ini cocok di Indonesia karena populasi penduduk Indonesia yang luas dan aplikasi pembayaran digital yang disediakan perusahaan berbasis internet meningkat 50% dari 2017 hingga 2019, dimana uang elektronik tersebut disimpan di aplikasi pembayaran digital yang dikembangkan oleh sebuah aplikasi (Gunawan, dkk, 2021).

Indikator Aplikasi pembayaran digital menurut Fahrian, (2021) sebagai berikut:

1. Kecepatan dan Efisiensi (*Transaction Efficiency*)
2. Keamanan Transaksi (*Security*)
3. Keandalan dan Ketersediaan (*Reliability*)
4. Manfaat atau Kegunaan (*Perceived Usefulness*)

5. Kepuasan terhadap Penggunaan (*User Experience*)

Dari beberapa definisi diatas yang telah dikemukakan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa aplikasi pembayaran digital adalah sebuah platfrom berbasis teknologi yang menjembatani proses transaksi keuangan secara nontunai untuk mempermudah metode pembayaran.

2.1.5 Kemudahan Penggunaan

Kemudahan penggunaan merujuk pada tingkat kejelasan dan kemudahan interaksi dengan suatu sistem, serta kemudahan penggunaan sistem tersebut untuk melakukan tindakan yang diperlukan. Hal ini juga melibatkan usaha yang diperlukan dalam berinteraksi dengan sistem serta tingkat kemudahan penggunaan yang dimiliki oleh sistem tersebut.

Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi tidak memerlukan usaha yang besar atau rumit (Elsie, 2024). Kemudahan penggunaan merupakan faktor kunci yang mempengaruhi penerimaan dan penggunaan teknologi baru. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin besar kemungkinan pengguna untuk menerima dan mengadopsinya.

Ketika seorang konsumen merasakan kemudahan dalam berinteraksi dengan situs *e-commerce*, seperti mencari informasi produk, melakukan pembelian, dan melakukan pembayaran, mereka akan cenderung menganggap belanja *online* lebih bermanfaat. Sebaliknya, jika suatu sistem dianggap sulit digunakan, maka akan dianggap kurang bermanfaat bagi pengguna dalam melakukan belanja secara *online*.

Adapun indikator kemudahan penggunaan menurut Elsie, (2024), sebagai berikut:

1. Mudah untuk dipelajari (*Easy to Learn*).
2. Mudah untuk digunakan (*Easy to Use*).
3. Fleksibel dalam pemakaian (*Flexible*).
4. Mudah dalam penggunaan (*Controllable*).
5. Jelas dan mudah dipahami (*Clear and Understable*).

Dari kemudahan mengakses pilihan barang, kemudahan dalam melakukan pembelian, kemudahan pembayaran sampai dengan kemudahan mendapatkan barang atau pengiriman. Internet memungkinkan akses atas toko dari manapun adalah salah satu contoh sederhana dari kemudahan yang ditawarkan penyedia *e-commerce*.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang memberikan gambaran umum yang relevan sebagai referensi untuk penelitian ini. Berikut ini penelitian-penelitian dijelaskan dengan rinci:

Tabel 2.2
Tinjauan Penelitian Terdahulu

No.	Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Endah Dwi Utami (2024)	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pemesanan Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Warkop Kopi Nusantara Surabaya	Aplikasi pemesanan meningkatkan kepuasan melalui kecepatan layanan dan kejelasan informasi menu.
2.	Aulia Mutiara (2024)	Pengaruh Pembayaran Digital Terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop pada Warkop Joko Kopi Medan	Transaksi digital mempermudah pembayaran dan meningkatkan kenyamanan yang berdampak pada kepuasan.

No.	Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
3.	Elsie, Y. (2024)	Pengaruh Aplikasi Pemesanan dan Pembayaran Terintegrasi Terhadap Pengalaman dan Kepuasan Konsumen pada Warkop Digital Binjai.	Integrasi sistem pemesanan dan pembayaran meningkatkan kepuasan melalui proses yang lebih efisien.
4.	Fauzi (2024)	Pengaruh Pemanfaatan QRIS Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warkop Modern pada Warkop Gayo Point Medan	Penggunaan QRIS mempermudah transaksi dan meningkatkan kepuasan pengguna.
5.	Sigit Ardiansyah, Gelard Untirtha, Ali Rohman (2024)	Efektivitas Penggunaan Aplikasi Kuliner Pada UMKM Kopi pada UMKM Kopi Mandiri Deli Serdang	Aplikasi kuliner meningkatkan efektivitas layanan dan berdampak positif pada kepuasan.
6.	Hanaya Avy Genina Br Ginting, Suyud Widiono (2024)	Aplikasi Kedai Kopi Inovatif dengan Fitur Reservasi Ruangan: Solusi Digital untuk Meningkatkan Pengalaman Pelanggan	Aplikasi pemesanan <i>online</i> yang dikembangkan terbukti efektif dalam memenuhi harapan pengguna dan memberikan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan
7.	Wira S. (2023)	<i>The Influence of Digital Payment Usage Among Millennials in Tanjunguban</i>	Penggunaan pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan aplikasi.
8.	Rogatianus Maryatmo, Devi Victoria, Pamenta (2023)	<i>The Role of Digital Applications in the Business Performance of Micro-Scale Coffee Shops in Yogyakarta Special Region</i>	Kecepatan akses internet memiliki hubungan positif dengan hasil penjualan.
9.	Putra (2023)	Peran Kemudahan Penggunaan Dalam Memediasi Pengaruh Digital Payment Pada Loyalitas Konsumen di Coffee Shop Urban Brew Bandung	Kemudahan penggunaan memediasi pengaruh pembayaran digital terhadap loyalitas dan kepuasan.
10.	Deivy Zulyanti Nasution, Devita Gantina, Rina Fitriana (2022)	Pemanfaatan Aplikasi Pemesanan Makanan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelayanan	Pemesanan dengan memakai aplikasi tidak hanya memudahkan, akan tetapi menghemat waktu dari sisi pelanggan.

No.	Sumber	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
11.	Deswita Siregar & Riswan Lubis (2022)	Kemudahan Penggunaan Aplikasi Kuliner Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Sada Medan Johor	Kemudahan penggunaan menjadi faktor penting dalam persepsi kepuasan pengguna aplikasi pemesanan.
12.	Fahrian. A. (2021)	Analisis Kepuasan Konsumen pada Warkop Berbasis Online Ordering pada Warkop Kopi Aceh Medan	Online ordering mempermudah konsumen dan mempercepat layanan sehingga meningkatkan kepuasan.
13.	Nurul Lathifah (2021)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Warung Kopi di Kota Makassar.	Kualitas pelayanan, Pengaruh harga terhadap loyalitas konsumen melalui loyalitas konsumen berpengaruh positif dan signifikan.
14.	Akbar Gunawan, Nuraida Wahyuni, Vidya Nur Sheka (2021)	Kualitas Pelayanan Aplikasi DANA Terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai Kopi Roda Tiga Medan Barat	Kemudahan dalam pembayaran dari segi transaksi memberikan Kepuasan Pelanggan
15.	Andhik (2020)	<i>Analysis of Service Quality on Consumer Satisfaction to Improve Service Quality at Samudera Kuphi Surabaya Using Service Quality and Quality Function Deployment Methods</i>	Kualitas Pelayanan Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepuasan Konsumen untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

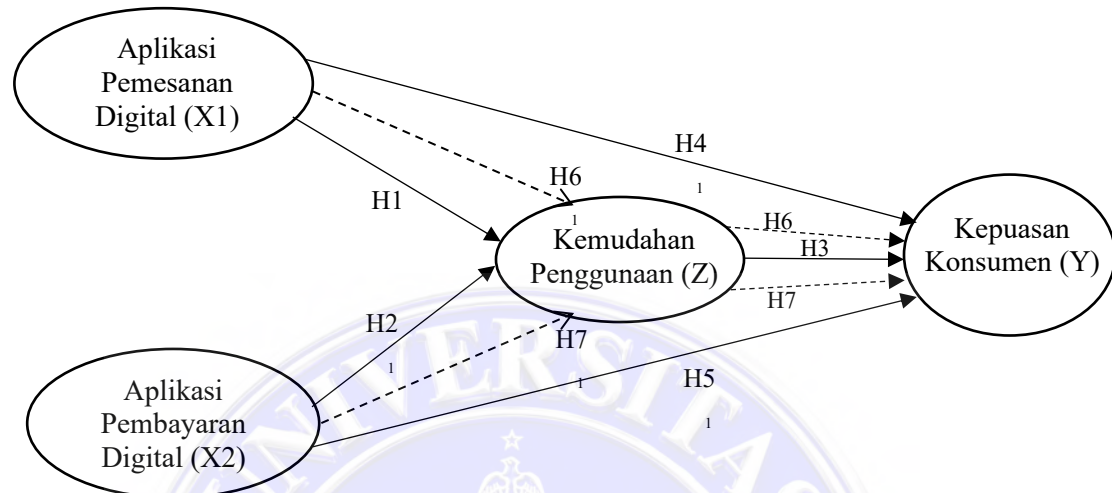
2.3. Kerangka Berfikir

Kerangka penelitian adalah model konseptual yang menggambarkan hubungan antara variabel yang diteliti berdasarkan teori-teori yang relevan dan hasil penelitian sebelumnya (Sugiyono, 2020).

Penelitian ini menggunakan variabel bebas yaitu aplikasi pemesanan digital (X1) dan aplikasi pembayaran digital (X2) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan

konsumen (Y) melalui variabel intervening yaitu kemudahan penggunaan (Z).

Kerangka konseptual dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Berfikir

2.4. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang masih harus diuji kebenarannya melalui pengumpulan data di lapangan (Sugiyono, 2020). Maka dari itu berikut hipotesis penelitian ini:

2.4.1 Pengaruh Aplikasi Pemesanan Digital Terhadap Kemudahan Penggunaan

Berdasarkan teori *Technology Acceptance Model* (TAM) yang menyatakan bahwa persepsi kemudahan penggunaan merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi adopsi teknologi oleh pengguna, maka aplikasi pemesanan digital yang dirancang dengan antarmuka yang intuitif, responsif, dan fitur lengkap diasumsikan dapat meningkatkan kemudahan penggunaan bagi penggunanya.

Berdasarkan *Technology Acceptance Model* (TAM) yang dikembangkan oleh Davis

(2021), kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor kunci yang mempengaruhi keputusan pengguna untuk menerima dan menggunakan teknologi baru. Dalam konteks aplikasi pemesanan digital, kemudahan penggunaan ini sangat dipengaruhi oleh kualitas antarmuka pengguna (*user interface*), kecepatan respon aplikasi, dan fitur-fitur yang disediakan yang dapat mempermudah proses pemesanan.

Asumsi yang mendasari penelitian ini adalah bahwa aplikasi pemesanan digital yang dirancang dengan antarmuka yang intuitif, proses yang sederhana, dan kinerja yang cepat akan meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan oleh pengguna. Maka secara teoritis dan empiris dapat dirumuskan hipotesis bahwa:

H₁: Aplikasi Pemesanan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kemudahan Penggunaan.

2.4.2 Pengaruh Penggunaan aplikasi pembayaran digital Terhadap Kemudahan Penggunaan

Menurut Pillai dan Sivathanu (2021) menyatakan bahwa kemudahan penggunaan adalah prediktor utama kepuasan pengguna terhadap aplikasi digital. Kemudahan penggunaan adalah persepsi pengguna terhadap tingkat kesederhanaan dalam menggunakan sistem aplikasi pembayaran digital. Ini mencakup kemudahan navigasi aplikasi, kecepatan penyelesaian transaksi, dan minimnya hambatan teknis selama penggunaan.

Berdasarkan Asumsi dasar dalam hipotesis ini adalah bahwa fitur-fitur dan kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi pembayaran digital secara langsung

meningkatkan persepsi kemudahan penggunaan bagi pengguna. Dengan kata lain, apabila sistem aplikasi pembayaran digital dirancang dengan user experience yang baik, maka pengguna akan merasa lebih mudah dan nyaman dalam melakukan transaksi, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat adopsi teknologi aplikasi pembayaran digital tersebut. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hadita (2023) menunjukkan hasil bahwa Penggunaan aplikasi pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan penggunaan sistem aplikasi pembayaran digital di restoran *Fast Food*. Maka secara teoritis dan empiris dapat dirumuskan hipotesis bahwa:

H₂: Penggunaan aplikasi pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kemudahan Penggunaan.

2.4.3 Pengaruh Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam banyak studi perilaku konsumen digital, kemudahan penggunaan terbukti menjadi faktor yang memperkuat nilai perseptual dan afeksi konsumen terhadap suatu produk atau layanan, yang kemudian tercermin dalam kepuasan yang dirasakan. *Technology Acceptance Model* (TAM), Davis, (1989), menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi penerimaan teknologi. Semakin mudah suatu sistem digunakan, semakin tinggi kemungkinan pengguna merasa puas dan mau terus menggunakannya.

Maka dapat diasumsikan bahwa semakin tinggi tingkat kemudahan yang dirasakan oleh konsumen dalam menggunakan suatu layanan atau sistem, maka

semakin besar pula tingkat kepuasan konsumen terhadap layanan tersebut. Hubungan ini bersifat positif dan signifikan, artinya peningkatan kemudahan penggunaan akan meningkatkan kepuasan konsumen, jika semua variabel lain dianggap tetap (*ceteris paribus*, 2023). Oleh karena itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H₃: Kemudahan Penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2.4.4 Pengaruh Aplikasi Pemesanan Digital Terhadap Kepuasan Konsumen

Aplikasi Pemesanan Digital Merupakan bagian dari sistem layanan berbasis *Electronic Service (E-Service)* yang menggunakan teknologi digital untuk memfasilitasi proses pemesanan barang atau jasa. *Service Quality Theory* (Parasuraman dkk., 1988), Kualitas layanan digital, termasuk aplikasi pemesanan, berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Jika aplikasi memberikan layanan yang cepat, mudah diakses, dan sesuai kebutuhan, maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Expectation-Disconfirmation Theory (Oliver, 1980), Kepuasan konsumen terbentuk dari perbandingan antara harapan sebelum menggunakan layanan dengan pengalaman aktual. Jika aplikasi pemesanan digital mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen, maka kepuasan konsumen akan tercapai.

Maka diasumsikan bahwa kualitas dan efektivitas penggunaan aplikasi pemesanan digital yang ditandai dengan kemudahan akses, kecepatan pemrosesan, akurasi informasi, serta keandalan *system* memiliki peran penting dalam membentuk

persepsi konsumen terhadap pengalaman bertransaksi yang efisien dan menyenangkan. Maka secara teoritis dan empiris dapat dirumuskan hipotesis bahwa:

H₄: Aplikasi Pemesanan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2.4.5 Pengaruh Penggunaan aplikasi pembayaran digital Terhadap Kepuasan Konsumen

Salah satu pendekatan populer adalah *Disconfirmation Theory* yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen ditentukan oleh perbandingan antara harapan awal dengan persepsi hasil aktual. *Theory of Reasoned Action* (TRA), Fishbein & Ajzen (1975), Menurut TRA, perilaku pengguna dipengaruhi oleh niat yang terbentuk dari sikap terhadap penggunaan. Jika konsumen percaya bahwa aplikasi pembayaran digital aman, cepat, dan efisien, maka sikap positif ini akan meningkatkan kepuasan dalam penggunaannya.

Diasumsikan bahwa semakin tinggi persepsi kemudahan, kecepatan, keamanan, dan kenyamanan dari penggunaan aplikasi pembayaran digital (*digital payment*), maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen terhadap proses transaksi, karena konsumen merasakan efisiensi, minimnya hambatan, serta pengalaman berbelanja yang lebih praktis dan modern. Maka secara teoritis dan empiris dapat dirumuskan hipotesis bahwa:

H₅: Penggunaan aplikasi pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

2.4.6 Pengaruh Aplikasi Pemesanan Digital Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kemudahan Penggunaan

Pengalaman konsumen saat berinteraksi dengan aplikasi digital menjadi faktor penentu dalam pembentukan persepsi nilai dan kepuasan. *Technology Acceptance Model* (TAM) – Davis (1989), Model ini menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) berperan penting dalam mendorong penerimaan teknologi. Jika aplikasi pemesanan digital mudah digunakan, maka konsumen akan lebih puas dalam menggunakannya.

Berdasarkan teori kepuasan konsumen, dapat diasumsikan bahwa penggunaan aplikasi pemesanan digital yang dirancang dengan memperhatikan kemudahan penggunaan, seperti antarmuka yang intuitif, navigasi yang sederhana, dan proses pemesanan yang efisien, akan meningkatkan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan digital. Maka secara teoritis dan empiris dapat dirumuskan hipotesis bahwa. H₆: Aplikasi Pemesanan Digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui kemudahan penggunaan.

2.4.7 Pengaruh Penggunaan aplikasi pembayaran digital Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Kemudahan Penggunaan

Dalam konteks penggunaan aplikasi pembayaran digital, kemudahan penggunaan merupakan kunci utama dalam membentuk pengalaman positif

konsumen, yang kemudian berpengaruh pada kepuasan mereka terhadap layanan. *Technology Acceptance Model* (TAM) – Davis (1989), TAM menekankan bahwa kemudahan penggunaan (*perceived ease of use*) sangat mempengaruhi penerimaan teknologi. Jika aplikasi pembayaran digital mudah digunakan, maka pengguna akan lebih puas karena merasa nyaman dan terbantu dalam transaksi.

Maka dapat diasumsikan bahwa sistem aplikasi pembayaran digital yang dirancang secara mudah digunakan ditandai dengan antarmuka yang intuitif, proses transaksi yang cepat, serta sistem keamanan yang jelas akan menciptakan persepsi positif terhadap kemudahan penggunaan, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan konsumen dalam melakukan transaksi. Maka secara teoritis dan empiris dapat dirumuskan hipotesis bahwa.

H₇: Penggunaan aplikasi pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen melalui kemudahan penggunaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu dan mengumpulkan data menggunakan alat penelitian, menganalisis data kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis (Sugiyono, 2020).

Dengan jenis penelitian yaitu asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang menggunakan karakteristik sebab-akibat dari hubungan variabel independen atas variabel dependen (Ghozali, 2020). Penelitian asosiatif kausal dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital (X1) dan Penggunaan aplikasi pembayaran digital (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada Warung Kopi Samudera Kuphi Medan, yang diukur melalui Kemudahan Penggunaan (Z).

Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif, yakni penelitian yang dilakukan dengan prosedur statistik, teknik pengambilan sampel, pengumpulan data dengan menggunakan instrumen penelitian guna menguji hipotesis yang ditetapkan berdasarkan teori yang digunakan (Ghozali, 2020). Alat ukur penelitian ini yaitu kuesioner dan data yang diperoleh berupa jawaban dari para konsumen terhadap pertanyaan yang diajukan.

3.2 Sumber Data

Jenis sumber data yang digunakan dalam proses penelitian ini adalah data primer yang diperoleh melalui teknik pengumpulan data yang melibatkan responden

secara langsung dengan menyebar angket, yang bertujuan untuk memperoleh informasi terkait variabel-variabel yang diteliti. Angket atau kuesioner yakni pertanyaan tertulis yang telah didesain dan responden diminta untuk mengisi angket tersebut (Ghozali, 2020).

3.3 Lokasi Penelitian

Warung kopi samudera kuphi Medan yang Berdiri Sejak Tahun 2018. Awal berdiri di Jl. Gagak Hitam No.80, Sei Sikambing B, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20122, Indonesia.

3.4 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan dalam rentang waktu selama 8 bulan, yaitu dari bulan Juni 2025 hingga Februari 2026. Berikut waktu dan tahapan penelitian yang penulis rencanakan:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	2025							2026	
		Jun	Jul	Agus	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Feb
1.	Penyusunan Proposal									
2.	Seminar Proposal									
3.	Pengumpulan									
4.	Analisis Data									
5.	Seminar Hasil									
6.	Pengajuan Meja Hijau									
7.	Meja Hijau									

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025)

3.5 Populasi dan Sampel Penelitian

3.5.1 Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2020). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Warung Kopi Samudera Kuphi Medan yang melakukan transaksi kurun waktu enam bulan terakhir, yaitu dari bulan januari hingga juni 2025 sebanyak 4.500 orang.

3.5.2 Sampel Penelitian

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menerapkan metode simple random sampling yaitu pemilihan sampel dimana setiap individu atau elemen dalam populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden yang memastikan bahwa sampel yang diambil mewakili populasi secara acak dan tidak bias.

Sampel menuju pada bagian dari populasi atau elemen dari populasi akan membentuk sampel agar peneliti dapat menarik kesimpulan untuk populasinya (Ghozali, 2020). Mengingat ukuran populasi yang begitu besar, maka ditentukan sampel untuk mewakili populasi dalam penelitian ini. Penetapan ukuran sampel dapat dilakukan dengan menggunakan rumus *slovin*, yakni sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimal

N = Populasi

(e)= Batas toleransi kesalahan (*error tolerance*), dalam sampel ini dipakai 10%.

Jumlah populasi (N) pelanggan aktif Warung Kopi Samudera Kuphi adalah 4.500 orang, dan tingkat kesalahan (e) ditetapkan sebesar 10% (0,1), maka:

$$n = \frac{4.500}{1 + 4.500 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{4.500}{1 + 45}$$

$$= 97,826 \text{ Orang dibulatkan menjadi } 98 \text{ Orang}$$

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 98 responden.

3.6 Definisi Operasional

Definisi operasional dalam penelitian berfungsi untuk memberikan penjelasan yang jelas dan terukur tentang variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. Penelitian ini terdiri atas empat variabel yang diteliti, yaitu aplikasi pemesanan digital, aplikasi pembayaran digital, kepuasan konsumen dan kemudahan penggunaan. Pada penelitian ini definisi operasional dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran
Aplikasi Pemesanan Digital (X1)	Aplikasi digital adalah bagian dari sistem <i>e-commerce</i> yang memungkinkan transaksi bisnis dilakukan secara elektronik menggunakan internet, termasuk pemesanan dan pembayaran. (Wira, 2023),	1. Frekuensi Penggunaan 2. Kelengkapan Fitur Pemesanan 3. Kemudahan Navigasi Aplikasi 4. Kecepatan dalam Pemrosesan Pesanan 5. Tingkat Kepercayaan terhadap Aplikasi (Wira, 2023),	Skala Likert

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Ukuran
Aplikasi pembayaran digital (X2)	Metode pembayaran yang dilakukan secara elektronik menggunakan perangkat digital seperti komputer, smartphone, atau perangkat lain yang terhubung ke internet, tanpa perlu menggunakan uang tunai atau cek secara fisik. (Fahrman, 2021)	1. Kecepatan dan Efisiensi (<i>Transaction Efficiency</i>) 2. Keamanan Transaksi (<i>Security</i>), 3. Keandalan dan Ketersediaan (<i>Reliability</i>), 4. Manfaat atau Kegunaan (<i>Perceived Usefulness</i>), 5. Kepuasan terhadap Penggunaan (<i>User Experience</i>) (Fahrman, 2021)	Skala Likert
Kepuasan Konsumen (Y)	Tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. (Lathifah, 2021)	1. Kualitas Produk atau Layanan, 2. Kesesuaian Harga dengan Nilai yang Diterima, 3. Pelayanan/ <i>Customer Service</i> , 4. Pengalaman Penggunaan (<i>User Experience</i>), 5. Kepuasan secara Keseluruhan (<i>Overall Satisfaction</i>) (Lathifah, 2021)	Skala Likert
Kemudahan Penggunaan (Z)	Kemudahan penggunaan adalah sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu sistem atau teknologi tidak memerlukan usaha yang besar atau rumit (Elsie, 2024)	1. Mudah untuk dipelajari (<i>Easy to Learn</i>), 2. Mudah untuk digunakan (<i>Easy to Use</i>), 3. Fleksibel dalam pemakaian (<i>Flexible</i>). 4. Mudah dalam penggunaan (<i>Controllable</i>) 5. Jelas dan mudah dipahami (Elsie, 2024)	Skala Likert

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2025)

3.7 Skala Pengukuran Variabel

Pengukuran skor penelitian dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert sejumlah pertanyaan disusun dengan jawaban responden dalam satu kontinum

yang diberi bobot sesuai dengan item, dalam penelitian ini terdapat lima kategori penilaian jawaban yang mengandung variasi nilai bertingkat, antara lain:

Tabel 3.3
Skala Likert

Jawaban	Score
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Bahwa semakin tinggi skor yang diperoleh dari seorang responden, merupakan indikasi bahwa responden tersebut sikapnya semakin positif terhadap obyek yang ingin diteliti oleh penulis. Tujuannya untuk mengarahkan responden menjawab pertanyaan yang benar-benar menggambarkan kondisi responden.

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, pengujian hipotesis dilakukan dengan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) berbasis *Partial Least Square* (PLS). Masing-masing hipotesis akan dianalisis dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak *SmartPLS* 4.1.4 yang merupakan sebuah aplikasi analisis jalur untuk menguji hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini terdiri empat variabel. Yakni variabel bebas (*independent*) Aplikasi pemesanan digital (X1) dan aplikasi pembayaran digital (X2), sedangkan variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan konsumen dan variabel intervening yaitu Kemudahan Penggunaan.

3.8.1. Evaluasi *Outer Model (Measurement Model)*

Evaluasi *outer model (measurement model)* merupakan tahap awal dalam uji penelitian yang menerapkan penggunaan metode *Partial Least Square - Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. Pengujian pada *outer model* memberikan nilai pada analisis validitas dan realibilitas. Evaluasi ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konstruk dengan variabel indikator melalui uji validitas dan uji reliabilitas.

Uji validitas yang dilakukan pada *outer model* diuji dengan kriteria sebagai berikut:

1. *Convergent Validity* dilihat melalui nilai loading factor pada variabel dengan nilai *convergent validity* adalah $> 0,7$.
2. *Average Variance Extracted (AVE)* dengan nilai $> 0,5$.
3. *Discriminant Validity* ialah pengujian yang menggunakan nilai *cross loading*, dimana *cross loading* indikator pada variabelnya adalah yang terbesar dibandingkan dengan variabel lainnya.
4. *Fornell Lacker* digunakan untuk meyakinkan validitas diskriminan, maka AVE untuk setiap variabel laten harus lebih tinggi dari pada R^2 dengan semua variabel laten lainnya.

Uji reliabilitas yang dilakukan pada *outer model* diuji dengan kriteria sebagai berikut:

1. Nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,7$.
2. Nilai *Composite Reliability* $> 0,7$.

3.8.2. Uji *Heterotrait Monotrait Ratio* (HTMT)

Uji discriminant validity dapat juga dilakukan dengan menggunakan HTMT, dengan dasar pengambilan keputusan apabila nilai HTMT < 0.90 maka artinya *discriminant validity* telah tercapai atau memenuhi syarat dan pengujian dapat dilanjutkan pada tahap *Inner* model.

3.8.3. Evaluasi *Inner Model (Structural Model)*

Evaluasi *Inner* model (*structural model*) merupakan tahap kedua dalam uji penelitian yang menerapkan penggunaan metode *Partial Least Square - Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Evaluasi ini bertujuan untuk memprediksi hubungan kausalitas atau hubungan sebab akibat antara variabel melalui R^2 value (*Coefficient of Determination*).

Pada penelitian ini terdapat kriteria pengujian structural model yang dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. R^2 value (*Coefficient of Determination*) yaitu jika nilai R^2 berada pada rentang nilai 0 sampai dengan 1 yang mana pada nilai 0,25 mengartikan tingkat keakuratan prediksi yang lemah; 0,50 mengartikan sedang; 0,75 mengartikan kuat.
2. Model fit yaitu suatu model dikatakan memenuhi kriteria apabila memiliki nilai SRMR < 0,10.
3. *Predictive relevance* Q^2 dapat dikatakan memenuhi syarat dan diterima apabila nilai Q^2 harus lebih besar dari 0 sehingga menunjukkan bahwa model tersebut memiliki relevansi prediktif pada suatu model. Sebaliknya, apabila Q^2 bernilai 0

atau di bawahnya maka tidak menunjukkan adanya relevansi prediktif pada suatu model.

3.8.4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menunjukkan hubungan yang telah dihipotesiskan dengan praktik simulasi. Uji hipotesis dilakukan dengan teknik bootstrapping. Data yang digunakan untuk *bootstrapping* adalah data yang sudah dilakukan dalam tahapan *measurement*. Untuk tahap uji hipotesis berpacu terhadap tiga tahapan yaitu *path coefficient (original sample)*, *t-statistics*, dan *p-value*.

Berikut adalah rincian ketentuan dari masing-masing tahapan:

1. Pada nilai *path coefficient (original sample)* hasil yang memiliki tanda +1 mewakili hubungan positif yang kuat antar variabel, begitu juga sebaliknya jika hasil nilai *path coefficient* memiliki tanda -1 mewakili nilai negatif yang kuat antar variabel.
2. Pada tingkat signifikansi atau α (*alpha*) sebesar 5% (0,05) suatu variabel laten dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel laten lainnya apabila nilai *t-statistics* bernilai sebesar $>1,96$. Sementara *t-statistics* yang bernilai $<1,96$ berarti bahwa antar variabel laten yang diuji kurang berpengaruh signifikan.
3. Pada nilai *p-value* $< 0,05$ dinyatakan bahwa variabel yang satu dapat mempengaruhi variabel lainnya. Sedangkan nilai *p-value* $> 0,05$ dinyatakan bahwa variabel yang satu tidak berpengaruh terhadap variabel yang lainnya.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian, penulis memperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan aplikasi pemesanan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan penggunaan. Hal ini berarti bahwa semakin sering dan optimal pengguna memanfaatkan aplikasi pemesanan digital, maka semakin tinggi pula tingkat kemudahan yang dirasakan dalam proses penggunaannya.
2. Penggunaan aplikasi pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kemudahan penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin sering konsumen menggunakan aplikasi pembayaran digital, seperti QRIS, e-wallet, atau mobile banking, maka semakin tinggi pula tingkat kemudahan yang dirasakan dalam proses transaksi. Aplikasi pembayaran digital yang cepat, praktis, dan aman membuat pengguna merasa nyaman dan efisien saat bertransaksi di Warung Kopi Samudera Kuphi Medan.
3. Kemudahan penggunaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa semakin mudah suatu aplikasi digunakan oleh konsumen, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan.
4. Penggunaan aplikasi pemesanan digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa semakin

tinggi tingkat penggunaan aplikasi pemesanan digital oleh konsumen, maka semakin besar pula tingkat kepuasan yang dirasakan terhadap pelayanan yang diberikan.

5. Penggunaan aplikasi pembayaran digital memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa semakin sering dan mudah konsumen menggunakan aplikasi pembayaran digital, semakin tinggi pula tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diberikan.
6. Kemudahan Penggunaan signifikan memediasi pengaruh penggunaan aplikasi pemesanan digital terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berperan penting dalam menjembatani pengaruh antara penggunaan aplikasi pemesanan digital dengan tingkat kepuasan konsumen.
7. Kemudahan Penggunaan signifikan memediasi pengaruh penggunaan aplikasi pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menggambarkan bahwa kemudahan penggunaan memainkan peran penting dalam memperkuat pengaruh penggunaan aplikasi pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen.

6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dan dari hasil penelitian, maka penulis dapat memberikan saran untuk menyempurnakan ini dan yang akan datang sebagai berikut:

1. Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital (X1), Warung Kopi Samudera Kuphi Medan disarankan untuk terus mengoptimalkan sistem pemesanan digital

dengan menambah fitur yang mempermudah pelanggan, seperti pelacakan pesanan secara real-time, opsi penyesuaian menu, serta tampilan antarmuka yang lebih menarik dan mudah dipahami.

2. Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (X2), Disarankan agar pihak warung memperluas kerja sama dengan berbagai platform pembayaran digital untuk memberikan lebih banyak pilihan kepada pelanggan. Selain itu, memastikan sistem pembayaran berjalan lancar dan aman akan meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan konsumen.
3. Kemudahan Penggunaan (Z), Aplikasi yang digunakan sebaiknya dirancang dengan fokus pada pengalaman pengguna (user experience). Tampilan yang sederhana, navigasi yang jelas, serta kecepatan akses harus menjadi prioritas agar konsumen merasa mudah dan nyaman dalam menggunakan aplikasi.
4. Kepuasan Konsumen (Y), Untuk menjaga dan meningkatkan kepuasan konsumen, pihak warung perlu secara rutin mengevaluasi kualitas layanan digital dan respon pelanggan. Umpan balik dari konsumen dapat menjadi dasar untuk melakukan perbaikan dan inovasi layanan agar tetap relevan dengan kebutuhan pengguna.
5. Bagi Warung Kopi Samudera Kuphi Medan, Disarankan untuk terus meningkatkan kualitas dan kemudahan penggunaan aplikasi digital, baik dalam pemesanan maupun pembayaran. Desain antarmuka yang sederhana, fitur yang responsif, serta kecepatan transaksi akan memperkuat kepuasan dan loyalitas konsumen.

6. Bagi Konsumen, disarankan untuk memanfaatkan teknologi digital yang tersedia agar memperoleh pengalaman pelayanan yang lebih cepat, praktis, dan efisien.
7. Bagi Peneliti Selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti loyalitas pelanggan, kepercayaan pengguna, atau persepsi nilai agar hasil penelitian lebih komprehensif dan mampu menggambarkan pengaruh teknologi digital terhadap perilaku konsumen secara lebih mendalam. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam bagaimana faktor sosial budaya, seperti gaya hidup, norma sosial, tingkat literasi digital, dan kebiasaan masyarakat dalam berinteraksi, dapat memediasi hubungan antara penggunaan teknologi digital dan kepuasan konsumen. Dengan demikian, hasil penelitian akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai perilaku konsumen, khususnya pada sektor usaha warung kopi yang memiliki karakteristik unik sebagai ruang sosial.

DAFTAR PUSTAKA

- Afina M. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Daya Tarik Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Kartu E-Money Di Pekanbaru* (Doctoral Dissertation, FEB Universitas Islam Riau).
- Agung I., Trilaksono I., & Budi P. (2023). *Analisis Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus Pada Gojek di Surabaya*. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5 (1), (101-112).
- Ananda, R. (2022). *Persepsi Kemudahan Aplikasi GoFood terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi*. Kedai Kopi Roda Tiga, Medan Barat.
- Andhik. (2020). *Analysis of Service Quality on Consumer Satisfaction to Improve Service Quality at Samudera Kuphi Surabaya Using Service Quality and Quality Function Deployment Methods* (Doctoral Dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya).
- Ardiansyah, S., Pratama, G. U., Auliana, S., Munawir, A., & Rohman, A. (2025). *Perancangan Aplikasi Pemesanan Kopi Berbasis Web Pada Kedai Kopi Gen*. *EMABI: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3 (15), 66.
- Dary N., Gotama P., & Susilo T., Raharjo. (2021). *Analisis Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Manfaat Terhadap Loyalitas Pengguna Dengan Kepuasan Pengguna Sebagai Variabel Intervening* (Studi Pada Pengguna Aplikasi Grab di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10 (6), 1.
- Davis, F. D. (1989). *Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology*. *MIS Quarterly*, 13(3), 319–340.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). *The DeLone and McLean model of information systems success: A ten-year update*. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30.
- Elsie, Y. N. (2024). *Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan Aplikasi Uang Elektronik Dana Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Daerah Istimewa Yogyakarta* (Doctoral Dissertation, Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta).

- Endah D. U. (2024). *Pengaruh Kualitas Layanan Digital Dan Promosi Terhadap Kepercayaan Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Shopeefood Sebagai Variabel Mediasi Ditinjau Ditinjau Dalam Persepektif Bisnis Islam (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Shopeefood Prodi Manajemen Bisnis Syariah Angkatan 2022 Uin Raden Intan Lampung)* (Doctoral Dissertation, FEB Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung)
- Fahrian A. (2021). *Pengaruh Persepsi Keamanan, Kemudahan Penggunaan Terhadap Minat Beli Melalui Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Studi Kasus E-commerce Lazada Di Kota Makassar* (Doctoral Dissertation, Universitas Hasanuddin Makassar).
- Faizah., N. (2022). Pengaruh *Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness* Terhadap Loyalitas Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Terhadap Penggunaan Aplikasi Warung Pintar. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10 (3), 1.
- Fauzi, M. (2024). *Pengaruh Pemanfaatan QRIS terhadap Kepuasan Konsumen pada Warkop Modern*. Warkop Gayo Point, Medan.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Ghozali, Imam, 2020. *Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*, Penerbit Yoga Pratama, Semarang.
- Ginting, H. A. G. B., & Widiono, S. (2024). *Aplikasi Kedai Kopi Inovatif dengan Fitur Reservasi Ruang: Solusi Digital untuk Meningkatkan Pengalaman Pelanggan*. EMABI: *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3 (9), 56.
- Gunawan, A., Wahyuni, N., & Sheka, V. N. (2021). *Kualitas Pelayanan Aplikasi DANA Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 6, 32.
- Harahap, A. (2023). *Pengaruh E-Wallet terhadap Kenyamanan dan Kepuasan Pelanggan*. Warkop Sigma, Medan Marelan.
- Hutabarat, J. (2022). *Pengaruh Pembayaran Digital terhadap Kepuasan Pelanggan Warkop*. Warkop Joko Kopi, Medan.

- Jessica, M., Sinaga. (2022). *Pengaruh Penggunaan E-commerce, Pembayaran Non Tunai (Cashless), Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Di Coffee Shop Kips Kopi*. EMABI: *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3 (2), 1.
- Lathifah, N. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Restoran Padang di Kota Makassar (Doctoral Dissertation, FEB Universitas Hasanuddin Makassar)*.
- Lina, F., Dida, A. Gurnida, & Siska, W. (2022). *Pengaruh Sistem Pemesanan Makanan Digital Terhadap Ketepatan Waktu Pemberian Makanan Dan Kepuasan Pasien*. *Jurnal Gizi Klinik Indonesia*, 19 (2), (67-78).
- Liu, J., & Hung, T. (2021). *Digital Payment Systems and Customer Satisfaction in the Era of Cashless Society*. *Journal of Digital Commerce and Consumer Satisfaction*, 7(2), 45–59.
- Lubis, A. (2021). *Pemanfaatan Teknologi Digital dalam Meningkatkan Kualitas Layanan dan Kepuasan Konsumen di Era Transformasi Digital*. Medan: Universitas Medan Area.
- Makhrus, M., Wildan., & Dariantio. (2025). *Pengaruh Sistem Penjualan Dan Metode Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Ababills Lamongan*. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, E-Issn: 2807-2219.
- Maryatmo, R., Victoria, D., & Pamenta. (2023). Rogatianus. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(3), 12.
- Muthiah, H. (2024). *Pengaruh Kompetensi Lulusan Berbasis Entrepreneurship Terhadap Kepuasan Pengguna Dan Daya Saing Alumni Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima*. Kompak: *Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 17(2), 252-260.
- Nasution, D. Z., Gantina, D., & Fitriana, R. (2022). *Pemanfaatan Aplikasi Pemesanan Makanan dan Dampaknya terhadap Kepuasan Pelayanan*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 2(6), 78-80.
- Nasution, S. (2023). *Pengaruh Aplikasi Pemesanan dan Pembayaran Terintegrasi terhadap Pengalaman dan Kepuasan Konsumen*. Warkop Digital Binjai.

- Nuraini, R., & Pratama, A. (2023). The Impact of Digital Payment Usage on Perceived Ease of Use and Customer Experience. *Journal of Digital Economy and Innovation*, 5(1), 44–57.
- Pillai, R., & Sivathanu, B. (2020). Adoption of AI-based chatbots for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(10), 3199–3233.
- Pratama, I. (2022). *Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi Digital terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen di Sektor Kuliner*. Medan: Universitas Medan Area.
- Prayetno, A., Sasmita, J., & Tarigan, M. A. (2025). *Pengaruh Kompetensi Terhadap Kinerja Dengan Motivasi Sebagai Variabel Intervening Pada Pelaku UMKM Sektor Jasa Di Kota Dumai*. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(3), 5304-5314.
- Putra, Y. (2023). *Peran Kemudahan Penggunaan dalam Memediasi Pengaruh Digital Payment pada Loyalitas Konsumen*. Coffee Shop Urban Brew, Bandung.
- Rahman, M., & Fadhilah, S. (2022). The Effect of Digital Application Usage on Perceived Ease of Use and User Satisfaction. *Journal of Digital Business Innovation*, 4(2), 55–67.
- Rahmawati, I., & Sari, D. (2022). *Kemudahan Penggunaan sebagai Mediasi Pengaruh Penggunaan Aplikasi Digital terhadap Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 10(1), 45–57
- Rahmawati, L. (2021). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Pemesanan Makanan terhadap Kepuasan Konsumen*. Warkop Kopi Nusantara, Surabaya.
- Sari, M., & Nugroho, D. (2022). The Effect of Online Ordering Application Usage on Customer Satisfaction in the Digital Service Industry. *Journal of Digital Consumer Behavior*, 4(1), 58–69.
- Setiawati, A. (2020). *Studi Kepuasan Konsumen Untuk Mencapai Loyalitas Konsumen Studi Kasus Pada Konsumen Toko Bangunan Bangun Rejeki Semarang* (Doctoral Dissertation, Universitas Diponegoro Semarang).

- Simanjuntak, F. (2021). *Analisis Kepuasan Konsumen pada Warkop Berbasis Online Ordering*. Warkop Kopi Aceh, Medan.
- Siregar, D., & Lubis, R. (2022). *Kemudahan Penggunaan Aplikasi Kuliner terhadap Kepuasan Konsumen*. Kedai Kopi Sada, Medan Johor.
- Suhartono, R., & Lestari, A. (2020). *Peran Kemudahan Penggunaan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Layanan Digital*. Jurnal Manajemen dan Inovasi, 8(2), 102–115.
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). *User acceptance of information technology: Toward a unified view*. MIS Quarterly, 27(3), 425–478.
- Wijayanti, L., & Raharjo, A. (2022). The Influence of Ease of Use on Customer Satisfaction in Digital Service Platforms. *Journal of Service and Digital Experience*, 4(2), 63–74.
- Wira S. (2023). *The Influence of Digital Payment Usage Among Millennials in Tanjunguban (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Pembangunan, Tanjung pinang)*.
- Zulham, B. (2022). *Efektivitas Penggunaan Aplikasi Kuliner pada UMKM Kopi*. UMKM Kopi Mandiri, Deli Serdang.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Mengisi Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden,

Dalam rangka penyusunan Judul Tesis, saya : Malwin P Alamsyah, mahasiswa S2 dari Magister Management Universitas Medan Area sedang melakukan penelitian mengenai : **PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI PEMESANAN DIGITAL DAN PENGGUNAAN APLIKASI PEMBAYARAN DIGITAL TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN KEMUDAHAN PENGGUNAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WARUNG KOPI SAMUDERA KUPHI MEDAN.**

Kuesioner ini bertujuan untuk mengumpulkan data mengenai Persepsi dan Pengalaman Anda terkait penggunaan layanan digital dan kepuasan Anda sebagai konsumen.

Partisipasi Anda sangat berarti bagi keberhasilan penelitian ini.

Terima kasih atas waktu dan kesediaan Anda.

Hormat saya,

BAGIAN I: DATA DEMOGRAFI RESPONDEN (Opsional)

Berikan tanda ceklis (✓) pada pilihan yang sesuai:

- | | | |
|---|--|--|
| 1. Jenis Kelamin
() Pria
() Wanita | 2.Usia
() <30 tahun
() 30 s/d 39 tahun
() 40 s/d 50 tahun
() > 50 tahun | 3.Pendidikan Terakhir
() SD, SLTP, SMA, SMK
() Diploma
() Sarjana
() Pasca Sarjana |
| 5.Pendapatan Per Bulan
() < 3 juta
() 3 - 5 juta
() 5 - 8 juta
() > 8 juta | 4.Pekerjaan
() Karyawan Swasta
() PNS / BUMN / BUMD
() Wiraswasta
() Lainnya : | |
| 6.Seberapa sering Anda mengunjungi warung kopi ini?
() Setiap hari
() 1-2 kali seminggu
() Kurang dari 1 kali seminggu
() Jarang/Hanya sesekali | | |

BAGIAN II: PERTANYAAN PENELITIAN

Petunjuk: Berikan tanda ceklis (✓) pada kolom yang paling sesuai dengan persepsi dan pengalaman Anda.

Skala Penilaian:

SS	S	KS	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju

Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital :

No.	Pernyataan	Frequency				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Seberapa sering anda menggunakan aplikasi pemesanan digital?					
2	Layanan pemesanan aplikasi digital mudah diakses					
3	Apakah Anda pernah mengalami kendala saat menggunakan aplikasi pemesanan digital?					
4	Seberapa puas Anda terhadap layanan yang diberikan oleh aplikasi pemesanan digital?					
5	Apakah Anda akan terus menggunakan aplikasi pemesanan digital di masa depan?					

Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital :

No.	Pernyataan	Frequency				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Seberapa sering anda menggunakan aplikasi pembayaran digital					
2	Dengan menggunakan aplikasi pembayaran digital transaksi menjadi lebih cepat.					
3	Dalam menggunakan aplikasi pembayaran digital, semua kalangan dapat mudah mengerti dengan jelas dan mudah dalam penggunaannya.					
4	Dengan menggunakan sistem aplikasi pembayaran digital saya akan melakukan berbagai macam transaksi.					
5	Anda akan terus menggunakan aplikasi pembayaran digital di masa depan					

Kemudahan Penggunaan

No.	Pernyataan	Frequency				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Sistem/produk/layanan ini mudah dipahami tanpa memerlukan banyak penjelasan.					
2	Saya merasa mudah untuk mengoperasikan sistem/ produk/ layanan ini.					
3	Sistem/ produk/ layanan ini membantu saya menyelesaikan aktivitas dengan cepat dan efisien.					
4	Fitur-fitur yang tersedia mudah ditemukan dan digunakan.					
5	Karena kemudahan penggunaan, saya bersedia terus menggunakan sistem/ produk/ layanan ini.					

Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	Frequency				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk/layanan yang saya terima sesuai dengan harapan saya.					
2	Harga produk/layanan sepadan dengan kualitas yang saya dapatkan.					
3	Pelayanan yang saya terima cepat dan responsif terhadap kebutuhan saya.					
4	Staf/karyawan bersikap ramah dan membantu.					
5	Secara keseluruhan, saya puas dengan produk/layanan ini.					

PENUTUP

Terima kasih atas waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner ini.

Lampiran 3 Tabulasi Data Uji Angket

**Tabulasi Data Kuesioner Uji Validitas Dan Reliabilitas
Variabel Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital (X1)**

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
1	4	4	5	5	5	23
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20
4	2	3	3	4	3	15
5	4	4	4	4	4	20
6	3	3	4	4	3	17
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	5	4	21
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	4	4	5	5	4	22
12	4	4	3	4	4	19
13	5	4	4	4	4	21
14	4	5	5	4	4	22
15	4	4	4	5	5	22
16	4	4	5	5	4	22
17	4	4	5	4	4	21
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	5	4	21
23	4	4	4	5	5	22
24	4	4	5	5	4	22
25	4	4	4	5	4	21
26	4	4	5	4	4	21
27	4	4	4	5	5	22
28	4	4	4	5	4	21
29	4	4	5	5	4	22
30	4	4	4	4	4	20
31	3	3	3	3	2	14
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20
35	2	3	4	4	2	15
36	4	4	4	4	4	20

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
37	4	4	4	4	4	20
38	5	4	4	4	4	21
39	4	4	5	4	4	21
40	3	3	4	4	3	17
41	4	4	5	5	4	22
42	3	4	3	3	3	16
43	4	4	4	4	4	20
44	3	4	4	4	4	19
45	4	3	4	5	5	21
46	4	4	4	4	5	21
47	5	4	5	4	5	23
48	3	4	4	3	3	17
49	4	4	4	4	4	20
50	3	3	3	3	3	15
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	5	4	21
60	4	4	5	5	5	23
61	4	4	4	5	4	21
62	4	4	4	4	4	20
63	3	3	4	4	3	17
64	4	4	4	4	4	20
65	5	4	4	4	4	21
66	4	4	4	5	4	21
67	4	4	4	4	4	20
68	3	3	3	4	3	16
69	4	4	4	4	4	20
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	4	4	20
72	4	4	4	4	4	20
73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	5	5	25

No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	5	5	22
80	4	4	4	4	4	20
81	3	3	4	4	4	18
82	3	3	3	4	4	17
83	5	5	5	5	5	25
84	4	4	4	5	5	22
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	3	4	4	4	4	19
88	4	4	4	4	4	20
89	5	5	5	5	5	25
90	4	4	4	5	5	22
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	4	4	4	4	4	20
94	3	3	4	4	4	18
95	5	5	5	5	5	25
96	3	3	4	4	3	17
97	4	4	5	5	5	23
98	4	4	5	5	5	23

Tabulasi Data Kuesioner Uji Validitas Dan Reliabilitas Variabel Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
1	5	5	2	4	4	20
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	3	4	4	19
4	5	5	3	3	3	19
5	4	4	3	4	4	19
6	4	4	3	4	4	19
7	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	4	4	20
9	5	5	4	4	4	22
10	4	4	4	5	4	21
11	5	4	4	4	4	21
12	4	4	3	4	4	19

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
13	5	5	3	4	5	22
14	4	4	4	4	4	20
15	5	5	4	4	4	22
16	5	5	4	4	4	22
17	5	5	4	4	4	22
18	4	4	3	4	4	19
19	4	4	3	4	4	19
20	4	5	4	4	4	21
21	5	4	4	4	4	21
22	4	5	4	5	5	23
23	5	4	4	4	4	21
24	4	4	4	5	4	21
25	4	5	4	4	4	21
26	4	4	4	5	4	21
27	4	4	4	5	5	22
28	4	5	4	4	4	21
29	4	5	4	4	4	21
30	4	4	3	4	4	19
31	3	3	2	3	2	13
32	4	4	3	4	4	19
33	4	4	3	4	4	19
34	4	4	3	4	4	19
35	3	3	2	2	3	13
36	4	4	3	4	4	19
37	4	4	3	4	4	19
38	4	4	3	4	5	20
39	4	4	3	4	4	19
40	4	4	3	4	4	19
41	4	4	4	4	4	20
42	3	4	3	3	3	16
43	4	4	3	4	4	19
44	4	4	3	4	4	19
45	4	4	3	4	5	20
46	5	4	3	4	4	20
47	5	5	4	5	5	24
48	4	4	3	3	3	17
49	4	5	4	4	4	21
50	4	3	3	3	3	16
51	4	4	3	4	4	19
52	4	4	3	4	4	19

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
53	4	4	3	4	4	19
54	4	4	3	4	4	19
55	4	4	5	4	4	21
56	4	4	3	4	4	19
57	4	4	3	4	4	19
58	4	4	3	4	4	19
59	4	4	4	4	4	20
60	5	5	5	5	5	25
61	5	4	4	4	5	22
62	4	4	4	4	4	20
63	4	3	3	3	3	16
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	5	4	4	4	5	22
67	4	4	4	4	4	20
68	4	3	3	3	3	16
69	5	4	4	4	4	21
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	4	4	20
72	5	5	3	4	4	21
73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	5	5	25
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20
89	5	5	5	5	5	25
90	4	4	4	4	4	20
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
93	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	20
95	5	5	5	5	5	25
96	4	4	4	4	4	20
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	25

**Tabulasi Data Kuesioner Uji Validitas Dan Reliabilitas
Variabel Kemudahan Penggunaan (Z)**

No.	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Total
1	4	4	4	5	5	22
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20
4	3	3	3	5	5	19
5	4	4	4	4	5	21
6	4	4	4	4	4	20
7	5	5	5	5	5	25
8	4	5	5	4	4	22
9	4	4	4	4	4	20
10	4	4	4	4	4	20
11	4	5	4	4	4	21
12	4	3	4	4	4	19
13	5	4	4	5	5	23
14	4	4	4	4	4	20
15	4	4	4	4	4	20
16	4	4	4	5	4	21
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	4	4	20
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	5	21
26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20

No.	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Total
30	4	4	4	4	4	20
31	3	3	3	3	3	15
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20
35	3	2	3	3	3	14
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	4	20
39	4	3	4	5	4	20
40	3	3	3	5	5	19
41	4	4	4	4	4	20
42	3	3	3	3	4	16
43	3	3	3	4	4	17
44	3	3	3	4	4	17
45	5	4	4	5	5	23
46	4	4	4	5	4	21
47	5	4	5	5	5	24
48	3	3	4	3	3	16
49	4	4	4	4	4	20
50	3	3	3	3	3	15
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	5	5	22
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	5	5	22
62	4	4	4	5	5	22
63	3	3	3	4	4	17
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	4	5	5	22
67	4	4	4	4	4	20
68	3	3	3	3	4	16
69	4	4	4	5	5	22

No.	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Total
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	4	4	4	20
72	3	3	4	4	5	19
73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	5	5	22
80	4	4	4	4	4	20
81	3	3	4	4	4	18
82	3	3	3	4	4	17
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25
85	4	4	4	4	4	20
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20
89	5	5	5	5	5	25
90	4	4	4	4	4	20
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	20
95	5	5	5	5	5	25
96	4	4	4	4	4	20
97	5	5	5	5	5	25
98	5	5	5	5	5	25

**Tabulasi Data Kuesioner Uji Validitas Dan Reliabilitas
Variabel Kepuasan Konsumen (Y)**

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
1	5	5	5	5	5	25
2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	3	4	19
5	4	4	5	4	5	22

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
6	4	4	4	4	4	20
7	5	5	5	5	5	25
8	5	5	5	4	4	23
9	5	5	5	4	4	23
10	5	5	4	4	4	22
11	4	5	5	5	4	23
12	3	3	3	4	3	16
13	5	4	4	4	4	21
14	5	5	5	4	4	23
15	5	5	5	4	5	24
16	5	5	5	5	4	24
17	5	5	5	4	4	23
18	4	4	4	4	4	20
19	4	4	4	4	4	20
20	5	5	5	4	4	23
21	5	5	4	4	4	22
22	5	5	5	4	4	23
23	5	5	5	4	4	23
24	4	5	5	4	4	22
25	4	4	4	5	4	21
26	5	5	4	4	4	22
27	5	4	4	4	4	21
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	4	20
31	3	3	3	3	2	14
32	4	4	4	4	4	20
33	4	4	4	4	4	20
34	4	4	4	4	4	20
35	3	2	3	3	2	13
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	5	4	21
38	4	4	4	4	4	20
39	4	4	4	4	4	20
40	5	5	5	5	5	25
41	5	5	5	5	4	24
42	3	3	3	3	3	15
43	3	3	3	3	3	15
44	4	3	4	4	4	19
45	4	5	5	5	5	24

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
46	4	4	4	4	5	21
47	4	4	5	5	5	23
48	3	4	4	3	3	17
49	4	4	4	5	4	21
50	3	3	3	3	3	15
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	4	20
53	4	4	4	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20
55	4	4	4	4	4	20
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	4	4	4	20
59	5	5	5	4	5	24
60	5	5	5	5	5	25
61	5	5	5	5	5	25
62	5	5	4	5	5	24
63	4	4	4	4	4	20
64	4	4	4	4	4	20
65	4	4	4	4	4	20
66	5	5	5	5	5	25
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	4	20
69	5	4	4	4	4	21
70	5	5	5	5	5	25
71	4	4	5	4	5	22
72	5	5	5	5	5	25
73	5	5	5	5	5	25
74	4	4	4	4	4	20
75	4	4	4	4	4	20
76	5	5	5	5	5	25
77	5	5	5	5	5	25
78	5	5	5	5	5	25
79	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	5	5	25
84	5	5	5	5	5	25
85	4	4	4	4	4	20

No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
86	4	4	4	4	4	20
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	4	4	4	20
89	5	5	5	5	5	25
90	4	4	4	4	4	20
91	5	5	5	5	5	25
92	5	5	5	5	5	25
93	4	4	4	4	4	20
94	4	4	4	4	4	20
95	5	5	5	5	5	25
96	5	5	5	5	5	25
97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	4	4	4	20

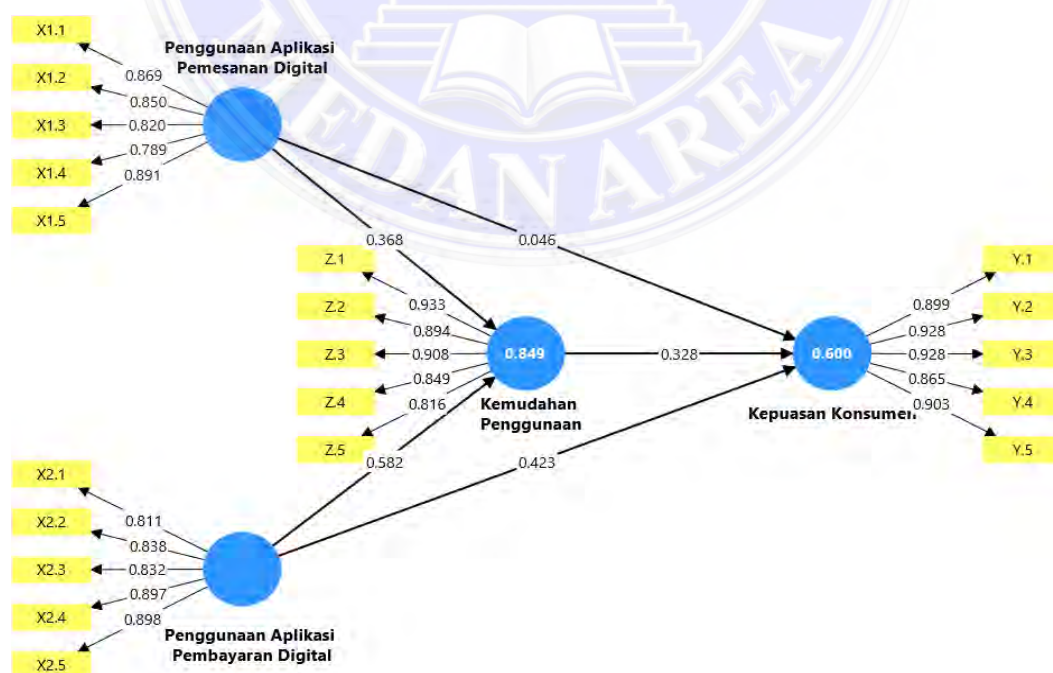


Lampiran 4 *Output SMARTPLS 4.1.1.4 Olah Data*

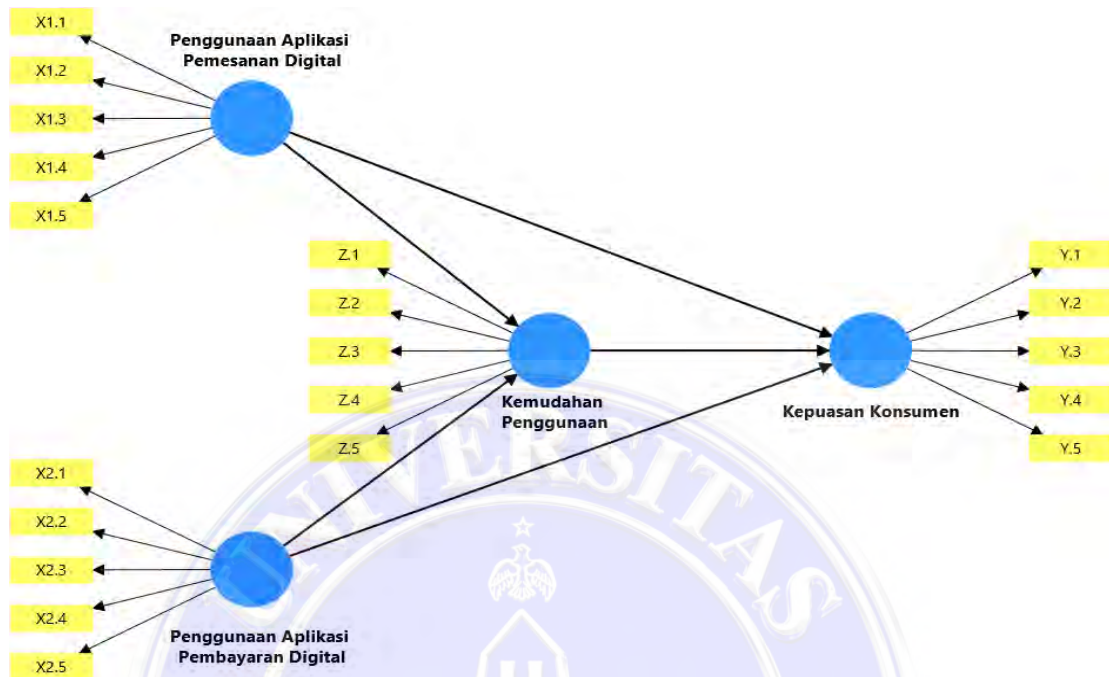
Analisis Deskriptif

Name	No.	Type	Missings	Mean	Median	Scale min	Scale max	Observed min	Observed max	Standard deviation	Excess kurtosis	Skewness	Cramér-von Mises p value
X1.1	1	MET	0	3.980	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.622	1.270	-0.502	0.000
X1.2	2	MET	0	4.000	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.515	0.874	0.000	0.000
X1.3	3	MET	0	4.194	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.547	-0.058	0.078	0.000
X1.4	4	MET	0	4.316	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.546	-0.644	0.012	0.000
X1.5	5	MET	0	4.122	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.643	1.284	-0.587	0.000
X2.1	6	MET	0	4.306	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.523	-0.666	0.185	0.000
X2.2	7	MET	0	4.276	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.549	-0.450	0.032	0.000
X2.3	8	MET	0	3.776	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.776	-0.649	0.020	0.000
X2.4	9	MET	0	4.143	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.571	1.487	-0.333	0.000
X2.5	10	MET	0	4.163	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.584	1.257	-0.353	0.000
Z.1	11	MET	0	4.051	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.578	0.032	-0.001	0.000
Z.2	12	MET	0	4.010	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.614	0.618	-0.274	0.000
Z.3	13	MET	0	4.071	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.539	0.447	0.057	0.000
Z.4	14	MET	0	4.255	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.559	-0.378	-0.004	0.000
Z.5	15	MET	0	4.276	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.530	-0.447	0.151	0.000
Y.1	16	MET	0	4.337	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.605	-0.632	-0.327	0.000
Y.2	17	MET	0	4.327	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.635	0.644	-0.653	0.000
Y.3	18	MET	0	4.337	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.588	-0.634	-0.254	0.000
Y.4	19	MET	0	4.245	4.000	3.000	5.000	3.000	5.000	0.573	-0.384	-0.057	0.000
Y.5	20	MET	0	4.214	4.000	2.000	5.000	2.000	5.000	0.627	1.814	-0.703	0.000

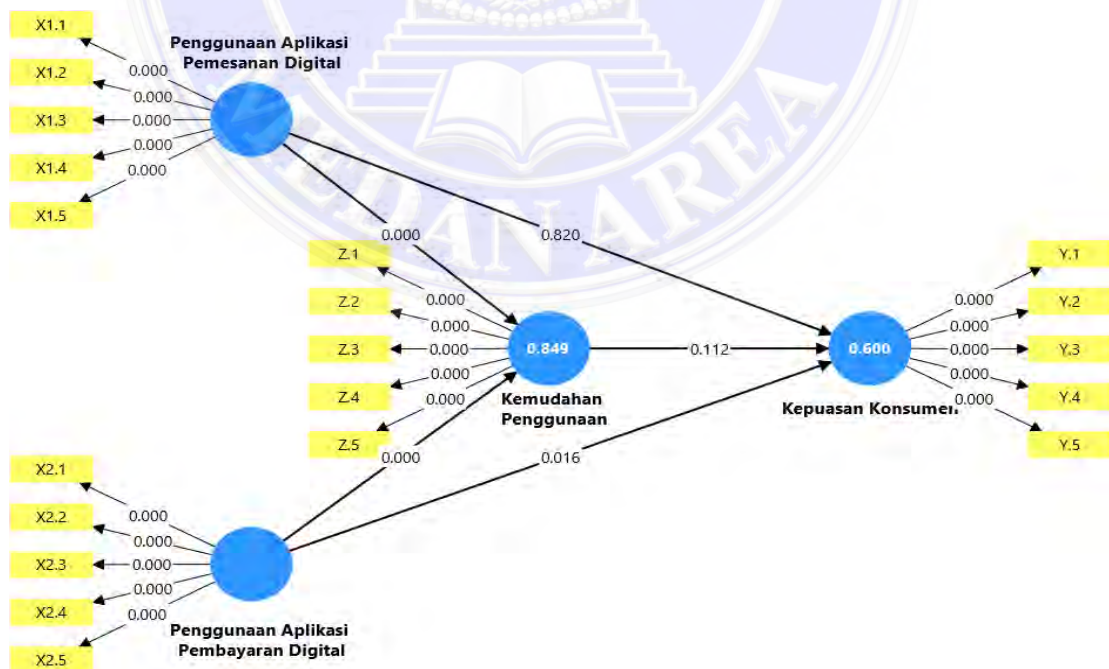
Model Algoritma



Model Blindfolding



Model Bootstrafing

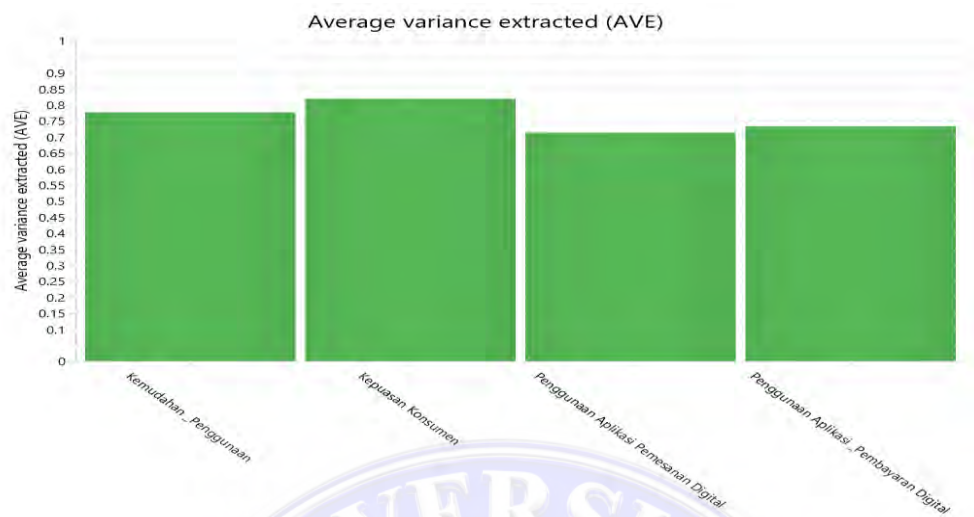


Outer Model

Variabel	Kemudahan Penggunaan	Kepuasan Konsumen	Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital	Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital
X1.1			0,869	
X1.2			0,850	
X1.3			0,820	
X1.4			0,789	
X1.5			0,891	
X2.1				0,811
X2.2				0,838
X2.3				0,832
X2.4				0,897
X2.5				0,898
Y.1		0,899		
Y.2		0,928		
Y.3		0,928		
Y.4		0,865		
Y.5		0,903		
Z.1	0,933			
Z.2	0,894			
Z.3	0,908			
Z.4	0,849			
Z.5	0,816			

Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average variance extracted (AVE)
Kemudahan Penggunaan	0,777
Kepuasan Konsumen	0,819
Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital	0,713
Penggunaan Aplikasi _Pembayaran Digital	0,733



Cross Loading

Variabel	Kemudahan Penggunaan	Kepuasan Konsumen	Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital	Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital
X1.1	0,766	0,558	0,869	0,725
X1.2	0,692	0,492	0,850	0,685
X1.3	0,701	0,595	0,820	0,687
X1.4	0,717	0,681	0,789	0,738
X1.5	0,817	0,631	0,891	0,848
X2.1	0,732	0,685	0,673	0,811
X2.2	0,719	0,601	0,701	0,838
X2.3	0,721	0,614	0,703	0,832
X2.4	0,823	0,663	0,832	0,897
X2.5	0,861	0,684	0,828	0,898
Y.1	0,638	0,899	0,613	0,692
Y.2	0,638	0,928	0,621	0,673
Y.3	0,643	0,928	0,639	0,672
Y.4	0,718	0,865	0,665	0,685
Y.5	0,748	0,903	0,645	0,711
Z.1	0,933	0,607	0,847	0,819
Z.2	0,894	0,658	0,836	0,805
Z.3	0,908	0,629	0,852	0,833
Z.4	0,849	0,706	0,691	0,777
Z.5	0,816	0,711	0,632	0,746

Fornell-Larcker Criterion

Variabel	Kemudahan _Penggunaan	Kepuasan Konsumen	Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital	Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital
Kemudahan Penggunaan	0,881			
Kepuasan Konsumen	0,751	0,905		
Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital	0,878	0,705	0,845	
Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital	0,904	0,760	0,877	0,856

Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Variabel	Kemudahan Penggunaan	Kepuasan Konsumen	Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital	Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital
Kemudahan Penggunaan				
Kepuasan Konsumen	0,801			
Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital	0,957	0,760		
Penggunaan Aplikasi _Pembayaran Digital	0,983	0,819	0,963	

R Square

Variabel	R-square	R-square adjusted
Kemudahan Penggunaan	0,849	0,846
Kepuasan Konsumen	0,600	0,587

Model Fit

Variabel	Saturated model	Estimated model
SRMR	0,076	0,076

Predictive Relevance Q2

Variabel	Q ² predict	Hasil Uji
Kemudahan Penggunaan	0,842	Relevan
Kepuasan Konsumen	0,564	Relevan

Uji Hipotesis Pengaruh Langsung

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Kemudahan Penggunaan -> Kepuasan Konsumen	0,328	0,316	0,206	1,589	0,012
Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital -> Kemudahan Penggunaan	0,582	0,575	0,097	5,997	0,000
Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital -> Kepuasan Konsumen	0,423	0,432	0,175	2,415	0,016
Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital -> Kemudahan Penggunaan	0,368	0,375	0,096	3,844	0,000
Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital -> Kepuasan Konsumen	0,346	0,045	0,204	3,228	0,020

Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung

Variabel	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Penggunaan Aplikasi Pemesanan Digital -> Kemudahan Penggunaan -> Kepuasan Konsumen	0,121	0,119	0,085	1,421	0,055
Penggunaan Aplikasi Pembayaran Digital -> Kemudahan Penggunaan -> Kepuasan Konsumen	0,191	0,181	0,125	1,530	0,026