

Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pelanggan Mie Gacoan Way Halim Bandar Lampung

Rhesty Puspita Sari¹, Dhona Dwiyantri², Ade Rahma Putri³, Rahmawati⁴, Meyta Pritandhari⁵

^{1,2,3,4,5} Pendidikan Ekonomi, Universitas Lampung

e-mail : restipuspitasari76@gmail.com¹, dhonadwiyantri@gmail.com²,
adeerahmaa6@gmail.com³, rahmawati.1989@fkip.unila.ac.id⁴,
meyta2505@fkip.unila.ac.id⁵

Abstrak

Berdasarkan hasil studi pendahuluan, diketahui bahwa masih rendahnya kepuasan pelayanan dalam proses bertransaksi yang dirasakan oleh pelanggan mie gacoan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kemudahan transaksi terhadap kepuasan konsumen Mie Gacoan di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode ex post facto dan survei. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, observasi, serta wawancara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Mie Gacoan di Bandar Lampung, dengan jumlah sampel sebanyak 105 responden yang ditentukan melalui teknik sampling insidental. Pengujian instrumen penelitian meliputi uji validitas dengan korelasi product moment dan uji reliabilitas menggunakan Alpha Cronbach. Analisis data juga mencakup uji normalitas dengan metode Kolmogorov–Smirnov, serta uji homogenitas. Selain itu, dilakukan pula uji asumsi klasik yang terdiri dari uji multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t, dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.0 for Windows. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan transaksi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t hitung sebesar 4,728 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,659, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,182 menunjukkan bahwa kemudahan transaksi memberikan kontribusi sebesar 18,2% terhadap kepuasan konsumen, sementara sisanya sebesar 81,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: *Kemudahan Transaksi, Kepuasan Pelanggan*

Abstract

Based on the results of the preliminary study, it is known that low satisfaction with the service in the transaction process felt by mie gacoan customers is still low. This low level of ease in transactions is presumed to have an impact on consumer satisfaction. The purpose of this study is to examine the extent to which transaction convenience influences customer satisfaction among consumers of Gacoan noodles in Bandar Lampung. This research employs a quantitative method with an ex post facto and survey approach. Data were collected through questionnaires, observations, and interviews. The population consists of all consumers of Gacoan noodles in Bandar Lampung, with a research sample of 105 respondents selected using incidental sampling. The statistical analysis includes a validity test using the product-moment correlation method, reliability test with Cronbach's Alpha, normality test with the Kolmogorov–Smirnov method, and a homogeneity test. Classical assumption tests such as multicollinearity, heteroscedasticity, and autocorrelation were also conducted. Hypothesis testing was performed using the t-test with the assistance of SPSS version 25.0 for Windows. The findings reveal that transaction convenience has a significant effect on consumer satisfaction. This is evidenced by the t-count value of 4.728, which exceeds the t-table value of 1.659, indicating that H_0 is rejected and H_1 is accepted. Furthermore, the R square value is 0.182, meaning that transaction convenience accounts for 18.2% of the variance in consumer satisfaction, while the remaining 81.8% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *Transaction Convenience, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor kuliner di Indonesia menunjukkan laju pertumbuhan yang sangat pesat. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya jenis makanan dan minuman baru yang bermunculan setiap tahunnya, masing-masing menawarkan keunikan tersendiri sebagai daya tarik utama. Data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2023 mencatat bahwa industri makanan dan minuman mengalami peningkatan yang signifikan, dengan kontribusi sebesar Rp 849,40 triliun terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Angka ini mengalami kenaikan sebesar 4,47% dibandingkan tahun 2022 yang sebesar Rp 813,06 triliun. Saat ini, pelaku usaha di bidang kuliner tidak hanya dituntut untuk menyediakan makanan dan minuman semata, tetapi juga harus mampu melakukan inovasi baik dari sisi produk, pelayanan, maupun strategi pemasaran agar dapat tetap bertahan dan bersaing di tengah ketatnya persaingan pasar. Sejalan dengan hasil survei dari Asosiasi Pengusaha Kuliner Indonesia (APKULINDO), sebanyak 78% konsumen memilih tempat makan berdasarkan keseluruhan pengalaman yang dirasakan, bukan hanya dari rasa hidangan yang disajikan. Faktor-faktor seperti cita rasa makanan dan minuman, kebersihan lingkungan tempat usaha, pelayanan karyawan, serta kecepatan penyajian turut menjadi pertimbangan utama dalam membentuk kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengalaman pelanggan yang menyeluruh kini menjadi elemen krusial dalam menentukan keberhasilan sebuah usaha di sektor kuliner.

Dalam menjalankan usaha kuliner, kepuasan pelanggan merupakan aspek yang harus senantiasa diutamakan agar tercipta pengalaman positif terhadap layanan dan produk yang diberikan. Pada dasarnya, setiap pelaku usaha tentu mengharapkan produknya diminati pasar dan mampu terjual secara konsisten (Maydiantoro dkk., 2021). Tingkat kepuasan ini akan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian secara berulang. Harapan konsumen terhadap suatu produk atau layanan dapat terbentuk melalui berbagai sumber, seperti pengalaman pribadi, testimoni orang terdekat, ulasan di media sosial, serta informasi yang disampaikan oleh pemasar maupun pesaing. Apabila harapan tersebut terpenuhi, pelanggan yang merasa puas cenderung memiliki loyalitas yang lebih tinggi, tidak terlalu sensitif terhadap perubahan harga, dan bahkan dapat menjadi promotor dengan memberikan ulasan positif terhadap usaha tersebut. Oleh karena itu, menciptakan pengalaman pelanggan yang menyenangkan menjadi tanggung jawab penting bagi pemilik usaha, terlebih di tengah persaingan industri kuliner yang semakin dinamis. Pesatnya perkembangan usaha kuliner dewasa ini tidak terlepas dari meningkatnya permintaan konsumen yang menjadikan kuliner bukan hanya sekadar pemenuhan kebutuhan primer, tetapi juga bagian dari gaya hidup modern. Kenaikan permintaan tersebut turut mendorong kompetisi usaha kuliner menjadi semakin sengit, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kota Bandar Lampung.

Salah satu usaha kuliner yang mengalami pertumbuhan signifikan di Kota Bandar Lampung adalah Mie Gacoan. Saat ini, Mie Gacoan telah memiliki lima gerai yang tersebar di beberapa lokasi strategis di Bandar Lampung, antara lain di Kedaton, Way Halim, Antasari, Proklamator, dan Diponegoro. Popularitas Mie Gacoan tidak hanya ditopang oleh cita rasa mie pedasnya, tetapi juga oleh harga yang relatif terjangkau dan pelayanan yang ramah dari para karyawannya. Kombinasi tersebut menjadikan Mie Gacoan sebagai salah satu destinasi favorit untuk bersantap dan bersosialisasi, terutama di kalangan anak muda.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti di gerai Mie Gacoan wilayah Way Halim, diketahui bahwa sarana kemudahan transaksi yang disediakan cukup beragam, baik melalui metode pembayaran tunai maupun non-tunai. Meskipun demikian, sikap karyawan atau kasir dalam melayani pelanggan dinilai masih kurang menunjukkan keramahan. Dari segi rasa, produk mie yang disajikan tergolong lezat, terlebih karena konsumen dapat menyesuaikan tingkat kepedasan sesuai preferensi masing-masing. Temuan ini diperkuat melalui hasil wawancara dengan sepuluh orang pelanggan, yang mayoritas memberikan tanggapan positif terhadap kualitas rasa. Mereka menilai bahwa rasa mie yang disajikan cukup khas dan menggugah selera, khususnya bagi penggemar makanan pedas. Dari sepuluh responden tersebut, delapan di antaranya menyatakan lebih menyukai Mie Gacoan dengan tingkat kepedasan minimal level 4. Fleksibilitas dalam menentukan level kepedasan menjadi daya tarik tersendiri yang memungkinkan

produk ini diterima oleh berbagai kalangan. Selain aspek cita rasa, kenyamanan tempat turut menjadi faktor yang mendapat perhatian positif. Desain ruang yang luas dan bergaya kekinian memberikan suasana yang nyaman bagi pengunjung. Pelayanan juga dinilai baik oleh sebagian pelanggan, khususnya dalam hal pemberian informasi yang jelas terkait transaksi. Dari sepuluh responden, empat orang di antaranya menyebutkan bahwa kenyamanan tempat, penataan ruang, dan sikap ramah karyawan dalam menjelaskan prosedur transaksi menjadi keunggulan tersendiri dari Mie Gacoan.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan peneliti terhadap pelanggan di gerai Mie Gacoan wilayah Way Halim, temuan tersebut diperkuat dengan data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 45 responden yang merupakan pelanggan Mie Gacoan di lokasi yang sama, yakni di Way Halim, Kota Bandar Lampung. Adapun hasil dari studi pendahuluan yang diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden tersebut disajikan pada data berikut ini:

Tabel 1. Hasil Kuesioner Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Kriteria jawaban		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya selalu merasa puas dengan pelayanan yang diberikan gacoan	14	31	31,1%	68,9%
2	Saya selalu ingin membeli mie gacoan dalam waktu dekat	9	36	20%	80%
3	Saya selalu merasa mie gacoan layak untuk di rekomendasikan pada orang lain	7	38	15,6%	84,4%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Berdasarkan hasil yang diperoleh sebelumnya, diketahui bahwa sebagian pelanggan Mie Gacoan merasa kurang puas terhadap layanan yang diberikan. Ketidakpuasan ini menyebabkan mereka cenderung enggan merekomendasikan Mie Gacoan kepada orang lain. Kondisi ini mengindikasikan perlunya peningkatan kualitas pelayanan agar tingkat kepuasan konsumen dapat ditingkatkan dan loyalitas pelanggan terhadap Mie Gacoan tetap terjaga secara optimal. Sebagaimana dijelaskan oleh Maria dan Indriati (2025), terdapat sejumlah faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan, antara lain interaksi yang dilakukan dengan sopan, strategi komunikasi yang sesuai dengan harapan pelanggan, ketepatan waktu dalam penyampaian layanan, serta sikap ramah dari seluruh staf yang terlibat dalam proses pelayanan.

Kemudahan dalam proses transaksi sebelum konsumen menikmati produk merupakan aspek krusial yang berperan dalam membentuk kepuasan serta loyalitas pelanggan. Rohmah (2022) menyatakan bahwa kemudahan transaksi ditunjukkan melalui proses yang tidak menyulitkan bagi pelanggan, seperti antarmuka yang sederhana, navigasi yang jelas, kemudahan dalam metode pembayaran, serta tersedianya pilihan transaksi yang fleksibel. Proses transaksi yang praktis dan tidak memberatkan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang serta meningkatkan minat untuk kembali berkunjung ke Mie Gacoan. Selain itu, hal ini juga dapat membangun hubungan kepercayaan jangka panjang antara konsumen dan penyedia layanan. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rizky dkk. (2024), yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif sebesar 47,6% antara kemudahan transaksi dengan tingkat kepuasan pelanggan.

Berikut ini data dari hasil penelitian pendahuluan yang dilakukan oleh peneliti melalui penyebaran kuisisioner kepada 45 orang pelanggan mie gacoan Way Halim Bandar Lampung.

Tabel 2. Hasil Kuesioner Pendahuluan Kemudahan Transaksi

No	Pernyataan	Kriteria jawaban		Persentase	
		Ya	Tidak	Ya	Tidak
1	Saya selalu merasa bahwa proses pembayaran, baik tunai maupun non tunai yang ada di mie gacoan mudah dan praktis untuk dilakukan	20	25	44,5%	55,5%
2	Saya selalu diberikan informasi yang jelas dan mudah difahami oleh kasir mie gacoan mengenai cara pembayaran tunai maupun non tunai	6	39	13,4%	86,6%
3	Saya selalu merasa mudah mengenali alur pembayaran baik secara tunai maupun non tunai saat bertransaksi di mie gacoan	17	28	27,8%	62,2%

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2025

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel sebelumnya, dapat diketahui bahwa sebagian pelanggan Mie Gacoan masih belum sepenuhnya memahami proses transaksi, khususnya terkait sistem pembayaran non tunai. Hal ini menunjukkan bahwa belum semua konsumen familiar dengan metode pembayaran digital yang diterapkan. Menurut Yuliawan dkk. (2018), kenyamanan dalam proses transaksi erat kaitannya dengan tingkat efektivitas dan efisiensi yang dirasakan oleh pelanggan ketika melakukan pembayaran atas produk yang telah mereka beli melalui tahapan yang sederhana dan tidak rumit. Sementara itu, menurut Widiyanto dan Prasilowati (2015), persepsi terhadap kemudahan transaksi mencakup beberapa aspek, yaitu: (1) kemudahan dalam metode pembayaran, (2) keterbukaan informasi selama proses transaksi, dan (3) kemudahan prosedur dalam pemesanan.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk menelusuri lebih lanjut bagaimana pengaruh kemudahan transaksi sebagai salah satu faktor yang memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, khususnya pada konsumen Mie Gacoan di wilayah Way Halim, Kota Bandar Lampung.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif verifikatif serta pendekatan ex post facto dan survei. Populasi dalam studi ini terdiri atas 105 pelanggan Mie Gacoan. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 105 orang, diperoleh selama periode 23 Mei hingga 4 Juni 2025 dengan teknik pengambilan sampel incidental. Mengingat jumlah pasti konsumen yang melakukan pembelian tidak diketahui, peneliti merujuk pada pedoman yang dikemukakan oleh Hair et al. (2017), yang menyatakan bahwa ukuran sampel minimal adalah lima hingga sepuluh kali jumlah indikator. Dalam penelitian ini terdapat 21 indikator, sehingga jumlah minimum sampel yang digunakan adalah: $21 \times 5 = 105$ responden.

Instrumen penelitian yang digunakan berupa angket tertutup dengan skala Likert. Uji validitas dilakukan menggunakan rumus korelasi product moment (Pearson), sedangkan uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha. Proses analisis data dimulai dengan pengujian syarat statistik parametrik, melalui uji normalitas (Kolmogorov-Smirnov) dan uji homogenitas (Levene Statistic). Selanjutnya, dilakukan pengujian asumsi klasik yang mencakup uji linearitas regresi (ANOVA), uji multikolinearitas (Tolerance dan VIF), uji autokorelasi (LM-Test), serta uji heteroskedastisitas (Rank Spearman). Untuk menguji hipotesis, digunakan uji-t parsial. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kemudahan transaksi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai R Square sebesar 0,182 atau setara dengan 18,2%. Artinya, kemudahan transaksi memberikan kontribusi sebesar 18,2% terhadap kepuasan pelanggan, sementara sisanya sebesar 81,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam studi ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Mie Gacoan merupakan salah satu merek kuliner berbasis mi pedas yang tengah mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia. Usaha ini pertama kali dirintis pada awal tahun 2016 oleh Anton Kurniawan, yang menjabat sebagai CEO PT Pesta Pora Abadi, dan memulai operasionalnya di Kota Malang. Berkat tingginya minat masyarakat terhadap mi pedas, Mie Gacoan berkembang secara signifikan dan mulai membuka cabang di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk Sumatra, Bali, Kalimantan, dan Sulawesi. Di Pulau Sumatra, salah satu cabangnya hadir di Provinsi Lampung, tepatnya di Kota Bandar Lampung, dengan lokasi di Way Halim Permai, Jalan Urip Sumoharjo No. 204, Kecamatan Sukarame. Cabang Mie Gacoan di Way Halim Permai ini berada di bawah pengelolaan PT Mitra Bali Sukses, dengan Sasya Salaabila Jenardi sebagai manajer yang memimpin operasional sejak pendiriannya pada tahun 2024.

Istilah “Gacoan” berasal dari bahasa Jawa yang bermakna “jagoan” atau “andalan”, yang merepresentasikan aspirasi merek ini untuk menjadi pilihan utama bagi para pencinta mi pedas di Indonesia. Pemilihan kata tersebut mengandung makna positif yang sarat dengan semangat persaingan serta penekanan terhadap mutu produk, sebagaimana dijelaskan oleh salah satu pakar budaya dari Universitas Indonesia. Dengan demikian, filosofi di balik nama “Mie Gacoan” tidak hanya sekadar penamaan, tetapi juga mencerminkan komitmen untuk menghadirkan produk yang dapat diandalkan, memperkuat posisi sebagai merek unggulan, dan menjadi “juara” di benak para pelanggannya.

Deskripsi Data

1. Uji Prasyarat Instrumen

Uji Validitas Instrumen

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap variabel kemudahan transaksi dan kepuasan pelanggan yang masing-masing terdiri atas 6 butir pernyataan, diketahui bahwa seluruh item dinyatakan valid. Hal ini ditunjukkan oleh nilai r hitung pada masing-masing item yang melebihi nilai r tabel, sebagaimana ditampilkan dalam hasil pengujian berikut:

Tabel 3. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Kemudahan Transaksi (X)	X.1	0.940	0,190	Valid
	X.2	0.788		Valid
	X.3	0,772		Valid
	X.4	0.770		Valid
	X.5	0,723		Valid
	X.6	0,728		Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,843	0,190	Valid
	Y.2	0,829		Valid
	Y.3	0,791		Valid
	Y.4	0,775		Valid
	Y.5	0,790		Valid
	Y.6	0,844		Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2025

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Uji reliabilitas merupakan salah satu syarat dalam pengujian validitas instrumen, yang berfungsi untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian tidak hanya valid, tetapi juga konsisten atau reliabel. Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode Alpha Cronbach sebagaimana dikemukakan oleh Rusman (2024).

Tabel 4. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kemudahan Transaksi (X)	6	0,781	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	6	0.797	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2025

Berdasarkan hasil tabel reliabilitas di atas dapat di simpulkan bahwa r Alpha Variabel Kemudahan transaksi diperoleh sebesar 0,781 sedangkan r Alpha Variabel Kepuasan Pelanggan diperoleh sebesar 0,797 yang artinya instrument tersebut mempunyai reliabilitas yang sangat tinggi.

2. Uji Persyaratan Statistik Parametrik

Uji Normalitas

Pengujian normalitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* (Rusman, 2024). Pengujian menggunakan SPSS versi 26.

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

No	Variabel	Exact Sig	Kondisi	Kesimpulan
1	Kemudahan Transaksi (X)	0,290	$0,290 > 0,05$	Normal
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,020	$0,020 > 0,05$	Normal

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2025

Pada hasil ouput data SPSS di atas diketahui bahwa nilai Exact Sig (2 tailed) pada uji One Sampel Kolmogorov-Smirnov Test untuk semua variabel lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dengan kata lain distribusi data semua variabel adalah normal.

Uji Homogenitas

Pengujian homogenitas dalam penelitian ini menggunakan *Levene Statistic* dengan menggunakan SPSS. sebagai berikut (Rusman, 2024).

Tabel 6. Hasil Uji Homogenitas

Variabel	Sig.	Kondisi	Keputusan	Kesimpulan
Kemudahan Transaksi	0,063	$0,063 > 0,05$	Terima H_0	Homogen

Sumber: Hasil Pengolahan data, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data SPSS diperoleh nilai Sig. Untuk variabel kemudahan transaksi pada Levene Statistic $> 0,05$ sehingga H_0 diterima yang berarti data populasi adalah homogen.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji Linieritas Regresi

Dalam penelitian ini pengujian regresi dilakukan menggunakan analisis varians (ANOVA) (Rusman, 2024).

Tabel 7 Hasil Uji Linear Regresi

Variabel	Sig.	Kondisi	Keputusan	Kesimpulan
Kemudahan Transaksi (X1)	0,171	$0,171 > 0,05$	Terima H_0	Linear

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel ANOVA dengan SPSS diperoleh nilai Sig. Dari *Deviation from Linearity* variabel kemudahan transaksi $> 0,05$ sehingga H_0 diterima yang berarti regresi berbentuk linear.

Uji Multikolinearitas

Dalam penelitian ini untuk mengetahui hal tersebut maka dapat menggunakan metode yang dilakukan dengan melihat *Coefficients Collinearity Statistics* dalam kolom Tolerance dan VIF dari masing-masing variabel bebas (Rusman, 2024)

**Tabel 8. Hasil Uji Multikolinearitas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10.704	2.401		4.458	.000		
KEMUDAHAN TRANSAKSI	.559	.117	.426	4.782	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil dari masing – masing variabel memiliki nilai Tolerance > 0,01 dan VIF < 10 dengan demikian H0 diterima yang berarti tidak terjadi gejala multikolinearitas atau tidak terdapat hubungan antar variabel Independent yang diteliti.

Uji Autokorelasi

Dalam penelitian ini uji autokorelasi dilakukan menggunakan *Legrange Multiplier* (LM) Test (Rusman, 2024).

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.426 ^a	.182	.174	4.294	1.951
a. Predictors: (Constant), KEMUDAHAN TRANSAKSI					
b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN					

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan nilai pada kolom Durbin-Watson, diketahui bahwa dengan jumlah variabel independen (k) sebesar 1 dan jumlah sampel (n) sebanyak 105, diperoleh nilai *dL* sebesar 1,6627 dan *dU* sebesar 1,7011. Selanjutnya, nilai $4 - dU$ dihitung menjadi 2,2989 dan $4 - dL$ sebesar 2,3373. Nilai Durbin-Watson yang dihasilkan dari pengolahan data melalui SPSS adalah 1,951, yang berada di antara batas *dU* dan $4 - dU$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menunjukkan adanya gejala autokorelasi.

Uji Heteroskedastisitas

Pendekatan yang digunakan untuk menyatakan apakah terjadi heteroskedastisitas atau tidak yakni korelasi *Rank Spearman* (Rusman, 2024).

Tabel 10. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Coefficient Rank Spearman	Sig. (1-tailed)	Kondisi	Kesimpulan
Kemudahan Transaksi	0,023	0,408	$0,408 > 0,05$	Terima H_0

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil dari variabel memiliki nilai Sig > 0,05 dengan demikian H0 diterima yang berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau tidak terdapat hubungan yang sistematis antara variabel yang menjelaskan dan nilai mutlak dari residualnya, berarti regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas.

4. Uji Hipotesis

Uji Linier Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk menguji hubungan secara linear atau satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). hipotesis diuji menggunakan statistik t yang berkaitan dengan regresi linear (Rusman, 2024).

Tabel 11. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan di Mie Gacoan Way Halim Bandar Lampung

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T
Model					Sig.
1	(Constant)	10,704	2,401		4,458
	Kemudahan Transaksi	,559	,117	,426	4,782

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil analisis pengujian hipotesis kemudahan transaksi terhadap kepuasan pelayanan maka diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $4,782 > 1,659$ dengan nilai probabilitas (sig.) sebesar $0,000 < 0,05$ maka dari itu H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel kemudahan transaksi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, makin tinggi kemudahan transaksi maka akan mempengaruhi meningkatnya kepuasan pelanggan. Variabel kemudahan transaksi memiliki koefisien regresi sebesar 0,559 artinya bila setiap penambahan satu satuan variabel X1 maka akan meningkatkan tingkat variabel Y. Jika dilihat dari analisis diatas, kemudahan transaksi memiliki peningkatan, dimana hal tersebut akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,559.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi Pengaruh Secara Parsial Kemudahan Transaksi (X)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,426 ^a	,182	,174	4,294

a. Predictors: (Constant), Kemudahan Transaksi

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2025

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS. 25.0 data dapat diketahui besarnya korelasi atau hubungan (R) antara variabel kemudahan transaksi dengan kepuasan pelanggan 0,426. Sedangkan koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,182, hal ini membuktikan bahwa variabel kemudahan transaksi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 18,2% sedangkan 81,8% dipengaruhi oleh variabel lainnya

Pembahasan

Pengaruh Kemudahan Transaksi terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis data yang diolah melalui perangkat lunak SPSS versi 25.0, diperoleh temuan bahwa variabel kemudahan transaksi memiliki pengaruh terhadap tingkat

kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,559 menunjukkan adanya hubungan positif, yang mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kemudahan transaksi akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,559 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan.

Temuan ini mengisyaratkan bahwa semakin praktis dan mudah proses transaksi dilakukan, maka tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk atau layanan juga cenderung meningkat. Hasil ini diperkuat melalui pengujian hipotesis, di mana nilai t hitung sebesar 4,728 lebih besar dari t tabel sebesar 1,659, serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_1 diterima. Adapun nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,182 mengindikasikan bahwa sebesar 18,2% variasi dalam kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kemudahan transaksi, sedangkan 81,8% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Hasil penelitian ini konsisten dengan studi yang dilakukan oleh Sahabuddin dkk. (2024), yang menunjukkan bahwa penggunaan sistem pembayaran digital seperti QRIS mampu meningkatkan efisiensi proses transaksi dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan pelanggan. Selain itu, temuan ini juga sejalan dengan penelitian Sri Lestari (2021) yang menemukan bahwa kemudahan dalam melakukan transaksi memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini diperkuat oleh teori yang dikemukakan oleh Rohmah (2022), yang menyatakan bahwa keberhasilan dalam pengoperasian sistem pembayaran sangat menentukan keberhasilan pelayanan. Kemudahan transaksi sendiri dapat dilihat dari indikator seperti proses yang lancar, cepat, mudah dipahami oleh pengguna, serta memiliki sistem keamanan yang andal.

Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo (2023) juga memperkuat hasil temuan ini, dengan menyatakan bahwa kemudahan dalam bertransaksi merupakan salah satu faktor penting yang berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, terutama ketika dikombinasikan dengan variabel lain seperti harga dan sarana penunjang. Temuan tersebut menunjukkan bahwa kemudahan transaksi bukanlah elemen yang berdiri sendiri, melainkan berinteraksi dengan aspek pelayanan lainnya dalam menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk menyediakan proses transaksi yang efisien, sederhana, dan didukung oleh tenaga kerja yang profesional. Penerapan sistem pembayaran yang optimal diyakini dapat memberikan kontribusi langsung terhadap meningkatnya loyalitas dan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Kepuasan pelanggan diketahui dipengaruhi secara positif oleh kemudahan dalam bertransaksi. Berdasarkan hasil penelitian, kemudahan transaksi memberikan kontribusi sebesar 18,2% terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin mudah proses transaksi yang dirasakan oleh konsumen, maka tingkat kepuasan mereka pun akan meningkat. Sebaliknya, apabila konsumen menghadapi kendala atau kesulitan dalam proses transaksi, maka kepuasan yang diperoleh cenderung menurun. Kemudahan dalam bertransaksi turut mendorong peningkatan kepuasan pelanggan karena memberikan pengalaman berbelanja yang lebih cepat, efisien, dan nyaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Fadhli, K., & Pratiwi, N. D. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Produk, Dan Emosional Terhadap Kepuasan Konsumen Poskopi Zio Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 603–612.
- Fanny Anggraeny P, & Sri Setyo Iriani. (2020). "Pengaruh Kepercayaan dan Kemudahan terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Pinjaman Online Shopee Paylater." *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8
- Hair, Joseph F., G. Tomas M. Hult., Christian M. Ringle., and Marko Sarstedt. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)*. 2e Edition USA: Sage.
- Indisari, M. (2019). Pemasaran dan kepuasan pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.

- Khairani, R., Siregar, C. A., Hutabalian, R. H., & Karolina, I. I. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Matahari Putera Prima (Hypermart). *Jurnal Manajemen*, 5(2).
- Kurniawati, V. (2023). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Variabel Intervening Keamanan. *Journal of Management & Business*. 6(1), 662–669.
- Lestari, S., & Indriana, K. T. (2021). Pengaruh Kemudahan Dan Keamanan Terhadap Kepuasan Konsumen Fintech (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Dana). *Al-Misbah*, 2(1), 66–80.
- Maria. R & Indriati. A. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Mie Gacoan di Bandar Lampung. *eCo-Buss: Economics and Business*, 7, (3)
- Maydiantoro A, M Thoha B, Widya H & Rahmawati. (2021). Pendampingan UMKM Menuju Digitalisasi Marketing Upaya Kebangkitan di Era New Normal, *JURNAL KREATIVITAS PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (PKM)*, 4 (6), 1530-1539
- Nurhikmat, A. (2022). Determinasi kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan harga dan kualitas produk: Literature review. *KarismaPro*, 13(2), 75–86.
- Rohmah, F. S. (2022). Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Marketplace A. Latar Belakang Dalam memenuhi kebutuhan ataupun keinginan yang sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari di masyarakat membeli menjadi suatu keputusan dari konsumen untuk mendapatkan suatu pro. 6(2), 83–99.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25139/jiabi.v6i2.4134>
- Rusman, T. (2024). *Statistika penelitian aplikasinya dengan SPSS*. Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Lampung.
- Sambodo R. (2021). Faktor Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3, (1), 104-114
- Sugiyono. (2019). *Penelitian kualitatif, kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulistyawati, A., Made, N., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar [Skripsi, Universitas Udayana.
- M. Rizky. G, Neng. S. k., & Haryudi, A. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Transaksi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Aplikasi Maxim Di Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2, (3).
- Wibowo, I. S. (2023). Analisis pengaruh kemudahan transaksi, harga, fasilitas dan ketepatan waktu terhadap kepuasan pelanggan KRL Solo–Yogyakarta. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(3), 233–242.