



**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TUNAI (CASH)
DAN NONTUNAI (CASHLESS) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN INDOMARET
PADANGSIDIMPUAN UTARA**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah*

Oleh:

**ADELISNA ZEN
NIM. 17 401 00294**

PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN ADDARY
PADANGSIDIMPUAN**

2023



**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TUNAI (CASH)
DAN NONTUNAI (CASHLESS) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN INDOMARET
PADANGSIDIMPUAN UTARA**


SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syari'ah*

Oleh:

**ADELISNA ZEN
NIM. 17 401 00294**

PEMBIMBING I


**Dr. Rukiah, S.E., M.Si
NIP. 1960324 200604 2 002**

PEMBIMBING II


**Sarmiana Batubara, M.A.
NIP. 19860327 201903 2 012**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN ADDARY
PADANGSIDIMPUAN
2023**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ADELISNA ZEN**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 12 Agustus 2022
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Syahada Padangsidimpuan
Di-
Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n. **ADELISNA ZEN** yang berjudul "**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TUNAI (CASH) DAN NONTUNAI (CASHLESS) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDOMARET PADANGSIDIMPUAN UTARA**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syahada Padangsidimpuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikianlah kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak, kami ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Dr. Rukiah, SE., M.Si
NIP.197603242006042002

Pembimbing II

Sarmiana Batubara, M.A.
NIP.198603272019032012

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Adelisna Zen
NIM : 17 401 00294
Program Studi : Perbankan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan. Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Sistem Pembayaran Tunai (*Cash*) dan Nontunai (*Cashless*) Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Padangsidempuan Utara”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*data base*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan

Pada tanggal : Agustus 2022

Yang menyatakan,



ADELISNA ZEN
NIM. 17 401 00294

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adelisna Zen
NIM : 17 401 00294
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
Judul Skripsi : **Pengaruh Sistem Pembayaran Tunai (*Cash*) dan Nontunai (*Cashless*) Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Padangsidempuan Utara**

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang Kode Etik Mahasiswa yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, Agustus 2022

Saya yang Menyatakan,



ADELISNA ZEN
NIM. 17 401 00294



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl.H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5Silitang, Padangsidimpuan 22733
Tel.(0634) 22080 Fax.(0634) 24022**

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

**NAMA : ADELISNA ZEN
NIM : 17 401 00294
FAKULTAS/PROGRAM STUDI : Ekonomi dan Bisnis Islam/Perbankan Syariah
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TUNAI
(CASH) DAN NONTUNAI (CASHLESS) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN INDOMARET
PADANGSIDIMPUAN UTARA**

Ketua

**Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003**

Sekretaris

**Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP. 19870413 201903 2 011**

Anggota

**Nofinawati, S.E.I., M.A.
NIP. 19821116 201101 2 003**

**Rini Hayati Lubis, M.P.
NIP. 19870413 201903 2 011**

**Damri Batubara, M.A.
NIDN. 2019108602**

**H. Ali Hardana, M.Si
NIDN. 2013018301**

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

**Di : Padangsidimpuan
Hari/Tanggal : Selasa/ 13 Desember 2022
Pukul : 08.30 WIB s/d 12.00WIB
Hasil/Nilai : Lulus/73,5 (B)**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SYEKH ALI HASAN AHMAD ADDARY PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidempuan 22733
Telepon.(0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TUNAI
(CASH) DAN NONTUNAI (CASH;ESS) TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN INDOMARET
PADANGSIDIMPUAN UTARA**

NAMA : ADELISNA ZEN
NIM : 17 401 00294
Tanggal Yudisium : 28 Januari 2023
IPK : 3,65
Predikat : Pujian

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Bidang Perbankan Syariah

Padangsidempuan, 28 Januari 2023



Dr. Dedi Harahap, S.H.I., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

ABSTRAK

Nama : ADELISNA ZEN
NIM : 17 401 00294
Judul Skripsi : **Pengaruh Sistem Pembayaran Secara Tunai (*Cash*) dan Nontunai (*Cashless*) Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Padangsidempuan Utara**

Penelitian ini dilakukan pada konsumen Indomaret Padangsidempuan Utara. Latar belakang masalah dalam penelitian ini adalah konsumen Indomaret masih didominasi melakukan pembayaran secara tunai jika dibandingkan pembayaran secara nontunai. Dalam penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen masih sering menggunakan sistem pembayaran secara tunai. Sedangkan pembayaran secara nontunai masih sedikit konsumen yang menggunakannya dikarenakan seringnya ada terjadi gangguan jaringan di Indomaret ketika ingin bertransaksi dan keterbatasan pengetahuan mengenai cara mengaplikasikannya karena berbasis elektronik yang semakin hari semakin canggih. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen baik secara parsial maupun simultan.

Pembahasan pada penelitian ini adalah transaksi pembayaran, yaitu sistem pembayaran secara tunai (*cash*) dan sistem pembayaran secara nontunai (*cashless*). Kemudian pembahasan mengenai kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sumber data yaitu data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan wawancara, dokumentasi dan angket dengan jumlah sampel 100 konsumen. Teknik analisis data dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedasitas, uji koefisien determinasi, uji analisis regresi linier berganda, uji secara parsial (uji t) dan uji secara simultan (uji F), pengolahan data dilakukan dengan menggunakan *software* SPSS 23.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh pembayaran tunai (*cash*) terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,318 < 1,984$). Terdapat pengaruh pembayaran nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,439 > 1,984$). Dan terdapat pengaruh pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) secara simultan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16,455 > 3,09$).

Kata Kunci : **Pembayaran Tunai, Pembayaran Nontunai, Kepuasan Konsumen**

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, segala puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Untaian *Shalawat* serta Salam senantiasa tercurahkan kepada insan mulia Nabi Besar Muhammad SAW, figur seorang pemimpin yang patut dicontoh dan diteladani, *madinatul 'ilmi*, pencerah dunia dari kegelapan beserta keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini berjudul: **“Pengaruh Sitem pembayaran Tunai (Cash) dan Nontunai (Cashless) Terhadap Kepuasan Konsumen indomaret Padangsidempuan Utara”** ditulis untuk melengkapi tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan.

Skripsi ini disusun dengan bekal ilmu pengetahuan yang sangat terbatas dan amat jauh dari kesempurnaan, sehingga tanpa bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak, maka sulit bagi peneliti untuk menyelesaikannya. Maka dari itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN Syahada) Padangsidimpuan, serta Bapak Dr. Erawadi, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A., selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag., selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN Syahada) Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, M.Si., Wakil Dekan Bidang Akademik, Bapak Dr. H. Armyn Hasibuan, M.Ag., Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan dan, Ibu Dr. Hj. Replita, M.Si., Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Nofinawati, S.E.I., M.A Selaku Ketua Prodi Perbankan Syariah dan Bapak/Ibu Dosen serta Pegawai Administrasi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Dr. Rukiah, SE., M.Si selaku Pembimbing I dan Ibu Sarmiana Batubara M.A, selaku Pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan dan ilmu yang sangat berharga bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Yusri Fahmi, M.Hum., selaku Kepala Perpustakaan serta pegawai perpustakaan Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN Syahada) Padangsidimpuan yang telah memberikan kesempatan dan

fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Bapak serta Ibu dosen Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN Syahada) Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan dan dorongan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN Syahada) Padangsidempuan.
7. Teristimewa saya haturkan kepada kepada Ayahanda (Muhammad Zen) dan Ibunda (Yustati) yang telah banyak melimpahkan pengorbanan dan selalu berjuang untuk anak-anaknya, yang tidak bosan-bosannya memberikan peneliti semangat dalam menyusun skripsi ini, beliau juga tidak lupa menasehati peneliti agar menjadi anak yang berguna bagi diri sendiri, keluarga, bagi nusa dan bangsa dan agama sekaligus mendorong agar peneliti menjadi anak yang selalu mempunyai akhlakul karimah, yang selalu memberikan do'a yang senantiasa mengiringi langkah peneliti. Terima kasih juga peneliti ucapkan kepada kakak saya tercinta (Yusdita Zen, S.Pd) dan adik saya tercinta (Perianda Zen) yang telah memberikan dukungan demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai perkuliahan akhir di Universitas Islam Negeri Syekh Ali Hasan Ahmad Addary (UIN Syahada) Padangsidempuan dan semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.
8. Untuk sahabat saya Putri Ayu Hasibuan, Nur Azizah Aritonang, Iswanggi Sitompul S.E, Arinaldi Halomoan Hutabarat S.E, Robiatul Adawiyah,

Muhammad Irpan Noor Nasution Serta sahabat-sahabat seperjuangan di Perbankan Syariah 8 dan mahasiswa angkatan 2017 yang telah memberikan dukungan dan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai.

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu peneliti dalam menyelesaikan studi dan melakukan penelitian sejak awal hingga selesainya skripsi ini.

Akhirnya peneliti mengucapkan rasa syukur yang tidak terhingga kepada Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Peneliti menyadari sepenuhnya akan keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang ada pada peneliti sehingga tidak menutup kemungkinan bila skripsi ini masih banyak kekurangan. Akhir kata, dengan segala kerendahan hati peneliti mempersembahkan karya ini, semoga bermanfaat bagi pembaca dan peneliti.

Padangsidempuan, Agustus 2022
Peneliti,

ADELISNA ZEN
NIM. 17 401 00294

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf Arab dan translitasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em

ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
	<i>fathah</i>	A	A
	<i>Kasrah</i>	I	I
	<i>dommah</i>	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
	<i>fathah dan ya</i>	Ai	a dan i
	<i>fathah dan wau</i>	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
	<i>fathah dan alif atau ya</i>	ā	a dan garis atas
	<i>Kasrah dan ya</i>	ī	I dan garis di bawah
	<i>dommah dan wau</i>	ū	u dan garis di atas

3. *Ta Marbutah*

Transliterasi untuk *ta marbutah* ada dua yaitu:

a. *Ta marbutah* hidup

Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.

b. *Ta marbutah* mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. *Syaddah (Tasydid)*

Syaddah atau *tasydid* yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda *tasydid*. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddah* itu.

5. **Kata Sandang**

Kata sandang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ʾ. Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

- b. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah*

Kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. *Hamzah*

Dinyatakan di depan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa *hamzah* ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila *hamzah* itu di letakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il*, *isim*, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau *harakat* yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah per kata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Capital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD,

diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

9. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
DEWAN PENGUJI SIDANG MUNAQASYAH	
PENGESAHAN DEKAN	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Definisi Operasional Variabel	8
E. Rumusan Masalah.....	10
F. Tujuan penelitian	10
G. Kegunaan Penelitian	10
H. Sistematika Pembahasan	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kerangka Teori.....	13
1. Kepuasan Konsumen.....	13
a. Kepuasan.....	13
b. konsumen	14
c. Kepuasan Konsumen	16
d. Kepuasan Konsumen Menurut Perspektif Islam.....	18
e. Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen	20
2. Sistem Pembayaran	21
a. Sistem Pembayaran.....	21
b. Sistem Pembayaran Tunai	24
c. Sistem Pembayaran Nontunai	28
d. Pandangan Ulama Terhadap Pembayaran Nontunai	36
B. Penelitian Terdahulu	41
C. Kerangka pikir	44
D. Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi dan Waktu penelitian	47
B. Jenis Penelitian	47
C. Populasi dan Sampel	48
D. Sumber Data	51
E. Instrumen Pengumpulan Data	52
F. Analisis Data	55
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
2. Uji Asumsi Klasik	56
3. Uji Normalitas	56
4. Uji Koefisien Determinan (R^2)	57
5. Uji Analisis Regresi Berganda	57
6. Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	60
1. Sejarah	60
a. Sejarah Singkat Indomaret.....	60
b. Sejarah Singkat Indomaret Padangsidempuan Utara	62
c. Visi dan Misi Indomaret	64
d. Logo Indomaret	64
e. Struktur Organisasi	66
f. Kegiatan Umum Perusahaan	68
2. Gambaran Umum Responden	69
B. Analisis Hasil Penelitian	71
1. Uji validitas dan reliabilitas	71
2. Uji Asumsi Klasik	75
3. Uji Normalitas	78
4. Uji Koefisien Determianan (R^2)	78
5. Uji Analisis Regresi Berganda	79
6. Uji Hipotesis	81
C. Pembahasan Hasil Penelitian	83
D. Keterbatasan Penelitian	89
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	90
B. Saran	91
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	: Rata-rata Transaksi Pembayaran Perhari	6
Tabel I.2	: Defenisi Operasional Variabel	9
Tabel II.1	: Penelitian Terdahulu	41
Tabel III.1	: Jumlah Konsumen Indomaret Tahun 2022 Januari – April	48
Tabel III.2	: Jumlah Sampel Pada Masing-masing Indomaret	50
Tabel III.3	: Skala Likert	54
Tabel III.4	: Kisi-kisi Kuesioner	54
Tabel IV.1	: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
Tabel IV.2	: Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel IV.3	: Hasil Uji Validitas Pembayaran Tunai (X1)	71
Tabel IV.4	: Hasil Uji Validitas Pembayaran Nontunai (X2)	72
Tabel IV.5	: Hasil Uji Kepuasan Konsumen (Y)	73
Tabel IV.6	: Hasil Uji Reliabilitas Tunai	74
Tabel IV.7	: Hasil Uji Reliabilitas Nontunai.....	75
Tabel IV.8	: Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen	75
Tabel IV.9	: Hasil Uji Multikolinearitas	76
Tabel IV.10	: Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel IV.11	: Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)	79
Tabel IV.12	: Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	79
Tabel IV.13	: Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)	81
Tabel IV.14	: Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 : Kerangka Pikir	45
Gambar IV.1 : Logo Warna Indomaret	65
Gambar IV.2 : Maskot Indomaret	65
Gambar IV.3 : Struktur Organisasi PT Indomarco Prismaatama	67
Gambar IV.4.....	:
Bagan Struktur Organisasi Toko Indomaret	68
Gambar IV.5.....	:
Hasil Uji Heteroskedastisitas	77

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kata Pengantar Angket**
- Lampiran 2 Data Tabulasi Angket**
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas X dan Y**
- Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas X dan Y**
- Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas**
- Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinearitas, Uji Analisis Regresi Berganda, dan Uji t**
- Lampiran 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas**
- Lampiran 8 Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)**
- Lampiran 9 Hasil Uji F**
- Permohonan Kesediaan Menjadi Pembimbing Skripsi**
- Dokumentasi Pengisian Angket**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, perkembangan pola hidup masyarakat Indonesia semakin maju dan mengalami arus perubahan yang semakin hari semakin kompleks. Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang begitu pesat seiring dengan perkembangan zaman. Pengaruh perkembangan tersebut sangat nyata, misalnya terciptanya fasilitas-fasilitas yang memudahkan kegiatannya sejalan dengan perkembangan teknologi tersebut dan berpengaruh pula kepada satu perubahan gaya hidup mereka. Disisi lain adanya persaingan pasar yang semakin hari kian semakin ketat.

Semakin berkembangnya pasar modern (*retail*) pada saat ini memberikan banyaknya pilihan bagi konsumen untuk menentukan produk mana yang akan dibelinya, tempat mana yang akan dijadikannya sebagai tujuan berbelanja, serta produk ditempat belanja mana yang sekiranya memiliki kualitas dan harga yang sesuai dengan keinginan konsumen. Banyaknya pilihan retail saat ini menjadikan para pengusaha untuk lebih memperhatikan persepsi konsumen tersebut agar retail yang akan atau telah dibangunnya menjadi retail pilihan banyak konsumen sehingga dapat mendatangkan banyaknya pelanggan dan nantinya juga akan mendatangkan keuntungan bagi bisnisnya.¹

¹Nurhikmah, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pembeli Di Indomaret Kecamatan Pangkajene" dalam *Jurnal Ekonomi* Volume 4, No. 2, 2019, hlm. 2.

Dampak dari perkembangan teknologi tersebut salah satunya adalah semakin banyak berkembang pasar modern berupa *supermarket*, *hypermarket*, *minimarket*, *departement store*, dan lain sebagainya, yang menawarkan kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidupnya secara mudah dan efisien.

Indomaret merupakan salah satu jaringan mini market di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas bangunan kurang dari 200M². Awal terbentuknya perusahaan ini dimulai dari sebuah toko Indomaret yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari yang pertama kali dibuka pada tahun 1987 di Pontianak, Kalimantan Barat. Usaha ini mulai berkembang ketika PT. Indomarco Prismatama pertama kali membuka gerai Indomaret di Jakarta yang berlokasi di Ancol, Jakarta Utara pada November 1988 yang kemudian disusul dengan pembukaan gerai-gerai Indomaret di tempat-tempat lainnya.² Terkhususnya Kota Padangsidimpuan ini saja sudah terdapat banyak gerai Indomaret yang membuka tempat berbelanja, contohnya saja di Kota Padangsidimpuan. Peneliti melakukan penelitian di Kecamatan Padangsidimpuan Utara, di Kecamatan Padangsidimpuan Utara ada 5 Gerai indomaret, yaitu Indomaret Soripada, Indomaret SPBU Sadabuan, Indomaret Sudirman Sadabuan, Indomaret Merdeka, dan terakhir Indomaret Kapten Koima. Indomaret sendiri terus mendorong

²Khairul Akbar, "Pengaruh Program Promosi Terhadap Minat Pembelian Konsumen Di Indomaret" (Skripsi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau Repository, 2020), hlm. 14

penggunaan uang elektronik sebagai alat pembayaran nontunai bagi kepuasan konsumennya.

Banyak pasar modern yang menawarkan atau memberikan kemudahan kepada konsumen dalam berbelanja salah satunya yaitu memberikan kemudahan dalam hal pembayaran. Di situasi yang sudah modern ini dan teknologi pun sudah sangat canggih dapat memudahkan kita dalam melakukan pembayaran nontunai (*cashless*), maka dari itu Indomaret memberikan fasilitas dalam melakukan pembayaran secara nontunai (*cashless*) yang belum dimiliki sebagian minimareket atau penjual kelontong di pasaran.³

Sistem pembayaran merupakan salah satu pilar penopang stabilitas sistem keuangan yang telah berkembang dengan pesat seiring dengan perkembangan teknologi. Kemajuan teknologi dalam instrumen pembayaran menggeser peranan uang tunai sebagai alat pembayaran ke dalam bentuk pembayaran nontunai yang lebih efisien dan ekonomis. Sistem pembayaran tunai menggunakan uang kartal (uang kertas dan logam) sebagai alat pembayaran. Sedangkan pada sistem pembayaran nontunai instrumen yang digunakan berupa Alat Pembayaran Menggunakan Kartu (APMK), cek, bilyet, giro, maupun uang elektronik.⁴ Pembayaran nontunai umumnya dilakukan dengan cara mentransfer antar bank maupun transfer intra bank melalui jaringan internal bank sendiri.

³ *Ibid*, hlm. 3-9.

⁴ Ahmad, "Memahami Sistem dan Macam Alat Pembayaran di Indonesia" <https://www.gramedia.com>, diakses 26 Desember 2021 pukul 18.58 WIB.

Perkembangan sistem pembayaran yang berbasis elektronik telah memberikan dampak munculnya inovasi-inovasi baru dalam sistem pembayaran yang diharapkan dapat memberikan kemudahan, fleksibilitas, efisiensi dan kesederhanaan dalam melakukan transaksi.⁵ Kemunculan uang elektronik merupakan jawaban atas kebutuhan terhadap instrumen pembayaran mikro yang diharapkan mampu melakukan proses pembayaran secara cepat dengan biaya yang relatif murah, karena pada umumnya nilai uang yang disimpan, instrumen ini ditempatkan pada suatu tempat tertentu yang mampu diakses secara cepat secara off-line, aman dan murah.⁶

Memiliki fasilitas dapat melakukan sistem pembayaran secara nontunai (*cashless*) merupakan satu keunggulan yang dapat menarik konsumen untuk berbelanja di Indomaret dibandingkan berbelanja di minimarket lainnya ataupun penjual kelontong yang dipasaran karena konsumen yang tidak memegang uang tunai dapat melakukan pembayaran secara transfer ataupun yang lainnya. Ini merupakan suatu keuntungan kepada pihak Indomaret tersebut karena membuat konsumen lebih puas berbelanja di Indomaret karena memiliki sistem pembayaran tak hanya pembayaran secara tunai (*cash*) saja juga memiliki pembayaran secara nontunai (*cashless*).

⁵Mintarsih, "Perlindungan Konsumen Pemegang Uang Elektronik (E-Money) Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", dalam *Jurnal Wawasan Hukum*, Volume 29, No. 02, 2013, hlm. 896.

⁶ Decky Hendarsyah, "Penggunaan Uang Elektronik dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai di Indonesia", dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Volume 5, No. 1, 2016, hlm. 2.

Kualitas layanan kepada pelanggan tidak selamanya dapat memuaskan pelanggan. Banyak terdapat kegagalan layanan yang menimbulkan ketidakpuasan. Pemilihan jasa layanan berbasis internet merupakan salah satu determinan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas.⁷

Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan ketika kebutuhan dan keinginan dapat terpenuhi melalui produk atau jasa yang dikonsumsi.⁸ Kepuasan konsumen pada hakekatnya mencakup sikap dan rasa senang dengan hasil perbandingan yang menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas dan sesuai dengan harapan konsumen. Kepuasan konsumen dapat menjadikan hubungan yang harmonis antara produsen dengan konsumen, sehingga menciptakan awal yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas konsumen dan memberikan informasi yang positif produk/jasa sehingga dapat menguntungkan perusahaan.⁹

Kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, di mana alternatif yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan.¹⁰ Kepuasan pelanggan memiliki tujuan yang sangat penting. Dalam keadaan pasar yang sangat kompetitif, kepuasan

⁷Lisa Angelina Puspita Sari, "Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Menggunakan Aplikasi Ovo Pada Intensi Dan Kepuasan Pelanggan Hypermart City Of Tomorrow Surabaya" (Skripsi, Universitas Bhayangkara Surabaya, 2019), hlm. 26.

⁸Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (Yogyakarta: Qiata Media, 2019), hlm. 132.

⁹ Didin Fatihudin And M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 18.

¹⁰ Freddy Rangkuti, *Customer Service & Call Center Berdasarkan ISO 9001* (Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2013), hlm. 7.

pelanggan hanya merupakan prediksi yang lemah terhadap pelanggan yang tetap bertahan. Perusahaan perlu memonitor dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggannya.

Memiliki fasilitas pembayaran secara nontunai mempunyai tantangan kepada pihak Indomaret tersebut bagaimana agar konsumen merasa puas mengenai pelayanan terutama dalam hal pembayaran secara tunai maupun nontunai. Berikut adalah rata-rata data transaksi pembayaran Indomaret Padangsidempuan Utara dalam satu hari.

Tabel I.1
Rata-rata Transaksi Pembayaran Perhari

No.	Nama Indomaret	Tunai	Nontunai
1.	Indomaret Soripada	340	60
2.	Indomaret SPBU Sadabuan	270	30
3.	Indomaret Sudirman Sadabuan	450	55
4.	Indomaret Merdeka	305	45
5.	Indomaret Kapten Koima	490	50

Sumber: Berdasarkan Wawancara dengan salah satu karyawan Indomaret Padangsidempuan Utara.

Berdasarkan survey yang telah peneliti lakukan berdasarkan tabel diatas, bisa dilihat konsumen Indomaret masih didominasi melakukan pembayaran secara tunai jika dibandingkan pembayaran secara nontunai karena pembayaran tunai yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari, sedangkan pembayaran nontunai masih sedikit masyarakat yang menggunakannya.

Berdasarkan hasil wawancara saya dengan salah satu konsumen Indomaret Padangsidempuan Utara yaitu saudari Bunga Indah Sari mengatakan bahwa kurangnya minat saudari tersebut menggunakan

pembayaran secara nontunai dikarenakan seringnya terjadi masalah gangguan jaringan di Indomaret tersebut ketika ingin bertransaksi. Kemudian hasil wawancara saya dengan saudara Khoirul Hamdani mengatakan bahwa kurangnya minat menggunakan pembayaran secara nontunai karena keterbatasan pengetahuan. Inilah yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

Beberapa peneliti tentang pengaruh sistem pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen indomaret di kota Padangsidimpuan Utara juga telah dilakukan, tetapi terdapat perbedaan pada hasil penelitian tersebut. Muhammad Naufal Aly dan Nurvita Trianasari, menemukan bahwa “Sistem pembayaran nontunai berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen”.

Lisa Angelina Puspita Sari, menemukan bahwa “Sistem pembayaran menggunakan aplikasi ovo berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan”. Nur’ain Harahap menemukan bahwa “Transaksi nontunai berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen”. Malvin Piero, menemukan bahwa “Pembayaran Nontunai berpengaruh positif terhadap Compulsive Buying”

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan di atas, maka penulis memiliki ketertarikan untuk meneliti lebih lanjut tentang pembayaran tunai dan nontunai pada kepuasan konsumen. Sehingga peneliti mengangkat judul “**PENGARUH SISTEM PEMBAYARAN TUNAI (CASH) DAN**

NONTUNAI (*CASHLESS*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN INDOMARET PADANGSIDIMPUAN UTARA”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang diatas, peneliti mengidentifikasi masalah yaitu:

1. Adanya gangguan jaringan di Indomaret ketika ingin melakukan transaksi nontunai.
2. Kurangnya minat atau pemahaman konsumen mengenai pembayaran nontunai.
3. Volume Transaksi Indomaret masih didominasi pembayaran tunai.

C. Batasan Masalah

Ada banyak masalah yang bisa diangkat dari penelitian ini, namun peneliti perlu membatasi masalah yang lebih terperinci dan jelas agar pemecahannya terarah dan berhasil. Untuk menghindari meluasnya pembahasan dan supaya penelitian ini fokus pada masalah yang dibahas maka penelitian ini dibatasi hanya meneliti tentang pengaruh sistem pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret di Padangsidimpuan khususnya di Indomaret Padangsidimpuan Utara.

D. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah variabel penelitian dimaksudkan untuk memahami arti setiap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis, instrumen, serta sumber pengukuran berasal dari

mana.¹¹ Definisi operasional variabel ini dikembangkan dari indikator-indikator yang digunakan dalam pengukuran variabel. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Adapun definisi operasional variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel I.2
Defenisi Operasional Variabel

No.	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	Kepuasan Konsumen (Y)	Perasaan senang atau kecewa konsumen yang muncul setelah membandingkan antara persepsinya terhadap produk atau pelayanan.	a. Kesesuain antara harapan dengan kenyataan b. Merekomendasikan kepada orang lain c. Loyalitas	Likert
2	Pembayaran Tunai (X ₁)	Alat pembayaran tunai biasa disebut konvensional, adalah pembayaran menggunakan uang kartal seperti uang logam dan uang kertas.	a. Minat b. Kemudahan c. Pengetahuan	Likert
3	Pembayaran Nontunai (X ₂)	Alat pembayaran nontunai adalah mekanisme atau cara bayar transaksi yang tidak memerlukan uang fisik.	a. Kemudahan b. Manfaat c. Sikap Untuk Menggunakan Teknologi d. Minat	Likert

¹¹ Wiratna Sujarwen, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019), hlm. 77.

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan dalam latar belakang diatas, peneliti merumuskan masalah yaitu:

1. Bagaimana pengaruh pembayaran tunai (*cash*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret?
2. Bagaimana pengaruh pembayaran nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret?
3. Bagaimana pengaruh pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan diatas, maka tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh pembayaran tunai (*cash*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret.
2. Untuk mengetahui pengaruh pembayaran nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret.
3. Untuk mengetahui pengaruh pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret.

G. Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian setelah selesai dilakukan, diharapkan akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak, diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan bagi pengembang ilmu dan dapat menjadi bahan perbandingan bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi peneliti, sebagai sarana bahan perbandingan, untuk menambahkan memperluas wawasan mengenai penerapan teori yang diperoleh selama menempuh pendidikan.
- b. Bagi masyarakat atau Indomaret, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk mengumpulkan data gambaran secara ringkas mengenai proposal ini, maka peneliti menggunakan sistematika pembahasan dengan rincian sebagai berikut:

Bab I: Pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, definisi operasional variabel, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Bab II: Landasan Teori yang terdiri atas kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis.

Bab III: Metode Penelitian terdiri atas lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab IV: Berisikan gambaran umum lokasi penelitian, paparan analisis hasil penelitian, pembahasan hasil penelitian, dan keterbatasan penelitian.

Bab V: merupakan penutup yang memuat kesimpulan dan saran-saran yang dianggap perlu.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Konsumen

a. Kepuasan

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia kepuasan adalah puas; merasa senang; perihal (hal yang bersifat puas, kesenangan, kelegaan dan sebagainya).Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa telah mendapatkan pelayanan suatu jasa dengan baik.

Menurut Kotler dan Keller, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Apabila kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Selain itu, apabila kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.¹

Kepuasan sebagai akibat timbulnya perasaan seseorang setelah membandingkan antara hasil kinerja dengan keinginannya.Sedangkan tingkat kepuasan merupakan hasil perbedaan antara harapan dengan kinerja yang dilakukan.Apabila

¹Kotler, P. and Kevin Lane Keller, Perilaku Konsumen (sikap dan pemasaran). Terjemahan: Firmansyah, M. A. (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2018), hlm. 138.

kinerja tidak sesuai harapan, maka hasilnya adalah kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapannya, maka hasilnya puas. Bila kinerja melebihi harapan akan timbul perasaan sangat puas, demikian juga sebaliknya. berdasarkan kesimpulan dari beberapa pendapat dapat diartikan perasaan puas dan senang individu karena harapan dan kenyataan sudah terpenuhi.²

b. Konsumen

Konsumen sebagai istilah yang sering dipergunakan dalam percakapan sehari-hari, merupakan istilah yang perlu untuk diberikan batasan pengertian agar dapat mempermudah pembahasan tentang perlindungan konsumen. Berbagai pengertian tentang “konsumen” yang dikemukakan baik dalam Rancangan Undang-undang perlindungan konsumen, sebagai upaya ke arah terbentuknya Undang-undang perlindungan konsumen maupun di dalam undang-undang perlindungan konsumen.

Pengertian Konsumen menurut Undang-undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dalam pasal 1 angka (2) yakni: Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

²Kanal Pengetahuan, “Pengertian Kepuasan” <https://www.kanal.web.id/pengertian-kepuasan>, diakses 3 April 2022 Pukul 13.26.

Dari pengertian konsumen diatas, maka dapat kita kemukakan unsur-unsur definisi konsumen.³

- 1) Setiap orang, Subjek yang disebut sebagai konsumen berarti setiap orang yang berstatus sebagai pemakai barang dan/atau jasa.
- 2) Pemakai, Istilah kata “pemakai” dalam hal ini digunakan untuk rumusan ketentuan tersebut atau menunjukkan suatu barang dan/ atau jasa yang dipakai tidak serta merta hasil dari transaksi jual beli.
- 3) Barang dan/atau Jasa, Undang-undang perlindungan konsumen mengartikan barang sebagai setiap benda, baik berwujud maupun tidak berwujud, baik bergerak maupun tidak bergerak, baik dihabiskan maupun tidak dapat dihabiskan, yang dapat untuk diperdagangkan, dipakai, dipergunakan, atau dimanfaatkan oleh konsumen.
- 4) Yang tersedia dalam Masyarakat, Barang dan/atau jasa yang ditawarkan kepada masyarakat sudah harus bersedia di pasaran.
- 5) Bagi kepentingan Diri Sendiri, Keluarga, Orang lain, Makhluk Hidup lain

³ Celina Tri Siwi Kristiyanti, Hukum Perlindungan Konsumen, (Jakarta: sinar grafik, 2008), hlm. 27.

- 6) Barang dan/atau jasa itu tidak untuk diperdagangkan, Batasan itu sudah bisa dipakai dalam peraturan perlindungan konsumen di berbagai Negara.

c. Kepuasan Konsumen

Persaingan yang sangat ketat, dengan semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus mampu menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmen terhadap kepuasan pelanggan. Karena kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan pelanggan melalui penyampaian produk berkualitas dengan harga bersaing.⁴

Secara umum definisi dari kepuasan konsumen adalah hasil penilaian konsumen terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengonsumsi suatu produk.⁵

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur

⁴Indra Wahyu Dianto, "Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake JL.Cendrawasih No. 30 Yogyakarta" (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2013), hlm. 18.

⁵Nur'Ain Harahap, "Pengaruh Transaksi nontunai Menggunakan Layanan Virtual Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Indomarco Prismaatama Cabang Medan", dalam *Jurnal Bisnis* Volume 1, No. 1, Januari 2018, hlm. 2.

kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.⁶

Menurut Kotler kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan kinerja pelayanan yang dirasakan disbanding dengan harapan layanan.⁷

Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.⁸ Memuaskan keinginan konsumen merupakan keinginan setiap para perusahaan.

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan, menurut Indrasari adalah:

- 1) Kesesuaian harapan, yaitu kepuasan tidak diukur secara langsung tetapi disimpulkan berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja perusahaan yang sebenarnya.
- 2) Kesiediaan merekomendasikan, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan akan merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada orang lain seperti, keluarga, teman, dan lainnya.

⁶M. Akhirul Amin, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di CV Ghiffar Organizer Palembang" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Palembang, 2017), hlm. 18.

⁷ Sri Rahayu, *Kepuasan dan Loyalitas Terhadap Objek Wisata* (Palembang: Anugah Jaya, 2019), hlm. 49.

⁸ Neitzal Rivai dan Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013), hlm. 153.

3) Loyalitas, yaitu kepuasan pelanggan diukur dengan menanyakan apakah pelanggan ingin membeli atau menggunakan kembali jasa perusahaan.⁹ Loyalitas merupakan asset yang tidak ternilai bagi perusahaan, karena loyalitas konsumen akan berdampak terhadap kinerja perusahaan dan dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.¹⁰

d. Kepuasan konsumen Menurut Perspektif Islam

Kepuasan konsumen ditinjau dari ekonomi Islam sudah sesuai dengan ekonomi islam karena kepuasan konsumen di dalam ekonomi Islam adalah masalah dimana Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan atas nilai-nilai syariah.

لَا نَفْضُوا الْقَلْبَ غَلِيظًا فَظًّا كُنْتُمْ وَلَوْ لَهِمْ لِنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا
 نَزَمْتُمْ فَإِذَا الْأَمْْرِ فِي وَشَاوَرَهُمْ هُمْ وَأَسْتَغْفِرَ عَنْهُمْ فَأَعْفُ حَوْلَكَ مِنْ
 الْمُتَوَكِّلِينَ تَحِبُّ اللَّهُ إِنْ اللَّهُ عَلَى فَتَوَكَّلْ ع

Artinya: Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka

⁹ Meithiana Indrasari, Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Surabaya: Unitomo Press, 2019), hlm. 92

¹⁰ Ali Hardana, Eva Indah ,dkk, "Determinants Of Customer Loyalty" dalam *Jurnal Syariah Banking*, Vol. 2, No. 1, Juli 2021, hlm. 55.

bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.¹¹

Dalam Tafsir Al-Misbah menjelaskan pada ayat diatas bahwa Allah memerintahkan kepada nabi Muhammad agar membimbing kaum muslimin agar bersikap lemah lembut, khususnya mereka yang telah melakukan kesalahan dan pelanggaran dalam perang Uhud. Sebenarnya cukup banyak hal dalam peristiwa dalam perang Uhud yang dapat mengundang emosi manusia untuk marah. Namun, demikian cukup banyak pula bukti yang menunjukkan kelemahan lembut Nabi Muhammad Saw. Beliau bermusyawarah dengan mereka sebelum memutuskan peperangan, beliau menerima usul mayoritas mereka, walau beliau sendiri kurang berkenan, namun beliau tidak memaki dan mempermasalahkan para pemanah yang meninggalkan markas mereka tetapi hanya menegurnya dengan halus dan lain-lain.¹²

Sebuah transaksi ekonomi pasti tak terlepas dari penjualan dan pembelian yang mana hal ini digambarkan dalam bentuk kepuasan pelanggan terhadap produk atau jasa yang diperoleh dari penjualan. Pencapaian kualitas layanan yang terbaik pada organisasi atau perusahaan memerlukan dasar bangunan manajemen Islam yang kokoh atau disebut juga "Total Islam Quality" dimana dasar bangunan tersebut bersumber dari Al-qur'an

¹¹ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an Hafalan Mudah* (Jakarta: Quran Cordoba, 2018), hlm. 71.

¹² Shalah Abdul Fattah Al-Hhalidi, *Mudah Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2, Shahih, Sistematis, Lengkap* (Jakarta: Magfirah Pustaka, 2017), hlm. 159.

dan Hadist, dan dapat terbentuk jika ada instrumen-instrumen berikut, yaitu:

- 1) Harus didasari oleh kesabaran yang kuat.
- 2) Komitmen jangka panjang.
- 3) Perbaikan kualitas layanan terus menerus.
- 4) Kerjasama dan hormat/respek terhadap setiap orang.
- 5) Pendidikan dan latihan.¹³

e. Faktor Utama Dalam Menentukan Tingkat Kepuasan Konsumen

Dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen, ada lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi konsumen.¹⁴ Konsumen akan merasa puas jika pembeli mendapatkan pelayanan yang baik. Pelayanan yang baik yaitu mampu memberikan kepuasan bagi para konsumennya baik itu dari segi sistem pembayarannya. Maka dari itu, secara bersama-sama ada

¹³Mustafa Kamal, "Kepuasan Pelanggan Perspektif Islam" <http://www.dakwatuna.com>, diakses 20 Februari 2022 pukul 21.17 WIB.

¹⁴Ali Hardana, Jafar Nasution, Arti Damisa, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidempuan" dalam *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 2, 2022, hlm. 832.

hubungan yang signifikan antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan dan sistem pembayaran.¹⁵

3) Emosional

Konsumen akan merasa senang dan mendapatkan kepercayaan sehingga orang lain akan kagum terhadap perusahaan bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4) Harga

Produk yang memiliki kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang realtif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5) Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan baiaya tambahan untuk mendapatkan suatu produk atau jasa karena cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.¹⁶

2. Sistem Pembayaran

a. Sistem Pembayaran

Sistem pembayaran terdiri atas dua kata yakni “sistem” dan “pembayaran”. Kata sistem menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia adalah sekelompok bagian-bagian yang bekerja bersama-

¹⁵Setiawan, “Hubungan Kualitas Pelayanan dan Sistem Pembayaran dengan Kepuasan Mahasiswa di Institut Sains dan Teknologi Al-Kamal” dalam *Jurnal Teknik*, Volume 5 No. 2, 2016, hlm. 239.

¹⁶Meithiana Indrasari, *Op. Cit.*, hlm. 87-88.

sama untuk melakukan sesuatu maksud atau bisa juga diartikan sebagai cara atau metode yang teratur untuk melakukan sesuatu.

Sedangkan kata “pembayaran” lazim diartikan sebagai perpindahan nilai anatar dua belah pihak. Secara sederhana, kedua belah pihak yang dimaksud adalah pihak penjual dan pihak pembeli, dan pada saat yang bersamaan terjadi perpindahan barang dan jasa.

Sistem pembayaran adalah suatu sistem yang melakukan pengaturan kontrak, fasilitas pengoperasian dan mekanisme teknis yang digunakan untuk penyampaian, pengesahan dan penerimaan instruksi pembayaran, serta pemenuhan kewajiban pembayaran yang dikumpulkan melalui pertukaran “nilai” anatarperorangan, bank dan lembaga lainnya baik domestik maupun antarnegara (*cross border*).¹⁷

Sistem pembayaran secara tegas sebagai satu kesatuan yang utuh dari seperangkat aturan, lembaga mekanisme untuk melaksanakan pemindahan dana guna memenuhi kewajiban yang timbul dari kegiatan ekonomi.¹⁸

Sistem pembayaran telah mengalami evolusi selama beberapa abad, sejalan dengan perubahan sifat dan penggunaan uang sebagai alat pembayaran. Dalam sejarah, koin merupakan jenis uang pertama yang banyak digunakan oleh berbagai

¹⁷ Aulia Pohan, *Sistem Pembayaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 71.

¹⁸ Undang-Undang Nomor 23 tentang Bank Indonesia Pasal 1.

kelompok masyarakat sebagai alat pembayaran. Dalam perkembangannya, peran koin sebagai alat pembayaran dilengkapi dengan kehadiran uang kertas yang dianggap lebih nyaman dan lebih memudahkan proses transaksi karena lebih ringan dengan biaya pembuatan yang lebih murah.

Saat ini teknologi sudah menjadi kebutuhan yang dianggap penting bagi masyarakat di seluruh dunia. Salah satu perkembangan teknologi saat ini adalah dalam sistem pembayaran. Sebelum mengenal adanya pembayaran nontunai (*non cash*), masyarakat menggunakan alat pembayaran secara tunai berupa uang kartal (uang kertas dan logam). Tetapi dengan adanya perkembangan teknologi, masyarakat lebih cenderung melakukan transaksi dengan menggunakan pembayaran nontunai seperti penggunaan kartu ATM, kartu kredit, cek ataupun *e-money*.¹⁹ Sejah ini, seluruh pembayaran elektronik tersebut masih selalu terkait langsung dengan rekening nasabah bank yang menggunakannya.

Dengan semakin majunya teknologi dan adanya kebutuhan akan alat pembayaran yang praktis dan murah, di beberapa negara telah mulai dikembangkan produk pembayaran elektronik yang dikenal sebagai uang elektronik (*e-money*), yang karakteristiknya berbeda dengan pembayaran elektronik yang telah disebutkan sebelumnya, karena setiap pembayaran yang dilakukan dengan

¹⁹ Muhammad Naufal Aly dan Nurvita Trianasari, "Pengaruh Kualitas layanan sistem pembayaran nontunai terhadap kepuasan konsumen", dalam *Jurnal e-Proceeding of Management*, Volume 7, No.1 April 2020, hlm. 395.

menggunakan *e-money* tidak selalu memerlukan proses otorisasi dan online secara langsung dengan rekening nasabah di bank (pada saat melakukan pembayaran tidak dibebankan ke rekening nasabah di bank).

Secara garis besar sistem pembayaran dibagi menjadi dua bagian yaitu sistem pembayaran tunai dan sistem pembayaran nontunai.

b. Sistem Pembayaran Tunai

1) Sistem Pembayaran Tunai

Sistem pembayaran di Indonesia kini semakin berkembang seiring dengan majunya teknologi.²⁰ Sistem pembayaran tunai ialah sistem pembayaran yang menggunakan uang kartal (uang kertas dan logam) sebagai alat pembayaran. instrumen pembayaran tunai menggunakan mata uang yang berlaku di Indonesia, yaitu Rupiah, yang terdiri atas uang logam dan kertas. Dalam peredarannya, uang tersedia dalam berbagai jenis pecahan agar memudahkan untuk bertransaksi.

Penggunaan media tunai dalam transaksi pembayaran banyak dipilih dengan alasan kemudahannya. Dengan menggunakan uang tunai maka jika seorang melakukan jual

²⁰ Meilinda Nur Rasyida Fatmawati dan Indah Yuliana, "Pengaruh Transaksi Non Tunai Terhadap Jumlah Uang Beredar Di Indonesia Tahun 2015-2018 Dengan Inflasi Sebagai Variabel Moderasi", dalam *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi*, Volume 11, No. 2, 2019, hlm. 270.

beli barang atau jasa, maka pada saat dia menerima barang dan atau jasa yang dibeli, penjual juga menerima uang sebagai pembayarannya. Jika semua pembelian barang dan atau jasa menggunakan uang tunai maka semua pelaku ekonomi akan menyimpan persediaan uang tunai dalam jumlah relatif besar untuk memenuhi semua kewajiban pembayarannya. Supaya lebih efisien dan lebih aman, maka digunakan alat pembayaran nontunai yang penggunaannya melibatkan lembaga perantara.

Meskipun transaksi nontunai di satu sisi mengalami peningkatan dan di sisi lain transaksi tunai mengalami penurunan. Namun demikian, tetap saja banyak yang merasa lebih nyaman bertransaksi secara tunai. Terlebih dalam transaksi nontunai membutuhkan pengetahuan mengenai teknologi sebagai syarat bagi pengguna. Oleh karena itu, ketersediaan uang tunai hingga kini masih dianggap sebagai hal yang penting dalam sistem pembayaran di belahan dunia manapun, tak terkecuali Indonesia.

2) Manfaat Alat Pembayaran Tunai

Uang tunai ini sangat rentan dengan hilang, pencurian, dan sangat sulit untuk dilacak. Namun, dengan menyingkirkan pembayaran uang tunai sebenarnya memiliki beberapa risiko yang akan berdampak pada masa depan keuangan individual. Walaupun pembayaran ini mudah dan

klasik, tapi sesungguhnya uang tunai ini masih sangat diperlukan oleh masyarakat. Berikut manfaat pembayaran tunai:

- a) Membantu bernegosiasi
- b) Diterima hampir dimana saja ketika ingin bertransaksi
- c) Tidak ada batas minimal pembayaran
- d) Tidak dikenakan biaya transaksi.

3) Pembayaran Tunai Dalam Perspektif Islam

Pembayaran tunai yang didominasi masyarakat dalam pembayarannya memberikan kemudahan karena tidak memberikan kesan haram dalam transaksinya, berbeda dengan pembayaran nontunai karena dalam transaksi nontunai ada batas minimal dan maksimal pembayaran yang memaksa masyarakat dalam membelinya.

عَلَّمَهُ رَبِّي
الرِّبَاُ وَحَرَّمَ الْبَيْعَ الَّذِي هُوَ حَلَلٌ

Artinya :Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba.²¹

Dalam tafsir Jalalain menjelaskan orang-orang yang memakan riba artinya mengambilnya. Riba itu ialah tambahan dalam muamalah dengan uang dan bahan makanan, baik mengenai banyaknya maupun mengenai waktunya. Padahal

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Jakarta: Bintang Indonesia), hlm. 67.

Allah telah menghalalkan jual-beli dan mengharamkan riba (Maka barang siapa yang datang kepadanya), maksudnya sampai kepadanya (pelajaran) atau nasihat (dari Tuhannya, lalu ia menghentikannya), artinya tidak memakan riba lagi, artinya sebelum datangnya larangan dan doa tidak diminta untuk mengembalikannya, dalam urusan memaafkannya terserah kepada Allah. Dan untuk orang-orang yang mengulangi dan tetap menyamakannya dengan jual-beli tentang halalnya (maka mereka adalah penghuni neraka, kekal mereka didalamnya).²²

Transaksi yang digunakan dalam pembahasan ini ialah jual beli dengan sistem pembayaran cash bertahap. Jual beli adalah perjanjian tukar menukar barang, atau barang dengan uang dengan jalan melepaskan hak milik dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan sesuai dengan ketentuan yang dibenarkan syara' (hukum Islam).²³

Jelas bahwa Allah Swt sangat memperhatikan transaksi jual beli yang menjadi kebutuhan setiap manusia. Maka setiap orang yang melakukan transaksi ini harus memperhatikan sesuatu yang halal sehingga diperbolehkan dalam syari'at dan

²² Jalaluddin Al-Mahalli dan Jalaluddin As-Suyuthi, *Tafsir Jalalain* (Jakarta : Ummul Qura, 2015), hlm. 59.

²³Deni Armayani, "Tinjauan Hukum Islam Tentang Sistem Pembayaran Cash Bertahap Pada Jual Beli Rumah" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019), hlm. 6.

juga mengetahui apa saja yang diharamkan sehingga Allah Swt akan murka apabila dilakukan.

Transaksi *cash* atau langsung tersebut sama dengan jual beli lainnya bahkan lebih mudah karena sama sekali tidak ada campur tangan dengan pihak bank. Sehingga konsumen merasa aman, nyaman dengan nuansa Islam yang mana dilakukan tanpa sita, tanpa denda, dan tanpa riba. Selain itu konsumen juga dapat menentukan design rumah sesuai keinginan.

c. Sistem Pembayaran Nontunai

1) Pembayaran Nontunai

Kemajuan teknologi memiliki sifat yang multiplier karena memberikan manfaat yaitu memberikan kemajuan di berbagai bidang, salah satunya adalah sistem pembayaran. Sejalan dengan perkembangan teknologi yang pesat, pola dan sistem pembayaran dalam transaksi ekonomi terus mengalami perubahan. Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peranan uang tunai sebagai alat pembayaran dalam bentuk pembayaran nontunai yang lebih efisien dan ekonomis.²⁴ Dalam perkembangannya, lembaga penyedia jasa pembayaran semakin inovatif dalam menyediakan berbagai alternatif jasa pembayaran nontunai berupa sistem transfer dan alat pembayaran menggunakan

²⁴ Nastiti Ninda Lintangari, dkk, "Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia, dalam *Jurnal Ekonomi*, Volume 2, No. 2, 2017.

kartu elektronik yang aman, cepat dan efisien serta bersifat global. Meskipun demikian masih banyak masyarakat Indonesia yang belum menggunakan fasilitas ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan masih banyaknya pengguna uang cash untuk membayar barang atau jasa.²⁵

Kini pembayaran nontunai sudah teraplikasikan di berbagai sektor, seperti perbelanjaan, transportasi, kartu tol, dan berbagai tempat lain. Terdapat berbagai jenis pembayaran nontunai seperti kartu kredit, kartu debit atau kartu ATM, serta model e-money yang baru berkembang belakangan ini. Jenis dari kartu kredit maupun debit juga dikeluarkan oleh berbagai bank di Indonesia, sehingga memiliki keragaman yang sangat banyak.²⁶

Bank sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat pada umumnya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran bagi nasabahnya. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk lainnya dengan rangka meningkatkan taraf hidup rakyat

²⁵ Rifqy Tazkiyyaturrohmah, "Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern", dalam *Jurnal Muslim*, Volume 3, No. 1, 2018, hlm. 23.

²⁶ Malvin Piero, "Pengaruh Promosi Penjualan, Pembayaran Nontunai, Lingkungan Sosial, dan Kondisi Keuangan Terhadap Compulsive Buying: Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya" (Skripsi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 2018), hlm. 3.

banyak.²⁷ Jasa dalam lalu lintas pembayaran yang diberikan oleh bank tersebut antara lain melalui penelitan cek bilyet giro untuk penarikan simpanan giro, transfer dana dari satu rekening simpanan kepada rekening simpanan lainnya pada bank yang sama atau pada bank yang berbeda, penerbitan kartu debit, penerbitan kartu kredit, dan lain-lain. Meski peminat uang elektronik ini masih minim, tapi perlahan mulai dikenal dan digunakan oleh masyarakat.²⁸

Pembayaran antar bank dengan cek dan bilyet giro diproses melalui SKNBI (Sistem Kliring Nasional Bank Indonesia).SKNBI adalah sistem net settlement multilateral tangguhan (*deffered multilateral net settlement*). Untuk instrumen pembyaran berbasis kartu (kredit dan debit/ATM), penyelesaian pada level antar bank juga dilakukan secara net multilateral melalui sistem BI-RTGS (*Bank Indonesia – Real Time Gross Settlement*) atau bank komersial melauai rekening di bank-bank komersial yang ditunjuk sebagai bank pembayaran.²⁹

Pembayaran nontunai atau *cashless* adalah mekanisme atau cara bayar transaksi yang tidak lagi memerlukan uang

²⁷Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

²⁸Mario Kurniawan Efendi, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Yogyakarta Terhadap Penggunaan Pembayaran Non Tunai” (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017), hlm. 2.

²⁹Pitriani Ritonga, “Pengaruh Pembayaran Non Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia” (Skripsi, USU Medan, 2018), hlm. 7.

fisik.³⁰ Transaksi nontunai dapat juga dikatakan sebagai transaksi atau pembayaran melalui media seperti kartu debit, kartu kredit, cek, bilyet giro, nota kredit, nota debit, dan uang elektronik. Contoh uang elektronik adalah yang biasanya berbentuk kartu *e-money* yang beredar di Indonesia seperti Shopeepay, LinkAja, Paytren, iSaku, Ovo Cash, Gopay, Uangku, T-Cash, Brizzi, e-money Mandiri, JakOne, dan Flazz.³¹

Sesuai dengan pendirian *the Islamic Fiqh Couitil* tersebut, Lembaga Keuangan Syariah (LKS), yaitu bank Islam dan institusi keuangan syariah lainnya, tidak diperbolehkan menerbitkan kartu kredit yang membebankan bunga kepada pemegang kartu. Namun LKS dapat membebankan iuran keanggotaan, iuran pembaruan keanggotaan, dan biaya penggantian kartu kepada pemegang kartu. Kartu kredit dapat diterbitkan dengan menggunakan modal pembiayaan murabahah, dimana bank dapat membeli barang pedagang.³²

Kartu perbankan syariah, baik kartu kredit maupun yang bukan kredit, biasanya terdiri atas tiga pihak utama yaitu issue cards, card holder, dan merchant, sehingga tercipta

³⁰ Izzani Ulfi, "Tantangan Dan Peluang Kebijakan Non Tunai: Sebuah Studi Literatur", dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Volume 25, No. 1, 2020, hlm 56.

³¹Isna Rifka, "Pengertian dan jenis Uang Elektronik" <https://money.kompas.com>, diakses 26 Desember 2021 pukul 20.23 WIB.

³²Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah* (Jakarta : Kencana, 2014), hlm. 452.

aktivitas perdagangan dan tercapainya tujuan yang diinginkan.³³

2) Manfaat Alat Pembayaran Nontunai

Pada era digital ini nontunai memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam menggunakan pembayaran dengan teknologi yang ada, akan tetapi masyarakat belum tentu dapat menerima teknologi tersebut dengan mudah, karena masyarakat membutuhkan proses penyesuaian terhadap teknologi baru tersebut.

Mekanisme pembayaran nontunai di Indonesia saat ini semakin maju. Terlebih dengan berkembangnya teknologi *e-payment* pada beberapa platform digital. Berikut ini manfaat alat pembayaran nontunai:

- a) Proses Transaksi Lebih Cepat
- b) Bisa Dilakukan Dimana Saja
- c) Keamanan Lebih Baik
- d) History Keuangan Tertata rapi
- e) Banyak Promo dan Diskon

3) *Technology Acceptance Model* (TAM)

Penggunaan teknologi. Model ini diperkenalkan oleh Fred Davis pada tahun 1986. TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan suatu model yang dibangun untuk

³³Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah* (Jakarta : PT RajaGrafindo, 2016), hlm. 72.

menganalisa dan memahami faktor-faktor yang memengaruhi suatu bertujuan untuk menjelaskan dan memperkirakan penerimaan (*acceptance*) penggunaan terhadap teknologi. TAM merupakan suatu model yang dianggap sangat berpengaruh dan pada umumnya digunakan untuk menjelaskan penerimaan individual terhadap sistem teknologi.³⁴

TAM merupakan salah satu jenis teori yang menggunakan pendekatan teori perilaku (*behavioral theory*) yang banyak digunakan untuk mengkaji proses adopsi teknologi informasi.³⁵

Pada model TAM tingkat penerimaan penggunaan IT ditentukan oleh empat konstruk yaitu, persepsi kemudahan (*perceived ease of use*), persepsi kemanfaatan (*perceived usefulness*), sikap untuk menggunakan (*actualy system usage*), dan minat untuk menggunakan (*behavioral intention to use*).³⁶

a) Persepsi Kemudahan (*Perceived Ease Of Use*)

Yaitu sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha.

Adhipura mendefenisikan persepsi kemudahan sebagai

³⁴Pahri Fahlevi Dan Athanasia Octaviani Puspita Dewi, “Analisis Aplikasi Jateng Dengan Menggunakan *Teori Technology Acceptance Model (TAM)*”, dalam *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, Volume 8, No. 2, April 2019, hlm. 106.

³⁵Endang Fatmawati, “*Technology Accpetance Model (TAM)* Untuk Menganalisi Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan”, dalam *Jurnal Iqra*, Volume 9, No. 01, Mei 2015, hlm. 5–6.

³⁶Satrio Prasuko, “<http://respository.radenfatah.ac.id>,” 16 Maret 2022, jam akses 10.15 WIB.

keyakinan kemudahan pengguna, yaitu tingkat dimana *user* percaya bahwa teknologi/sistem tersebut dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah/intesitas penggunaan dan interaksi antara pengguna dan sistem juga dapat menunjukkan kemudahan penggunaan. Kemudahan dalam penggunaan adalah salah satu hal yang menjadi pertimbangan bagi pembeli *online*.³⁷

Kemudahan memberikan indikasi bahwa orang yang menggunakan sistem yang baru lebih mudah dibandingkan orang yang bekerja dengan sistem yang lama. Pengguna mempercayai bahwa teknologi informasi lebih fleksibel, mudah dipahami dan mudah dijalankan sebagai karakteristik kemudahan penggunaan.

Terdapat beberapa indikator persepsi kemudahan diantaranya: sistem mudah dipelajari, sistem dapat mengerjakan dengan mudah apa yang diinginkan oleh pengguna, keterampilan pengguna bertambah dengan menggunakan sistem tersebut, dan sistem sangat mudah dioperasikan.

³⁷Meriska Giswandhani, "Pengaruh Kemudahan Transaksi Non Tunai Terhadap Sikap Perilaku Masyarakat Kota Makassar". dalam *Jurnal ilmu komunikasi*, Volume 9, hlm. 239.

b) Persepsi Kebermanfaatan Menggunakan Teknologi
(*Perceived Usefulness*)

Adhipura mendefinisikan *perceived usefulness* sebagai keyakinan akan kemanfaatan, yaitu tingkat dimana *user* percaya bahwa penggunaan teknologi/sistem akan meningkatkan performa mereka dalam bekerja.³⁸

c) Sikap Untuk Menggunakan Teknologi (*Behavioral Intention To Use*)

Behavioral intention to use adalah kecendrungan perilaku untuk tetap mengaplikasikan sebuah teknologi. Niat berperilaku teknologi informasi (*behavioral intention*) didefinisikan sebagai tingkat keinginan atau niat pemakai menggunakan sistem secara terus menerus dengan asumsi bahwa mereka mempunyai akses terhadap informasi. Seseorang akan berniat menggunakan informasi apabila pengguna meyakini bahwa dengan menggunakan teknologi tersebut akan meningkatkan kinerjanya, dapat digunakan dengan mudah, dan pengguna tersebut mendapat pengaruh dari lingkungan sekitarnya dengan menggunakan teknologi tersebut.

³⁸Adipura, dalam Satrio Prasuko, “<http://respository.radenfatah.ac.id>,” 16 Maret 2022, jam akses 10.15 WIB.

d) Minat Untuk Menggunakan Sistem

Berhasil atau tidaknya layanan berbasis teknologi sangat bergantung pada sedikit banyaknya pengguna layanan tersebut. penggunaan teknologi ditentukan oleh persepsi masing-masing orang dan sikap yang kemudian akan membentuk perilaku seseorang dalam menggunakan suatu teknologi.

d. Pandangan Ulama Terhadap Pembayaran Nontunai

1) Definisi Uang

Ilmu ekonomi tradisional mendefinisikan uang sebagai setiap alat tukar yang dapat diterima secara umum. Benda apapun dapat menjadi alat tukar selama diterima oleh semua orang untuk proses pertukaran barang dan jasa. Sedikit berbeda dengan ilmu ekonomi tradisional, ilmu ekonomi modern mendefinisikan uang sebagai sesuatu yang tersedia dan secara umum diterima sebagai alat pembayaran untuk pembelian barang, jasa dan kekayaan berharga lainnya serta untuk pembayaran hutang.³⁹

Dari dua definisi di atas didapati bahwa uang pada zaman dahulu berfungsi sebagai alat tukar, sementara pada

³⁹Takiddin, "Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam", dalam *Jurnal Filsafat Dan Budaya Hukum*, Volume 1, No. 2, 2014, hlm. 40.

zaman modern, uang berfungsi sebagai alat bayar, baik untuk membayar barang, jasa maupun hutang.

Sejarah uang secara pasti tidak diketahui kapan bermula, namun yang pasti, pada mulanya masyarakat zaman purba dahulu belum mengenal pertukaran, karena setiap orang pada waktu itu berusaha untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan usaha sendiri.

Selanjutnya, sejalan dengan perkembangan zaman, manusia mendapati bahwa mereka tidak sanggup memenuhi seluruh kebutuhan mereka dengan usaha sendiri. Oleh karena itu, mereka berusaha mendapatkan orang-orang yang mau saling menukarkan barang-barang sehingga muncullah sistem “barter” yaitu pertukaran barang dengan barang. Tapi ternyata terbukti bahwa sistem barter juga menimbulkan banyak kesulitan-kesulitan, antara lain kesulitan untuk menemukan orang yang mempunyai barang yang diinginkan, dan dalam waktu yang sama, mau menukarkan barang yang dimilikinya itu, serta kesulitan untuk mempertukarkan barang yang mempunyai nilai tukar yang sama atau hampir sama.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, timbul pikiran untuk menggunakan barang-barang tertentu sebagai alat tukar. Barang atau benda yang ditetapkan sebagai alat pertukaran itu mempunyai ciri-ciri antara lain; harus berupa barang-barang

yang diterima oleh umum dan bernilai tinggi, atau memiliki nilai magis dan mistik, atau sangat dibutuhkan sehari-hari.

Maka pada tahap selanjutnya muncullah uang logam. Logam dipilih karena mempunyai ciri-ciri antara lain memiliki nilai tinggi, digemari banyak orang, mudah dipecah tanpa mengurangi nilai, berdaya tahan lama, tidak cepat rusak, dan mudah dipindahkan karena lebih ringan.

Setelah uang logam digunakan dalam jangka yang lama, timbul kesulitan lain yaitu bahwa uang logam emas dan perak itu, karena jumlahnya yang terbatas, semakin kewalahan memenuhi transaksi yang semakin berkembang. Oleh karena itu, untuk mengatasinya dibuatlah uang kertas. Uang kertas pada asalnya merupakan bukti kepemilikan emas dan perak yang berperan sebagai alat atau perantara transaksi.

Menurut perspektif ekonomi Islam, uang mempunyai tiga fungsi yaitu sebagai alat tukar, sebagai satuan hitung atau pengukur nilai, dan sebagai penyimpan nilai apabila uang terbuat dari emas dan perak.⁴⁰

Konsep uang dalam ekonomi Islam berbeda dengan konsep uang dalam ekonomi konvensional. Dalam ekonomi Islam, konsep uang sangat jelas dan tegas bahwa uang adalah uang bukan capital. Sedangkan uang dalam perspektif ekonomi

⁴⁰ Muchammad Ihsan, "Konsep Uang Dalam perspektif Islam", dalam *jurnal Studi Islam*, Volume 21, No. 1, 2020, hlm 27.

konvensional diartikan secara *interchangeability* / bolak-balik, yaitu uang sebagai uang dan sebagai capital.

Para ahli dalam perkonomian Islam mengakui manfaat uang sebagai media pertukaran. Nabi Muhammad saw sendiri menyukai penggunaan uang dibandingkan menukarkan barang dengan barang. Pelarangan atas riba Al-Fadl dalam Islam adalah langkah menuju transisi ke suatu perekonomian uang dan juga suatu upaya yang diarahkan untuk membuat transaksi barter bersifat rasional dan bebas dari elemen ketidakadilan serta eksploitasi.⁴¹

Menurut teori ekonomi Islam, motif yang mempengaruhi manusia untuk mendapatkan dan memiliki uang adalah untuk transaksi (*money demand for transaction*) dan motif berjaga-jaga (*money demand for precautionary*). Kenyataannya secara ril, seseorang perlu menyimpan uangnya untuk menghadapi hal-hal yang tak terduga, baik disimpan di rumah untuk menghadapi kebutuhan jangka pendek maupun ditabung di bank, atau diinvestasikan dalam bentuk saham. Jika seseorang menyimpan uangnya di bank, secara bisnis, uang akan selalu bergulir dan beredar dalam perekonomian.⁴²

Uang dalam ekonomi Islam adalah sesuatu yang bersifat *flow concept* bukan *stock concept*. Uang harus selalu

⁴¹Rahmat ilyas, "Konsep Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam", dalam *Jurnal bisnis dan Manajemen Islam*, Volume 4, No. 1, Juni 2016, hlm. 40.

⁴²*Ibid.*, 45

mengalir, beredar di kalangan masyarakat dalam kehidupan ekonomi karena uang itu adalah *public goods*, tidak mengendap menjadi milik pribadi dalam bentuk *private goods*. Teori ekonomi Islam ini agaknya sejalan dengan teori *Irving Fisher* bahwa mengemukan semakin cepat perputaran uang maka semakin besar income yang diperoleh. Untuk itu Islam menolak pendapat yang menyatakan uang bersifat *stock concept* yang menyatakan uang adalah salah cara untuk menyimpan harta kekayaan (*store of wealth*).⁴³

2) Fungsi Uang

a) Fungsi uang dalam perspektif ekonomi Islam ada 2 yaitu:

(1) uang sebagai satuan nilai atau standar harga (*unit of account*)

(2) uang sebagai alat tukar (*medium of exchange*).

b) Fungsi uang dalam perspektif ekonomi konvensional ada 4 yaitu:

(1) uang sebagai satuan hitung (*unit of account*)

(2) uang sebagai satuan alat transaksi (*medium of exchange*)

(3) uang sebagai satuan penyimpan nilai (*store of value*)

(4) uang sebagai satuan standar pembayaran di masa mendatang (*standard of deffered payment*).

⁴³*Ibid.*, 46

- c) Dalam sistem ekonomi konvensional, uang tidak hanya berfungsi sebagai alat tukar yang sah (*legal tender*) melainkan juga sebagai komoditas. Sedangkan dalam sistem ekonomi Islam, uang hanyalah sebagai alat tukar (*medium of exchange*) dan bukan suatu komoditas yang bisa diperjualbelikan.⁴⁴

B. Penelitian Terdahulu

Tabel II.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Pitriani Ritonga (2018) Skripsi Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan	Pengaruh Pembayaran Non Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kartu debit, kartu kredit, dan E-money berpengaruh positif signifikan terhadap jumlah uang beredar, kartu debit berpengaruh positif signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, kartu kredit berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, E-money berpengaruh positif tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.
2.	Nur'ain Harahap (2018) Jurnal Bisnis	Pengaruh Transaksi Non Tunai Menggunakan	Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa

⁴⁴Faisal Affandi, "Fungsi Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam" dalam *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 1, No. 1, 2020, hlm. 2A

	Universitas Harapan Medan	Layanan Virtual Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Indomarco Prisma Cabang Medan	Transaksi non tunai menggunakan layanan virtual bisnis mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3.	Malvin Piero (2018) Skripsi Institut Teknologi Sepuluh Nopember	Pengaruh Promosi Penjualan, Pembayaran Nontunai, Lingkungan Sosial, dan Kondisi Keuangan Terhadap Compulsive Buying: Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya	Berdasarkan hasil analisis SEM, disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel promosi penjualan, pembayaran non tunai, dan kondisi keuangan terhadap compulsive buying pada mahasiswa di Surabaya. Sedangkan lingkungan sosial tidak berpengaruh pada terjadinya compulsive buying.
4.	Lisa Angelina Puspita Sari (2019) Skripsi Universitas Bhayangkara Surabaya	Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Menggunakan Aplikasi Ovo Pada Intensi Dan Kepuasan Pelanggan Di Hypermart City Of Tomorrow Surabaya	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh variabel-variabel yang berupa reabilitas (X_1), daya tanggap (X_2), jaminan (X_3), empati (X_4), dan bukti fisik (X_5) tidak berpengaruh secara dominan terhadap intensi pelanggan (Y_1) dan juga pada kepuasan pelanggan (Y_2).
5.	Muhammad Naufal Aly dan Nurvita Trianasari (2020) Jurnal e-Proceeding of Management Universitas Telkom	Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Non Tunai Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University Bandung)	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan terdapat pengaruh dari kualitas pelayanan sistem pembayaran non tunai terhadap kepuasan mahasiswa di Telkom Univesity sebesar 25,5

			%, sedangkan sisanya 74,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian.
--	--	--	---

Berdasarkan penelitian terdahulu yang terdapat pada tabel diatas, terdapat perbedaan dengan penelitian ini yaitu:

- a. Pitriani Ritonga, 2018 Pengaruh Pembayaran Non Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. Perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, sedangkan penelitian ini adalah terhadap pencapaian pelaku UMKM.
- b. Nur'ain Harahap, 2018 Pengaruh Transaksi Non Tunai Menggunakan Layanan Virtual Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan. Perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu menggunakan layanan virtual, sedangkan pada penelitian ini tidak harus secara virtual karena dapat bertransaksi secara langsung.
- c. Malvin Piero, 2018 Pengaruh Promosi Penjualan, Pembayaran Nontunai, Lingkungan Sosial, dan Kondisi Keuangan Terhadap Compulsive Buying: Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya. Perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu mempunyai 4 variabel X, sedangkan pada penelitian ini hanya mempunyai 2 variabel x.

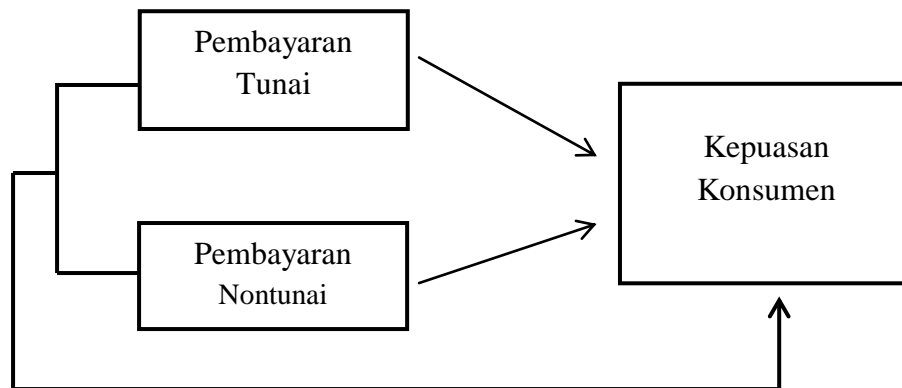
- d. Lisa Angelina Puspita Sari, 2019 Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Menggunakan Aplikasi Ovo Pada Intensi Dan Kepuasan Pelanggan Di Hypermart City Of Tomorrow Surabaya. Perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu memfokuskan pada aplikasi ovo, sedangkan pada penelitian ini tidak memfokuskan mengenai sistem pembayarannya.
- e. Muhammad Naufal Aly dan Nurvita Trianasari, 2020 Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Non Tunai Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University Bandung). Perbedaannya dengan penelitian terdahulu adalah pada penelitian terdahulu hanya mempunyai 1 variabel X, sedangkan penelitian mempunyai 2 variabel X.

C. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir atau juga disebut sebagai kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting. Kerangka berpikir juga menjelaskan sementara terhadap gejala yang menjadi masalah (objek) penelitian.⁴⁵

⁴⁵ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran* (Malang: UIN MALIKI PRESS, 2011), hlm.107-108.

Gambar II.1
Kerangka Berpikir



Keterangan :

—————> : Parsial
 —————> : Simultan

Berdasarkan gambar kerangka berpikir diatas dapat dijelaskan bahwa panah Pembayaran Tunai (X1) dan Pembayaran Nontunai (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.⁴⁶

⁴⁶ Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 93.

Hipotesis merupakan suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena, atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha₁ : Terdapat pengaruh pembayaran tunai (*cash*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret.

H0₁ : Tidak terdapat pengaruh pembayaran tunai (*cash*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret.

Ha₂ : Terdapat pengaruh pembayaran nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret.

H0₂ : Tidak terdapat pengaruh pembayaran nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret.

Ha₃ : Terdapat pengaruh pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret.

H0₃ : Tidak terdapat pengaruh pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini yang menjadi lokasi penelitian penulis untuk mendapatkan data, informasi keterangan-keterangan dan hal-hal yang berkaitan dengan kepentingan penelitian yaitu bertempat di Kota Padangsidempuan, Kecamatan Padangsidempuan Utara. Waktu penelitian ini dilakukan mulai bulan Desember 2021 sampai dengan Desember 2022.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan proses data-data yang diperoleh dari sampel atau populasi yang berupa angka atau numerik. Tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk mengembangkan dan menggunakan model matematis, teori atau hipotesis yang berkaitan dengan fenomena yang disediakan oleh peneliti.¹¹

Data kuantitatif adalah jenis data yang biasanya dinyatakan dengan satuan angka-angka, baik diperoleh dari sumber aslinya maupun diperoleh melalui hasil pengukuran statistik menggunakan teknik-teknik statistic yang telah dilakukan sebelumnya.²

¹ Ricki Yulardi dan Zuli Nuraeni, *Statistik Penelitian; Plus Tutorial SPSS* (Yogyakarta: Innosain, 2017), hlm. 2.

² Muhammad Teguh, *Metode Kuantitatif Untuk Analisis Ekonomi dan Bisnis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2014), hlm. 12.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan dari keseluruhan objek, pengukuran, atau individu yang sedang dikaji populasi mengacu pada seluruh ukuran, hitungan, atau kualitas yang menjadi fokus perhatian suatu kajian. populasi merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian, sebab dari populasi peneliti dapat menentukan data yang diperlukan.³

Populasi pada penelitian ini adalah Konsumen Indomaret Padangsidempuan Utara. Adapun Jumlah Indomaret di Padangsidempuan Utara yaitu 5 Indomaret, Indomaret Soripada, Indomaret SPBU Sadabuan, Indomaret Sudirman Sadabuan, Indomaret Merdeka, Indomaret Kapten Koima. Berikut diketahui jumlah rata-rata konsumen perbulan di Indomaret Padangsidempuan Utara.

Tabel III.1

Jumlah Konsumen Indomaret tahun 2022 Januari- April

No.	Indomaret Padangsidempuan Utara	Jumlah Konsumen	Jumlah Keseluruhan
1.	Soripada	12.000 konsumen	63.000 konsumen
2.	SPBU Sadabuan	9.000 konsumen	
3.	Sudirman Sadabuan	15.000 konsumen	
4.	Merdeka	10.500 konsumen	
5.	Kapten Koima	16.500 konsumen	

³ Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 80.

Sumber: Berdasarkan Wawancara ke Indomaret Padangsimpuan Utara.

Berdasarkan tabel tersebut, maka populasi pada penelitian ini sebanyak 63.000 konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel yang diambil dari populasi harus representatif (mewakili). Pengukuran tingkat signifikansi yang digunakan 10% atau 0,1.⁴ Berdasarkan jumlah populasi yang telah diketahui, maka dapat digunakan rumus slovin untuk menentukan sampel yang diperlukan.⁵

$$n = \frac{N}{(N \cdot e^2) + 1}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Tingkat Signifikansi

Jadi pengambilan sampel dapat dilihat pada perhitungan berikut:

$$n = \frac{63.000}{(63.000 \cdot (0.1)^2) + 1}$$

⁴*Ibid.*, hlm. 81.

⁵Ricki Yuliardi dan Zuli Nuraeni, *Op. Cit.*, hlm. 17.

$$n = \frac{63.000}{631}$$

$n = 99,84$ dibulatkan menjadi 100

Berdasarkan perhitunga diatas jumlah minimal sampel yang diambil adalah sebanyak 100 sampel. Karena peneliti menggunakan 5 lokasi penelitian di Indomaret, maka penelitian ini menggunakan proportionate stratified random sampling. Metode Stratified Random Sampling merupakan proses pengambilan sampel melalui cara pembagian populasi ke dalam strata, memilih sampel acak setiap stratum, dan menggabungkannya untuk menaksir parameter populasi.⁶ Jumlah Konsumen Indomaret Soripada sebanyak 12.000 konsumen, SPBU Sadabuan sebanyak 9.000 konsumen, Sudirman sadabuan sebanyak 15.000 konsumen, Merdeka sebanyak 10.500 konsumen, dan Kaptan Koima sebanyak 16.500 konsumen, maka sampel yang akan di teliti adalah:

Tabel III.2
Jumlah Sampel Pada Masing-masing Indomaret

1.	Indomaret Soripada	$\frac{12.000}{63.000} \times 100 = 19$ konsumen
2.	Indomaret SPBU Sadabuan	$\frac{9.000}{63.000} \times 100 = 14$ konsumen
3.	Indomaret Sudirman Sadabuan	$\frac{15.000}{63.000} \times 100 = 24$ konsumen
4.	Indomaret Merdeka	$\frac{10.500}{63.000} \times 100 = 17$ konsumen

⁶Siti Faiqotul Ulfa, dkk, "Analisis Prediksi Quick Count Dengan Metode Stratified Random Sampling dan Estimasi Confidence Interval Menggunakan Metode Maksimum Likelihood", dalam *Jurnal of Mathematics*, Volume 7, No. 1, Mei 2018, hlm. 108.

5.	Indomaret Kapten Koima	$\frac{16.500}{63.000} \times 100 = 26$ konsumen
----	------------------------	---

Dari perhitungan diatas maka dapat disimpulkan sampel yang akan diteliti adalah 19 konsumen dari Indomaret Soripada, 14 konsumen dari Indomaret SPBU Sadabuan, 24 konsumen dari Indomaret Sudirman Sadabuan, 17 konsumen dari Indomaret Merdeka, dan 26 konsumen dari Indomaret Kapten Koima.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling insidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti yang dianggap dapat digunakan sebagai sampel.

D. Sumber Data

Sumber data adalah subjek darimana data dapat diperoleh, untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini menggunakan data sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber pertama baik dari hasil individu atau data yang belum diolah seperti hasil wawancara dan hasil pengisian kuesioner dan diolah secara langsung oleh peneliti dari objeknya.⁷Dalam penelitian ini sumber

⁷Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 20.

dari data primer adalah konsumen yang bertransaksi atau berbelanja di Indomaret Padangsidempuan Utara.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber yang menerbitkan yang telah diolah lebih lanjut dan data yang bersifat siap pakai, baik itu dikumpul oleh suatu pihak, instansi atau data yang sudah di publikasikan.⁸

Sumber data sekunder adalah jurnal-jurnal dan bahan lainnya yang membahas hal-hal yang ada kaitannya dengan objek penelitian. Data sekunder ini diambil dari jurnal, skripsi terdahulu atau buku-buku yang mengkaji tentang sistem pembayaran, dan kunjungan situs-situs yang berkaitan dengan judul penelitian baik itu tentang sistem pembayaran maupun tentang kepuasan konsumen.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data adalah alat bantu yang digunakan untuk mengumpulkan data atau mengukur objek dari suatu variabel penelitian. Untuk mendapatkan data yang benar demi kesimpulan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya, maka diperlukan suatu instrumen yang valid dan konsisten serta tepat dalam memberikan data hasil penelitian.⁹

Instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Wawancara

⁸*Ibid.*, hlm. 21.

⁹Febrianawati Yusup, "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif", dalam *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Volume 7, No. 1, 2018, hlm. 17.

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data. Wawancara juga merupakan proses pemerolehan memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden / orang yang di wawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara.¹⁰

2. Dokumentasi

Dokumentasi, dari asal kata dokumen yang artinya barang-barang tertulis, yang mana dokumentasi ini merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlaku.¹¹ Didalam melaksanakan metode dokumentasi, penelitian menyelidiki hal-hal berupa transkrip, catatan, buku, prasasti, notulen rapat, agenda, arsip, dan jurnal.

3. Kuesioner (Angket)

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Bila responden cukup besar, maka kuesioner cocok digunakan untuk teknik pengumpulan data.¹²

¹⁰Iryana, "Teknik Pengumpulan Data", dalam *Jurnal Ekonomi*, Volume 2, No. 1, 2018, hlm. 14.

¹¹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Op.Cit., hlm. 142.

¹²Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Op.Cit., hlm. 142.

Data yang dihimpun melalui angket/kuesioner merupakan data primer (utama) atau sebagai penunjang dalam permasalahan. Bentuk angket yang digunakan adalah angket tertutup yaitu angket yang disajikan dalam bentuk sedemikian rupa sehingga responden tinggal memneri tanda centang atau tinggal memilih jawaban yang telah disediakan sesuai dengan keadaan dirinya. Adapun skla yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert dengan rumusan sebagai berikut :

Tabel III.3
Skala Likert

Keterangan	SS	S	N	TS	STS
Skor	5	4	3	2	1

Keterangan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Tabel III.4
Kisi-kisi Kuesioner

N0	Variabel	Indikator	Nomor Pernyataan
1	Kepuasan konsumen	1. Kesesuain antara harapan dengan kenyataan 2. Merekomendasikan kepada orang lain 3. Loyalitas	1,2,3 4,5 6,7

2	Pembayaran Tunai (X1)	1. Minat 2. Kemudahan 3. Pengetahuan	1,2 3,4 5,6,7
3	Pembayaran Nontunai (X2)	1. Kemudahan 2. Manfaat 3. Sikap untuk menggunakan teknologi 4. Minat	1,2 3,4 5,6 7

F. Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan, yang mana ia mampu mengukur apa yang akan diukur. Suatu instrumen pengukuran dikatakan valid apabila mengukur atau menggambarkan apa yang seharusnya diukur dan dinyatakan untuk mengukurnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran.¹³ Uji reliabilitas berkenaan dengan tingkat ketetapan hasil suatu pengukuran. Suatu instrumen hasil pengukuran dikatakan memiliki tingkat reliabilitas yang memadai, apabila dalam beberapa kali pengukuran terhadap suatu variabel yang sama, diperoleh hasil

¹³ Husein Umar, *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005), hlm. 126.

pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek belum berubah.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan asumsi dalam penggunaan regresi. Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antara variabel bebas atau independen.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada atau tidak dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual pada suatu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya suatu distribusi data, dalam artian apakah variabel dependen dan variabel independen yang digunakan berdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki nilai residual berdistribusi secara normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Untuk dapat menentukan suatu data berdistribusi normal atau tidak dilihat dari nilai signifikannya. Apabila nilai signifikan $> 0,1$, maka berdistribusi

normal dan sebaliknya jika nilai signifikan $< 0,1$, maka berdistribusi tidak normal.¹⁴

4. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi dapat digunakan untuk mengetahui sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel bebas yang tidak dimasukkan ke dalam model. Model dianggap baik jika koefisien determinasi sama dengan atau sama atau mendekati satu.

5. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis ini digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang positif dari variabel independen (X_1 dan X_2) terhadap variabel dependen (Y) dengan model regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan

Y = Variabel Dependen

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien Regresi

X_1X_2 = Variabel Independen

e = Standart Error

Berdasarkan persamaan tersebut, maka persamaan regresi linier berganda untuk penelitian adalah:

¹⁴ Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers 2013), hlm. 181.

$$KK = a + b_1T + b_2NT + e$$

KK = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b_1b_2 = Koefisien Regresi

T = Tunai

NT = Nontunai

e = Standart Error.

6. Uji Hipoteses

a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t merupakan statistik uji yang seringkali ditemui dalam masalah-masalah praktis statistk.Uji (t) digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen secara parsial dalam menerangkan variabel terikat.¹⁵Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Adapun kriteria dalam uji ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika $t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 2) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Pengujian hipotesis secara simultan dilakukan untuk melihat apakah semua variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.

Adapun kriteria dalam uji ini adalah:

¹⁵ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), hlm. 244.

- 1) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- 2) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah

a. Sejarah Singkat Indomaret

Berawal dari pemikiran untuk mempermudah penyediaan kebutuhan pokok sehari-hari karyawan, maka pada tahun 1988 didirikanlah sebuah gerai yang diberi nama Indomaret. Sejalan pengembangan operasional toko, perusahaan tertarik untuk lebih mendalami dan memahami berbagai kebutuhan dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Guna mengakomodasi tujuan tersebut, beberapa orang karyawan ditugaskan untuk mengamati dan meneliti perilaku belanja masyarakat. Kesimpulan yang didapat adalah bahwa masyarakat cenderung memilih belanja di gerai modern berdasarkan alasan kelengkapan pilihan produk yang berkualitas, harga yang pasti dan bersaing, serta suasana yang nyaman.

Berbekal pengetahuan mengenai kebutuhan konsumen, keterampilan pengoperasian toko dan pergeseran perilaku belanja masyarakat ke gerai modern, maka terbit keinginan luhur untuk mengabdikan lebih jauh bagi nusa dan bangsa. Niat ini diwujudkan dengan mendirikan Indomaret dengan badan hukum PT. Indomarco Prismatama.¹

¹ <https://indomaret.co.id/>

PT. Indomarco Prismatama adalah perusahaan swasta nasional pengelola jaringan minimarket Indomaret dengan akta notaris No. 207, tertanggal 21 November 1988 oleh Bapak Benny Kristianto dan SIUP No.789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 Desember 1988. Sesuai dengan Akta Pendirian Perusahaan No. 207 tertanggal 21 November 1988 tersebut di atas, maksud dan tujuan perusahaan adalah:

- 1) Bergerak dalam bidang usaha perdagangan barang/retail (minimarket), jenis barang dagangannya yaitu : hasil bumi (pertanian, perternakan), obat-obatan, kelontong, kosmetik, alatalat kesehatan dan lain-lain.
- 2) Mengadakan kerjasama (joint venture) dengan masyarakat dan badan usaha yang ingin membuka usaha dalam bidang perdagangan (business retail) dengan sistem waralaba.

Indomaret merupakan salah satu jaringan minimarket di Indonesia yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari dengan luas toko sekitar 200 M². Seiring dengan perjalanan waktu dan kebutuhan pasar, Indomaret terus menambah gerai di berbagai kawasan perumahan, perkantoran, niaga, wisata dan apartemen. Dalam hal ini terjadilah proses pembelajaran untuk pengoperasian suatu jaringan retail yang berskala besar, lengkap dengan berbagai pengalaman yang kompleks dan bervariasi.²

²Arif Rusdianto, Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Komparatif Konsumen Indomaret dan Alfamart Batanghari) Skripsi, IAIN Metro, 2020, hlm. 34-35.

Indomaret mudah ditemukan di daerah perumahan, gedung perkantoran dan fasilitas umum karena penempatan lokasi gerai didasarkan pada motto “mudah dan hemat”. Lebih dari 3,500 jenis produk makanan non makanan tersedia dengan harga yang bersaing, memenuhi hamper semua kebutuhan konsumen sehari-hari.

Saat ini indomaret berkembang sangat pesat dengan jumlah gerai mencapai lebih dari 15.000 gerai. Keberadaan indomaret diperkuat oleh anak perusahaan di bawah bendera grup Intraco, yaitu indogrosir dan VSD Plaza.

b. Sejarah Indomaret di Padangsidempuan Utara

Jumlah toko modern jenis *minimarket* di Kota Padangsidempuan mengalami pertumbuhan yang cukup pesat. Hal itu terlihat sejak tahun 2014 Indomaret pertama kalinya beridiri hingga kini Indomaretdi Kota Padangsidempuan terus bertambah.

Kehadiran Indomaret hampir sudah merebak ke seluruh kecamatan di Kota Padangsidempuan. Perkembangan yang cukup pesat Indomaret terjadi di Kecamatan Padangsidempuan Utara sebagai Kecamatan yang paling tinggi kepadatan penduduknya dan sebagai kecamatan yang terletak di pusat Kota Padangsidempuan.³

Jumlah toko modern jenis *minimarket* yakni Indomaret yang berkembang pesat yaitu di Kecamatan Padangsidempuan Utara dengan 5 (lima) Indomaret, setelah itu, di Kecamatan Padangsidempuan

³ Rahmat Kurniawan, Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Padangsidempuan, Tesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019, hlm. 57.

Selatan hanya ada 1 (satu), Kemudian untuk Kecamatan Padangsidempuan Tenggara ada 3 Indomaret dan Kecamatan Padangsidempuan Batunadua ada 1 Indomaret.

Indomaret Merupakan salah satu *minimarket* di Padangsidempuan yang menyediakan berbagai produk kebutuhan sehari-hari seperti makanan, buah, sayur, susu, cemilan, minuman, hingga peralatan kebersihan seperti sabun dan shampo. Indomaret ini juga menyediakan banyak diskon dan promo Indomaret setiap harinya, ada juga promo perminggu (*weekend*), promo jam Indomaret dan promo bulanan. Terdapat juga bentuk promosi dengan voucher belanja. Berbagai promo yang ditawarkan membuat harga di Indomaret menjadi murah dan terjangkau.

Selain dari berbelanja kebutuhan sehari-hari, Indomaret Padangsidempuan ini juga melayani berbagai kebutuhan pembayaran seperti pembayaran iuran BPJS di Indomaret, pembayaran tiket *online*, pembayaran listrik (token), pembayaran telepon indihome, pembelian pulsa, dan lainnya melalui Indomaret. Dengan semua kelebihan tersebut, Indomaret telah menjadi salah satu waralaba terbesar di Indonesia. Kunjungi Indomaret terdekat ini pada jam kerja / buka untuk informasi lainnya seperti katalog Indomaret, katalog promosi, dan daftar harga atau *price list*. Anda juga dapat mengakses website

aplikasi dan menghubungi kontak telepon kantor Indomaret untuk informasi lainnya.⁴

c. Visi Dan Misi Indomaret

1) Visi

Menjadi asset nasional dalam bentuk jaringan retail waralaba yang unggul di persaingan global.

2) Misi

Meningkatkan pelayanan terbaik sehingga kepuasan pelanggan utama yang harus dapat dipenuhi

Visi dan Misi indomaret juga didukung oleh motto dari indomaret yakni “mudah dan hemat” dan budaya perusahaan yaitu, dalam bekerja indomaret menjunjung tinggi nilai-nilai :

- a) Kejujuran, kebenaran, dan keadilan
- b) Kerjasama tim
- c) Kemajuan melalui inovasi yang ekonomis
- d) Kepuasan pelanggan.⁵

d. Logo Indomaret

Adapun Logo Indomaret berupa warna dan gambar si domar adalah sebagai berikut:

⁴ <https://idalamat.com>

⁵ Yuni Seianingsih, Pengembangan Sumber Daya Manusia PT Indomarco Pristama Jomabang, Jawa Timur, Skripsi, STIE PGRI Dewantara Jombang, 2019, hlm. 8.

1) Logo Warna

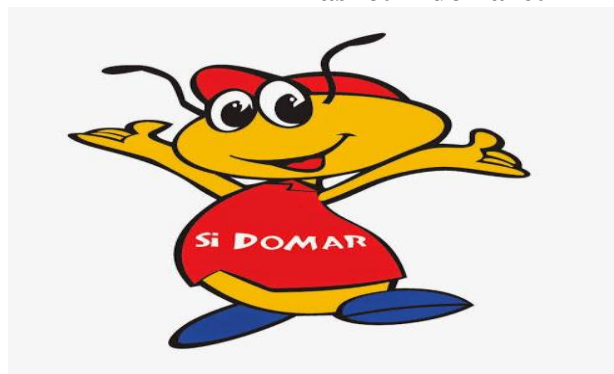
Gambar IV.1
Logo Warna Indomaret



Untuk logo warna Indomaret dibagi menjadi 3 warna, yaitu kuning merah dan biru. Merah melambangkan keberanian dalam mendobrak, sebagai pionir. Biru melambangkan kehangatan, kematangan, rendah hati kepada pelanggan, kuning melambangkan keceriaan.

2) Logo Gambar Si Domar

Gambar IV.2
Maskot Indomaret



Nama Domar diambil dari kata **Indomaret**, Si Domar adalah semut. Alasan kenapa semut dijadikan mascot Indomaret, karena semut adalah sosok makhluk Tuhan yang rajin, ramah dan royal juga setia kawan dan lingkungan. Semut juga menggambarkan

kentalnya konsep kerjasama tim guna mencapai kemajuan bersama.

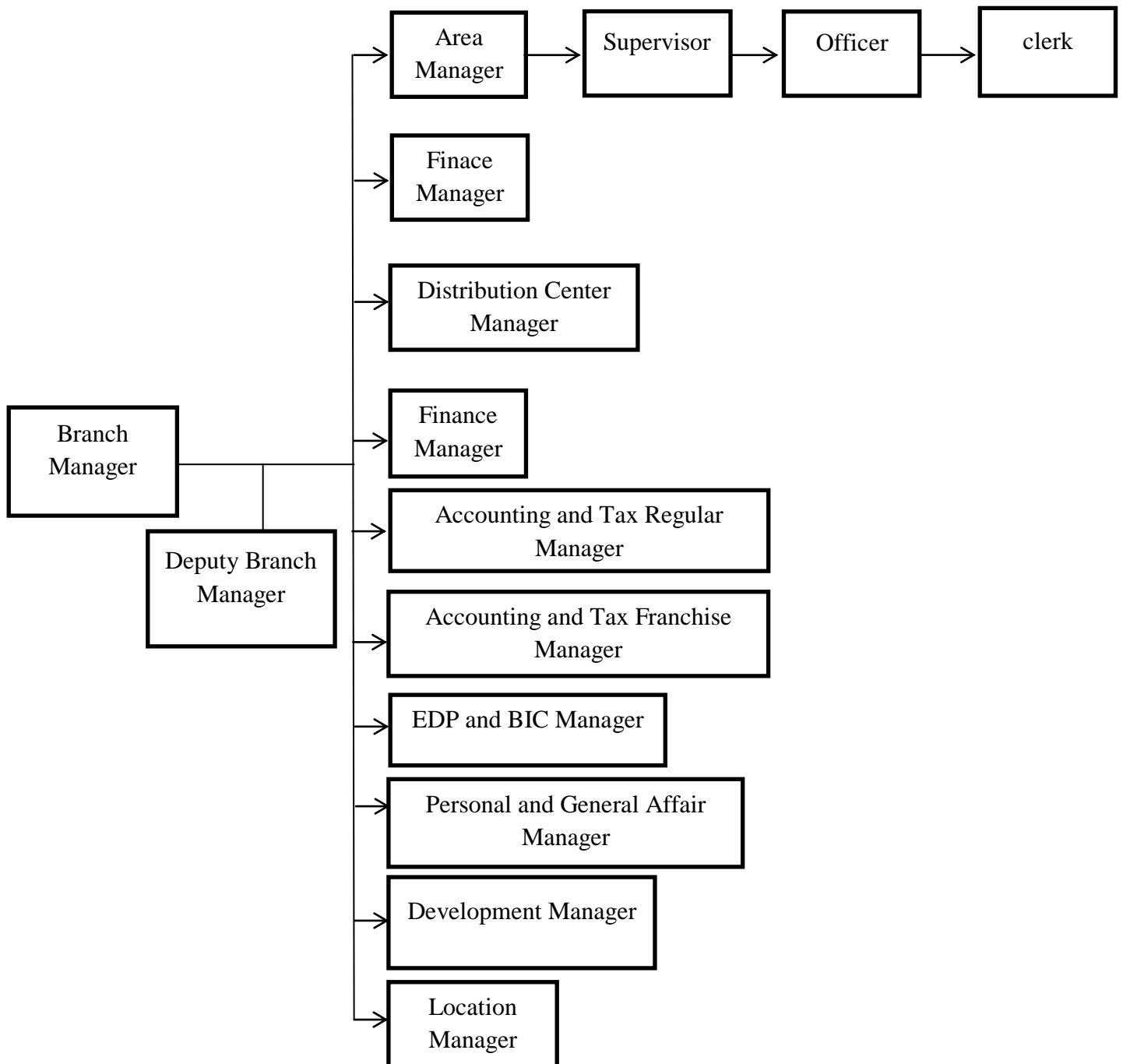
e. Struktur Organisasi

Adapun bentuk Organisasi yang ada pada PT. Indomarco Prismaatama tersebut adalah Sebagai berikut :

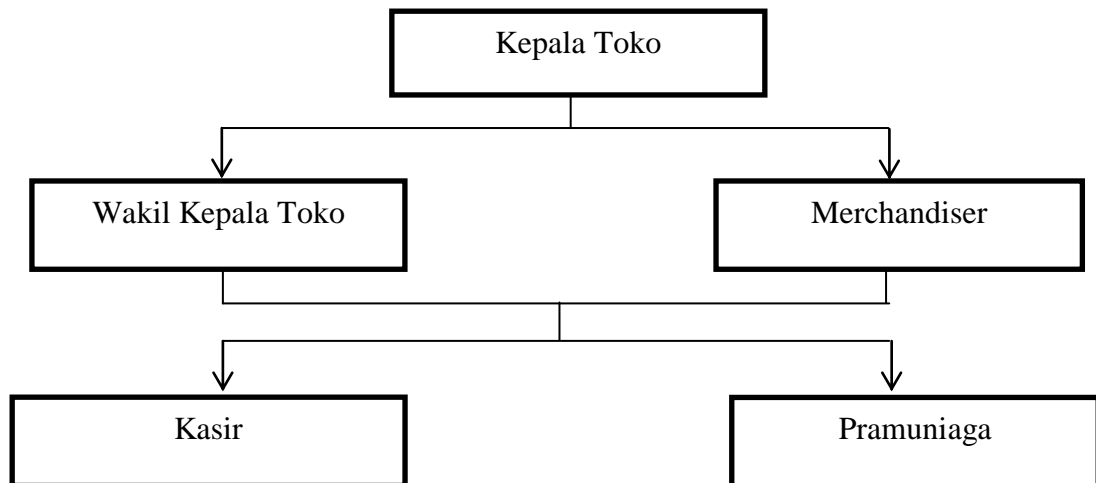
Struktur organisasi Indomaret adalah serangkaian aktivitas yang menyusun suatu kerangka yang menjadi wadah bagi segenap kegiatan yang menunjukkan hubungan-hubungan seluruh pekerjaan atau jabatan masing-masing agar tugastugas dalam organisasi menjadi efektif dan efisien.

Organisasi Indomaret mempunyai karakteristik bentuk organisasi dimana di dalamnya terdapat pembagian tugas, wewenang, dan tanggung jawab yang didelegasikan kepada anggota-anggotanya serta mempersiapkan kegiatankegiatan tersebut untuk dapat menjalankan rencana yang telah ditetapkan agar tujuan dapat tercapai.

Gambar IV.3
Struktur Organisasi PT Indomarco Prismatama



Sumber : <https://docplayer.info>, PT Indomarco Prismatama (2013)

Gambar IV.4**Bagan Struktur Organisasi Toko Indomaret**

Sumber : PT Indomarco Prismatama 2019

f. Kegiatan Umum Perusahaan

Indomaret atau PT Indomarco Prismatama adalah jaringan ritel waralaba di Indonesia. Indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Bentuk usaha dari Indomarco Prismatama adalah Perseroan Terbatas (PT). PT. Indomarco Prismatama (Indomaret) adalah perusahaan swasta nasional yang didirikan berdasarkan akta notaris No. 207, tertanggal 21 Nopember 1988 oleh bapak Benny Kristianto dan SIUP No. 789/0902/PB/XII/88 tanggal 20 Desember 1988 dengan NPWP 1.337.994.6-041 dari Departemen Keuangan RI Ditjen Pajak Penjaringan Jakarta Utara. PT. Indomarco Prismatama berkantor pusat di Jalan Ancol I No. 9-10 Ancol Barat Jakarta Utara, ada pun maksud dan tujuan perusahaan antara lain :

1) Bergerak dalam bidang usaha perdagangan barang/ritel (*minimarket*), jenis barang dagangannya yaitu : hasil bumi (perternakan,pertanian), obat-obatan, kelontong, kosmetik, alat-alat kesehatan dan lain-lain.

2) Mengadakan kerja sama (*joint venture*) dengan masyarakat dan badan usaha yang ingin membuka usaha dalam bidang perdagangan(*businees retail*) dengan sistem waralaba.

Sistem kerja perusahaan yang ada di PT Indomarco Prismatama ditentukan sesuai struktur organisasi yang ada, masing-masing individu memiliki tugas dan tanggung jawab yang berbeda agar terciptanya sistem kerja yang efektif dan efesien. Untuk jam oprasional toko non 24 jam mulai dari jam 07.00 WIB - 23.00 WIB dengan sistem pembagian dua shift, untuk toko yang 24 jam dibagi menjadi tiga shift. Jam *operasioanl office* dimulai 08.00 WIB - 17.00 WIB, pada beberapa departement melayani hingga 24 jam terbagi menjadi tiga shift, seperti *Electronic data procesing, Distribution Centre,dll.*

2. Gambaran Umum Responden

Responden pada penelitian ini berjumlah 100 orang. Dari 100 orang tersebut dapat diketahui gambaran responden yang diteliti diantaranya jenis kelamin dan usia. Semua responden yang diambil ini merupakan konsumen Indomaret di Padangsidimpuan Utara.

a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Untuk karakteristik jenis kelamin ini mengelompokkannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.1
Responden Berdasarkan jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Laki-laki	33	33%
2.	Perempuan	67	67%
	Total	100	100%

Berdasarkan jenis kelamin, terdapat 33 orang (33%) responden berjenis kelamin laki-laki dan jumlah responden perempuan sebanyak 67 orang (67%). Hal ini menunjukkan bahwa responden yang berjenis kelamin perempuan lebih banyak terlibat di dalam penelitian ini dibandingkan yang berjenis kelamin laki-laki dan hanya selisih 34 orang atau 34% responden.

b. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Untuk karakteristik usia ini mengelompokkannya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.2
Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Persentase
1.	< 15 Tahun	3	3%
2.	15-25 Tahun	75	75%
3.	26-35 Tahun	18	18%
4.	36-45 Tahun	3	3%
5.	> 45 Tahun	1	1%
		100	100%

Berdasarkan kelompok usia, terdapat satu kelompok usia yang mendominasi adalah responden yang berusia 15 – 25 tahun yaitu sebanyak 75 orang (75%) responden. Sementara itu yang berusia < 15 tahun ada 3 orang (3%) responden, yang berusia 26- 35 tahun sebanyak 18 orang (18%) responden, yang berusia 36 – 45 tahun sebanyak 3 orang (3%) responden, dan yang terakhir yang berusia > 45 tahun hanya ada 1 orang (1%) responden.

B. Analisis Hasil Penelitian

Untuk menguji data penelitian maka peneliti menggunakan program SPSS 24 sebagai berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Tujuan dari uji validitas ini adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari suatu kuesioner yang digunakan dalam pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor variabel jawaban masing-masing responden dengan total skor variabel masing-masing. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} . Hasil dari uji validitas penelitian yaitu :

1) Uji Validitas Pembayaran Tunai (X1)

Tabel IV.3
Uji Validitas Pembayaran Tunai (X1)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,760	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

2	0,716	Dengan $n= 100$. Pada taraf Signifikan 10% Df $= (n-2) = (100-2)$ $= 98$ sehingga diperoleh r_{tabel} $= 0,1654$	Valid
3	0,478		Valid
4	0,411		Valid
5	0,897		Valid
6	0,854		Valid
7	0,878		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel Pembayaran Tunai, r_{tabel} dengan jumlah sampel 100 dengan $df = n-2$ ($100-2=98$) adalah sebesar 0,1654. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom *pearson correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 7 dinyatakan valid.

2) Uji Validitas Pembayaran Nontunai (X2)

Tabel IV.4
Uji Validitas Pembayaran Nontunai (X2)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,779	Instrumen valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ Dengan $n= 100$. Pada taraf Signifikan 10% Df $= (n-2) = (100-2)$ $= 98$ sehingga diperoleh r_{tabel} $= 0,1654$	Valid
2	0,678		Valid
3	0,779		Valid
4	0,615		Valid
5	0,843		Valid
6	0,610		Valid
7	0,820		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel Pembayaran Tunai, r_{tabel} dengan jumlah sampel 100 dengan $df = n-2$ ($100-2=98$) adalah sebesar 0,1654. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom *pearson correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 7 dinyatakan valid.

3) Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel IV.5
Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Pernyataan	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
1	0,384	Instrumen valid jika $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ Dengan $n= 100$. Pada taraf Signifikan 10% Df $= (n-2) = (100-2)$ $= 98$ sehingga diperoleh r_{tabel} $= 0,1654$	Valid
2	0,540		Valid
3	0,521		Valid
4	0,720		Valid
5	0,649		Valid
6	0,630		Valid
7	0,604		Valid

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas untuk variabel Pembayaran Tunai, r_{tabel} dengan jumlah sampel 100 dengan $df = n-2$ ($100-2=98$) adalah sebesar 0,1654. Sedangkan r_{hitung} nya dapat dilihat pada kolom *pearson correlation* (r_{hitung}), maka dapat dilihat dari pernyataan 1 sampai 7 dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas ini digunakan untuk mengetahui apakah alat pengumpulan data telah menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, atau konsistensi alat tersebut dalam mengungkapkan gejala tertentu dari sekelompok individu, walaupun dilakukan pada waktu yang berbeda. Tolak ukur reliabilitas suatu kuesioner adalah nilai *cronbach alpha* yang diperoleh melalui perhitungan statistik. Nilai *cronbach alpha* minimum yang dapat diterima adalah 0,60. Hal ini berarti suatu kuesioner dinyatakan handal apabila nilai *cronbach alpha* yang diperoleh berada di atas 0,60.

1) Uji Reliabilitas Pembayaran Tunai (X1)

Tabel IV.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Tunai

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.857	7

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* $0,857 > 0,6$. maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pernyataan pada variabel pembayaran tunai tersebut reliabel.

2) Uji Reliabilitas Pembayaran Nontunai (X2)

Tabel IV.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Nontunai

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	7

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* $0,855 > 0,6$. maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pernyataan pada variabel pembayaran tunai tersebut reliabel.

3) Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel IV.8
Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.673	7

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Dari tabel di atas dapat dilihat nilai *Cronbach's Alpha* $0,673 > 0,6$. maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan pernyataan pada variabel pembayaran tunai tersebut reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Di dalam model regresi terdapat syarat yang harus dipenuhi yaitu salah satunya bebas dari multikolinieritas. Suatu model

regresi dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas jika mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kurang dari 10 dan mempunyai angka *tolerance* lebih dari 0,1.⁶

Tabel IV.9
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a		
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Tunai	.544	1.838
Nontunai	.544	1.838

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Tabel diperoleh kesimpulan bahwa nilai Tolerance dari variabel tunai (X1) adalah $0,544 > 0,1$, variabel nontunai (X2) $0,544 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari kedua variabel diatas lebih besar dari 0,1 (nilai *Tolerance* $> 0,1$) sehingga bebas dari multikolinieritas.

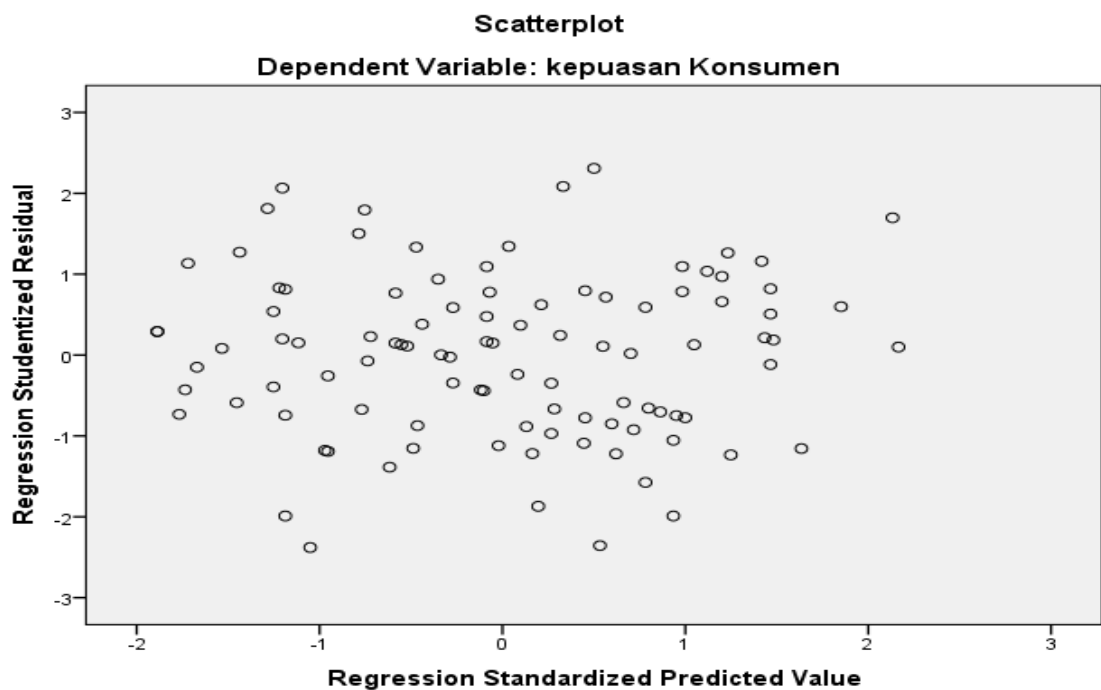
Selanjutnya berdasarkan nilai VIF dari variabel tunai (X1) $0,838 < 10$, variabel nontunai (X2) $0,838 < 10$. Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari kedua variabel diatas lebih kecil dari 10 (nilai VIF < 10) sehingga bebas dari multikolinieritas.

⁶Dwi Priyatno, *Belajar Cepat Oleh Data Statistik Dengan SPSS* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011), hlm. 93.

b. Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. Suatu model regresi dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas apabila titik-titik pada scatterplot regresi tidak membentuk pola tertentu seperti menyebar diatas di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hasil uji heteroskedastisitas sebagai berikut:

Gambar IV.3
Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Gambar dapat dilihat bahwa titik-titik membentuk suatu pola tertentu. Titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari heteroskedastisitas.

3. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk melakukan uji normalitas dapat dilakukan dengan pengujian SPSS 23 dengan menggunakan *Kolmogorov Smirnov* (KS) pada taraf signifikan 0,1. Hasil perhitungan uji *Sample Kolmogorov Smirnov* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV.10
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.22565341
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.054
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Tabel diperoleh kesimpulan bahwa nilai signifikan adalah 0,200 dan lebih besar dari 0,1 ($0,200 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test*.

4. Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya sumbangan atau kontribusi dari seluruh variabel bebas (X)

terhadap variabel terikat (Y), sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain dalam penelitian.

Tabel IV.11
Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.503 ^a	.253	.238	3.25874

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Tabel diperoleh kesimpulan bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,238. Menunjukkan bahwa 23,8 % variabel pembayaran tunai dan nontunai mempengaruhi kepuasan konsumen Indomaret padangsidimpuan Utara. Sedangkan 76,2% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh sistem pembayaran, yang terdiri dari unsur tunai (X1), nontunai (X2) terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara. Hasil dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV.12
Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	14.090	4.499
	Tunai	.030	.096

Nontunai	.438	.099
----------	------	------

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Tabel diperoleh kesimpulan bahwa pada kolom Unstandardized Coefficients bagian kolom B, maka persamaan analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah:

$$KK = a + b_1T + b_2NT + e$$

$$KK = 14,090 + 0,030 T + 0,438 NT + e$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut

- a. Nilai konstanta sebesar 14,090, menyatakan bahwa jika pembayarantunai dan nontunai diasumsikan 0, maka kepuasan konsumen Indomaret di Padangsidimpuan Utara adalah sebesar 14,090 satuan.
- b. Nilai koefisien regresi variabel tunai (b_1) sebesar 0,030, menunjukkan variabel tunai mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pembayaran tunai, maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,030, dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap.
- c. Nilai koefisien regresi variabel nontunai (b_2) sebesar 0,438, menunjukkan variabel nontunai mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen, yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 satuan variabel pembayaran tunai, maka akan mempengaruhi kepuasan konsumen sebesar 0,438, dan sebaliknya dengan anggapan variabel lain tetap.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Ketentuan dalam uji t adalah: jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel IV.13
Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)

Coefficients ^a		
Model	T	Sig.
(Constant)	3.131	.002
Tunai	.318	.751
Nontunai	4.439	.000

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Untuk t_{tabel} diperoleh dari rumus $(df)=n-k-1 = 100-2-1 = 97$, dengan menggunakan uji dua sisi $10\% : 2 = 5 (0,05)$. Dimana n = jumlah sampel dan k = jumlah variabel independen. Hasil yang diperoleh untuk t_{tabel} sebesar 1,984 jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a diterima.

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa variabel tunai sebesar $0,318 < 1,984$ maka H_{a1} ditolak H_{01} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh tunai terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara.

Variabel nontunai diperoleh nilai t_{hitung} (4,439) > t_{tabel} (1,984) maka H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh nontunai terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara.

b. Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama (simultan) yaitu tunai dan nontunai berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Hasil uji simultan pada variabel ini adalah sebagai berikut:

Tabel IV.14
Hasil Uji Secara simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349.481	2	174.740	16.455	.000 ^b
	Residual	1030.079	97	10.619		
	Total	1379.560	99			

Sumber: Data diolah dari hasil output SPSS Versi 23

Berdasarkan tabel di atas nilai F_{hitung} sebesar 16,455 dan F_{tabel} sebesar 3,09 dengan df 97. Maka diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak, artinya terdapat pengaruh tunai dan nontunai secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara.

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul pengaruh sistem pembayaran tunai (*cash*) dan (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidempuan Utara. Data diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23. Berdasarkan hasil analisis regresi yang dilakukan pada penelitian ini diperoleh persamaan regresi yaitu:

$$KK = 14,090 + 0,030 T + 0,438 NT + e$$

Nilai konstanta sebesar 14,090, menyatakan bahwa jika pembayaran tunai dan nontunai diasumsikan 0, maka kepuasan konsumen Indomaret di Padangsidempuan Utara adalah sebesar 14,090 satuan. Koefisien regresi variabel nontunai adalah 0,438 satuan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidempuan Utara. Dan koefisien regresi variabel tunai adalah sebesar 0,030 satuan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidempuan Utara.

Hasil uji koefisien nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,238. Menunjukkan bahwa 23,8 % variabel pembayaran tunai dan nontunai mempengaruhi kepuasan konsumen Indomaret Padangsidempuan Utara. Sedangkan 76,2% sisanya dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis, maka pembahasan tentang hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh sistem pembayaran tunai (*cash*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret padangsidimpuan Utara.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara parsial, pada variabel pembayaran tunai (*cash*) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 0,318, t_{tabel} sebesar 1,984. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,318 < 1,984$). Maka H_{a1} ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh pembayaran tunai (*cash*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara. Hal ini dikarenakan pembayaran secara tunai (*cash*) yang tidak asing lagi bagi konsumen karena pembayaran secara tunai ini sudah digunakan dalam kehidupan sehari-hari, jadi konsumen Indomaret pun tidak memperlakukan kepuasan konsumen mengenai sistem pembayaran secara tunai (*cash*).

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nuvariz Cakra Putri yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Serta Sistem Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Wanita pada Forum Belanja Online Shopee yang menyatakan bahwa t_{hitung} sejumlah 2,067 serta tingkat signifikansi 0,042. Skor t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,067 < 1,991$) maka dapat dikatakan tingkat sistem pembayaran memiliki kontribusi terhadap kepuasan konsumen wanita pada forum belanja online shopee. Karena memiliki nilai t yang positif maka variabel kualitas produk memiliki keterkaitan yang searah pada

kepuasan konsumen wanita pada forum belanja online shopee. Tingkat signifikansi memiliki nilai kurang dari 0,05 ($0,042 > 0,05$), sehingga hipotesis yang mengatakan bahwasannya sistem pembayaran berpengaruh terhadap kepuasan konsumen wanita pada forum belanja online shopee diterima. Hal ini dikarenakan sistem pembayaran tunai dan nontunai sangat penting bila kita sedang melakukan pembelian online, karena apabila sistem pembayaran tersebut rumit maka akan membuat konsumen merasa risau. Hal itu akan membuat kepuasan konsumen menurun dan akan berakibat buruk terhadap platform itu sendiri, maka shopee mengeluarkan sistem *cash on delivery* yang memudahkan masyarakat untuk membayarnya secara tunai.⁷

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian Nuraniyah yang meneliti tentang Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Sistem Pembayaran Kredit dan Tunai di PT. Bikru Zamzam Trevel Bangkalan Madura yang menyatakan bahwa variabel tunai pada penelitian tersebut berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena hasil uji t menunjukkan nilai signifikan tunai sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_1 diterima. Hal ini dikarenakan pada perusahaan PT. Bikru Zamzam Trevel Bangkalan Madura hanya menerima pembayaran

⁷Nuvariz Cakra Putri, "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Serta Sistem Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Forum Belanja Online Shopee" (STIE Mahardika Surabaya, 2020), hlm. 17.

secara tunai saja, maka diperlukan pembayaran secara kredit atau melalui ATM agar kepuasan konsumennya semakin meningkat.⁸

2. Pengaruh sistem pembayaran nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret padangsidimpuan Utara.

Pada variabel pembayaran nontunai (*cashless*) memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,439, t_{tabel} sebesar 1,984. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ (4,439 > 1,984). Maka H_{a2} diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh pembayaran nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian terdahulu dari Muhammad Naufal Aly dan Nurvita Trianasari yang meneliti tentang Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Nontunai Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University Bandung) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan sistem pembayaran nontunai terdapat pengaruh terhadap kepuasan mahasiswa di Telkom University. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan sistem pembayaran nontunai sebesar 25,5 %, sedangkan sisanya sebesar 74,5 % dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini dikarenakan responden merasa kualitas pelayanan yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan responden dan responden merasa puas terhadap pelayanan sistem pembayaran nontunai sehingga responden

⁸Nuraniyah, "Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Sistem Pembayaran Kredit dan Tunai di PT. Bikru Zamzam Trevel Bangkalan Madura" (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019), hlm.56.

akan kembali dengan menggunakan sistem pembayaran nontunai.⁹ Sejalan juga dengan penelitian Ilham Akbar yang meneliti tentang Pengaruh Sistem Transaksi Nontunai Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat (Studi Terhadap Pengguna *Elektronic Money* di Kota Medan) menyatakan sistem transaksi nontunai mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumsi masyarakat karena t_{hitung} untuk variabel transaksi nontunai sebesar 12,384 lebih besar dari pada t_{tabel} 1,98 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan menerima H_a . Hal ini dipengaruhi oleh efektifnya sistem transaksi nontunai sebagai alat pembayaran elektronik serta tersedianya uang didalamnya.¹⁰

3. Pengaruh sistem pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret padangsidimpuan Utara.

Dalam penelitian ini $F_{hitung} > F_{tabel}$, $15,455 > 3,09$ sehingga H_{03} ditolak dan H_{a3} diterima, artinya terdapat pengaruh pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nur'ain Harahap yang meneliti tentang Pengaruh Transaksi Nontunai Menggunakan Layanan Virtual Bisnis Terhadap Kepuasan

⁹Muhammad Naufal Aly dan Nurvuta Trianasari, *Op. Cit.*, hlm. 399.

¹⁰Ilham Akbar, "Pengaruh Sistem Transaksi Nontunai Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat (Studi Terhadap Pengguna *Elektronic Money* di Kota Medan)" (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2020), hlm. 75

Konsumen pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan yang menyatakan bahwa transaksi nontunai menggunakan layanan virtual bisnis mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($24,24 > 0,24$). Artinya Transaksi nontunai menggunakan layanan virtual bisnis berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan.¹¹ Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan Josa Hafeni Yesti yang meneliti tentang Pengaruh Sistem Pembayaran, Kualitas Website, Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Online (Studi Kasus Pengguna Lazada di Kota Padang) yang menyatakan sistem pembayaran mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $t_{hitung} 5,571 > t_{tabel} 1,66088$ artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.¹²

Sehingga peneliti menyimpulkan sistem pembayaran tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, karena sistem pembayaran merupakan salah satu sistem pelayanan. pelayanan yang harus diberikan kepada konsumen yaitu pelayanan yang baik dan benar, jika perusahaan memberikan pelayanan baik dan benar itu merupakan salah satu bentuk rasa kepuasan konsumen ketika berbelanja.

¹¹Nur'ain Harahap, *Op. Cit.*, hlm. 8.

¹² Josa Hafeni Yesti "Pengaruh Sistem Pembayaran, Kualitas Website, Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Online (Studi Kasus Pengguna Lazada di Kota Padang)" (Skripsi, Universitas PGRI Sumatera Barat, 2021), hlm. 105.

D. Keterbatasan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan dengan langkah-langkah yang disusun sedemikian rupa agar hasil yang diperoleh sebaik mungkin. Namun dalam prosesnya, untuk mendapatkan hasil yang sempurna sangatlah sulit, sebab dalam pelaksanaannya penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan. Di antara keterbatasan yang dihadapi penulis selama melaksanakan penelitian dan penyusunan skripsi ini, yaitu:

1. Penelitian bisa jadi belum memasukkan semua variabel yang terkait dengan kepuasan konsumen, yang terlihat hanya satu variabel yang bisa menjelaskan variabel Y.
2. Penelitian ini dapat dilakukan dengan pendekatan lain misalnya analisis jalur SEM dengan menambahkan dengan beberapa variabel.

Walaupun demikian, peneliti berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya segala upaya, kerja keras, dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan diatas mengenai sistem pembayarn tunai (*cash*) dan nontunai (*cashless*) terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak terdapat pengaruh sistem pembayaran tunai terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai t_{hitung} sebesar 0,318, t_{tabel} sebesar 1,984. Sehingga $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,318 < 1,984$), maka H_{a1} ditolak.
2. Terdapat pengaruh sistem pembayaran nontunai terhadap kepuasan konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan melihat nilai t_{hitung} sebesar 4,439, t_{tabel} sebesar 1,984. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,439 > 1,984$), maka H_{a2} diterima.
3. Secara simultan variabel pembayaran tunai dan nontunai mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal tersebut dapt dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($16,455 > 3.09$) maka H_{a3} diterima. Selanjutnya untuk nilai Sig. sebesar 0,000 sehingga nilai Sig. $< 0,1$ ($0,000 < 0,1$) maka H_{a3} diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi pihak Indomaret Padangsidempuan Utara diharapkan memberikan pelayanan yang lebih baik lagi kepada konsumennya.
2. Bagi pihak Konsumen nya tersendiri, diharapkan agar melakukan pembayaran nontunai dimasa sekarang dengan mengikuti teknologi yang semakin canggih.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen Indomaret di Padangsidempuan Utara selain faktor tunai dan nontunai.
4. Bagi pembaca diharapkan setelah membaca skripsi ini dapat memberikan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Wahab Ibrahim Abu Sulaiman, *Banking Cards Syariah*, Jakarta: PT RajaGrafindo, 2016.
- Agung Kurniawan, Pendapat Ulama tentang Transaksi Pembayaran Elektronik Nontunai Perspektif filsafat Hukum Islam, (Tesis, Universitas Islam Sunan Kalijaga, 2021).
- Akbar Khairul, Pengaruh Program Promosi Terhadap Minat Pembelian Konsumen Di Indomaret, (Skripsi UIN Sultan Syarif Kasim Riau, 2020).
- Ali Hardana, Eva Indah, dkk. “Determinants Of Customer Loyalty” dalam *Jurnal Syariah Banking*, Vol. 2, No. 1, 2021.
- Ali Hardana, Jafar Nasution, Arti Damisa. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada PT. BSI Cabang Padangsidimpuan” dalam *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, Vol. 7, No. 2, 2022.
- Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*, Yogyakarta: Qiata Media, 2019.
- Arif Rusdianto, Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Komparatif Indomaret dan Alfamart Batanghari), (Skripsi, IAIN Metro, 2020).
- Decky Hendarsyah. “Penggunaan Uang Elektronik dan Uang Virtual Sebagai Pengganti Uang Tunai di Indonesia”, dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, Volume 5, No. 1, 2016.
- Deni Armayani, *Tinjauan Hukum Islam Tentang Sistem Pembayaran Cash Bertahap Pada Jual Beli Rumah*, (Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2019).
- Didin Fatihudin dan M. Anang Firmansyah, *Pemasaran Jasa (Strategi Mengukur Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan)*, Yogyakarta: Deepublish, 2019.
- Dwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS*, Yogyakarta: CV Andi Offset, 2011.
- Endang Fatmawati. “*Technology Accpetance Model (TAM) Untuk Menganalisi Penerimaan Terhadap Sistem Informasi Perpustakaan*”, dalam *Jurnal Iqra*, Volume 9, No. 01, Mei 2015.

- Faisal Affandi. "Fungsi Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam" dalam *Jurnal Ekonomi Syariah*, Volume 1, No. 1, 2020.
- Febrianawati Yusup. "Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif", dalam *Jurnal Ilmiah Kependidikan*, Volume 7, No. 1, 2018.
- Harahap Nur' Ain. "Pengaruh Transaksi nontunai Menggunakan Layanan Virtual Bisnis Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Indomarco Prismatama Cabang Medan", dalam *Jurnal Bisnis* Volume 1, No. 1, Januari 2018.
- Husein Umar, *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- , *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Ilham Akbar, Pengaruh Sistem Transaksi Nontunai Terhadap Tingkat Konsumsi Masyarakat (Studi Terhadap Pengguna *Elektronic Money* di Kota Medan), (Skripsi, Universitas Sumatera Utara, 2020).
- Indra Wahyu Dianto, *Analisis Kepuasan Konsumen Waroeng Steak & Shake JL. Cendrawasih No. 30 Yogyakarta*, (Skripsi, Universitas Negeri Yogyakarta, 2013).
- Indrasari Meithiana, *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Izzani Ulfi. "Tantangan Dan Peluang Kebijakan Non Tunai: Sebuah Studi Literatur", dalam *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, Volume 25, No. 1, 2020.
- Jalaluddin Al-Mahalli dan Jalaluddin As-Suyuthi, *Tafsir Jalalain*, Jakarta: Ummul Qura, 2015.
- Kotler, P. and Kevin Lane Keller, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran) Terjemahan: Firmansyah, M.A.*, Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2018.
- Kristianti Celina Tri Siwi, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Jakarta: Sinar Grafik, 2008.
- Lintangsari Nastiti Ninda, dkk. "Analisis Pengaruh Instrumen Pembayaran Non-Tunai Terhadap Stabilitas Sistem Keuangan Di Indonesia", dalam *Jurnal Ekonomi*, Volume 2, No. 2, 2017.
- Lisa Angelina Puspita Sari, *Pengaruh Kualitas Layanan Sistem Pembayaran Menggunakan Aplikasi Ovo Pada Intensi Dan Kepuasan Pelanggan*

Hypermart City Of Tomorrow Surabaya, (Skripsi, Universitas Bhayangkara Surabaya, 2019).

M. Akhirul Amin, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di CV Ghiffar Organizer Palembang*, (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Palembang, 2017).

Malvin Piero, *Pengaruh Promosi Penjualan, Pembayaran Nontunai, Lingkungan Sosial, dan Kondisi Keuangan Terhadap Compulsive Buying: Kasus Pada Mahasiswa Di Surabaya*, (Skripsi, Institut Teknologi Sepuluh Nopember, 2018).

Mario Kurniawan Efendi, *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Yogyakarta Terhadap Penggunaan Pembayaran Non Tunai*, (Skripsi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017).

Meilinda Nur Rasyida Fatmawati dan Indah Yuliana. "Pengaruh Transaksi Non Tunai Terhadap Jumlah Uang Beredar Di Indonesia Tahun 2015-2018 Dengan Inflasi Sebagai Variabel Moderasi", dalam *Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan, dan Akuntansi*, Volume 11, No. 2, 2019.

Mintarsih. "Perlindungan Konsumen Pemegang Uang Elektronik (E-Money) Dihubungkan Dengan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen", dalam *Jurnal Wawasan Hukum*, Volume 29, No. 02, 2013.

Muchammad Ichsan. "Konsep Uang Dalam perspektif Islam", dalam *jurnal Studi Islam*, Volume 21, No. 1, 2020.

Mudarajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, Jakarta: Erlangga, 2013.

Muhammad Naufal Aly dan Nurvita Trianasari. "Pengaruh Kualitas layanan sistem pembayaran nontunai terhadap kepuasan konsumen", dalam *Jurnal e-Proceeding of Management*, Volume 7, No.1 April 2020.

Muhammad Teguh, *Metode Kuantitatif Untuk Analisis dan Bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.

Neitzal Rivai dan Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*, Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2013.

Nur Asnawi & Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*, Malang: UIN MALIKI PRESS, 2011.

- Nuraniyah, Kepuasan Konsumen Ditinjau dari Sistem Pembayaran Kredit dan Tunai di PT. Bikru Zamzam Trevel Bangkalan Madura, (Skripsi, UIN Sunan Ampel Surabaya, 2019)
- Nurhimah. “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pembeli Di Indomaret Kecamatan Pangkajene” dalam *Jurnal Ekonomi* Volume 4, No. 2, 2019.
- Nuvariz Cakra Putri, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Serta Sistem Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Forum Belanja Online Shopee, (STIE Mahardika Surabaya, 2020).
- Pahri Fahlevi, dan Athanasia Octaviani Puspita Dewi, “Analisis Aplikasi Jateng dengan Menggunakan Teori *Technology Acceptance Model (TAM)*”, dalam *Jurnal Ibnu Perpustakaan*, Volume, 8, No. 2 , 2019.
- Pohan Aulia, *Sistem Pembayaran*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Rahmat Ilyas. “Konsep Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, dalam *Jurnal bisnis dan Manajemen Islam*, Volume 4, No. 1, Juni 2016.
- Rahmat Kurniawan, *Analisis Dampak Toko Modern Terhadap Usaha Mikro Kecil Menengah di Padangsidempuan*, (Tesis, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019).
- Rangkuti Freddy, *Customer Service & Call Center Berdasarkan ISO 9001*, Jakarta: Kompas Gramedia Building, 2013.
- Ricki Yuliardi & Zuli Nuraeni, *Statistik Penelitian; Plus Tutorial SPSS*, Yogyakarta: Innosain, 2017.
- Rifqy Tazkiyyaturrohmah. “Eksistensi Uang Elektronik Sebagai Alat Transaksi Keuangan Modern”, dalam *Jurnal Muslim*, Volume 3, No. 1, 2018.
- Ritonga Pitriani, *Pengaruh Pembayaran Non Tunai Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia*, (Skripsi, USU Medan, 2018).
- Shalah Abdul Fattah Al-Halidi, *Mudah Tafsir Ibnu Katsir Jilid 2, Shahih, Sistematis*, Lengkap, Jakarta: Maghfirah Pustaka, 2017.
- Setiawan. “Hubungan Kualitas Pelayanan dan Sistem Pembayaran dengan Kepuasan Mahasiswa di Institut Sains dan Teknologi Al-Kamal”, dalam *Jurnal Teknik*, Volume 4, No.2, 2016.
- Siti Faiqotul Ulfa, dkk. “Analisis Prediksi Quick Count Dengan Metode Stratified Random Sampling dan Estimasi Confidence Interval Menggunakan

Metode Maksimum Likelihood”, dalam *Jurnal of Mathematics*, Volume 7, No. 1, Mei 2018.

Sri Rahayu, *Kepuasan dan Loyalitas Terhadap Objek Wisata*, Palembang: Anugrah Jaya, 2019.

Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2018.

———, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Sujarwen Wiratna, *Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2019.

Sutan Remy Sjahdeini, *Perbankan Syariah*, Jakarta : Kencana, 2014.

Takiddin. “Uang Dalam Perspektif Ekonomi Islam”, dalam *Jurnal Filsafat Dan Budaya Hukum*, Volume 1, No. 2, 2014.

Tony Wijaya, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Yesti Josa Hafeni, Pengaruh Sistem Pembayaran, Kualitas Website, Electronic Word Of Mouth, Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Online (Studi Kasus Pengguna Lazada di Kota Padang), (Skripsi, Universitas PGRI Sumatera Barat, 2021).

Yuni Nustini. “Penerapan Technology Acceptance Model Pada Penggunaan E-Money Studi Pada Wilayah Non Perkotaan”, dalam *jurnal Riset Akuntansi dan Manajemen*, Volume 9, No. 2, 2020.

Yuni Seianingsih, *Pengembangan Sumber Daya Manusia PT Indomarco Pristama Jombang, Jawa Timur*, (Skripsi, STIE PGRI Dewantara Jombang, 2019).

Sumber Lainnya :

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*, Jakarta: Bintang Indonesia.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 Perubahan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan.

Undang-Undang Nomor 23 tentang Bank Indonesia Pasal 1.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Adelisna Zen
Tempat, Tanggal Lahir : Padangsidempuan, 29 Agustus 1998
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jln. Sultan Hasanuddin
E-Mail : adelisnazen29agustus@gmail.com
No. HP : 0822-7433-5003

KELUARGA

Nama Ayah Kandung : Muhammad Zen
Alamat : Jln. Sultan Hasanuddin
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu Kandung : Yustati
Alamat : Jln. Sultan Hasanuddin
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

DAFTAR RIWAYAT PENDIDIKAN

- SD Negeri 12/200108 Padangsidempuan
- SMP Negeri 1 Padangsidempuan
- SMA Negeri 6 Padangsidempuan
- Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan

MOTTO HIDUP

“There is a Moment to Talk and There is a Moment to be Silent”

Lampiran 1

ANGKET (KUSIONER) PENELITIAN

Hal Kusioner Penelitian
Kepada Yth :
Bapak/Ibu dan Saudara/i
Di Indomaret Padangsidimpuan Utara
Assalamu'alaikum, Wr.Wb.

Dengan Hormat,

Teriring salam dan do'a semoga kita semua tetap dalam lindungan Allah SWT serta selalu sukses dalam menjalankan aktivitas kita, Aamiin.

Dalam rangka melaksanakan penelitian Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (IAIN) Padangsidimpuan tentang **“Pengaruh Sistem Pembayaran Tunai (*Cash*) dan Non-tunai (*Cashless*) Terhadap Kepuasan Konsumen Indomaret Padangsidimpuan Utara”** diperlukan data-data dan informasi yang mendukung penelitian, maka dengan ini saya memohon dengan sangat kepada Bapak/Ibu dan Saudara/i yang melakukan transaksi Di Indomaret Padangsidimpuan Utara untuk mengisi angket yang telah disediakan. Demikian atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu dan Saudara/i berikan dalam mengisi lembar pertanyaan tersebut saya mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.
Hormat saya,

Adelisna Zen
NIM. 17 401 00294

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Alamat :

B. Petunjuk Pengisian

1. Berikan *cheklis* (✓) pada setiap jawaban anda.
2. Setiap pernyataan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban, sebagai berikut:
 - a. SS = Sangat Setuju (5)
 - b. S = Setuju (4)
 - c. N = Netral (3)
 - d. TS = Tidak Setuju (2)
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju (1)

C. DAFTAR PERTANYAAN

1. Sistem Pembayaran Tunai (X₁)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya lebih menyukai pembayaran secara tunai saja					
2	Pembayaran secara tunai lebih saya minati dibandingkan secara non-tunai					
3	Transaksi secara tunai lebih mudah karena kita tidak perlu harus memiliki jaringan internet untuk melakukan transaksi					
4	Transaksi secara tunai lebih memudahkan dan karena tidak perlu memakai kode password/pin.					
5	Saya kurang pandai menggunakan <i>m-banking</i> atau pembayaran nontunai					
6	Saya cuma mengetahui transaksi secara tunai saja karena digunakan sehari-hari					

7	Saya tidak paham menggunakan aplikasi pembayaran secara non-tunai, oleh sebab itu saya menggunakan <i>cash</i> atau langsung saja.					
---	--	--	--	--	--	--

2. Sistem Pembayaran Non-tunai (X₂)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik menggunakan sistem pembayaran non-tunai karena akan memudahkan saya, saya tidak perlu membawa uang terlalu banyak					
2	Menggunakan sistem pembayaran secara non-tunai mampu mempermudah dan mempercepat dalam bertransaksi karena saya tidak perlu berlama-lama menunggu kembalian uang saya					
3	Menggunakan pembayaran secara non-tunai sangat bermanfaat karena lebih aman dan transparan karena semua transaksi terekam didalam sistemnya.					
4	Saya merasa lebih bermanfaat dengan menggunakan aplikasi atau pembayaran secara non-tunai, waktu yang saya gunakan untuk melakukan pembayaran akan lebih efisien.					
5	Saya sering menggunakan sistem pembayaran non-tunai karena mengikuti teknologi yang semakin canggih					
6	Saya berbelanja menggunakan pembayaran non-tunai karena akan banyak promosi jika kita menggunakan aplikasi					
7	Saya menyukai pembayaran secara nontunai					

3. Kepuasan Konsumen (Y)

NO	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS

1	Saya merasa puas berbelanja di Indomaret karena pelayanannya bagus					
2	Saya puas ketika berbelanja di Indomaret karena memiliki tempat yang luas					
3	Saya puas ketika berbelanja di Indomaret karena memiliki banyak pilihan barang yang jarang di temukan di minimarket lain					
4	Saya berbelanja di Indomaret karena teman atau keluarga mengatakan hal-hal yang positif mengenai Indomaret ini, termasuk dapat menggunakan transaksi secara non-tunai karena tidak semua minimarket memiliki fasilitas secara non-tunai					
5	Saya sering berbelanja di Indomaret dan menceritakan kepada kerabat bahwa di Indomaret memiliki pelayanan yang memuaskan					
6	Saya selalu berbelanja di Indomaret karena di Indomaret dapat melakukan transaksi secara tunai dan nontunai					
7	Saya selalu berbelanja di Indomaret karena saya selalu bertransaksi secara non-tunai.					

Padangsidimpuan, Mei 2022
Responden

.....

Lampiran 2

Data Tabulasi Tunai (X1)

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

36	3	4	4	4	2	2	2	21
37	2	5	4	4	2	2	2	21
38	4	4	4	4	2	2	2	22
39	4	4	4	4	4	2	2	24
40	4	4	5	5	3	2	3	26
41	5	5	4	4	4	4	4	30
42	2	3	4	4	2	2	2	19
43	3	3	4	4	2	2	2	20
44	5	5	5	5	4	4	4	32
45	5	5	4	4	4	3	3	28
46	5	4	4	4	3	3	4	27
47	4	4	5	5	5	4	4	31
48	5	5	5	4	3	3	3	28
49	4	4	4	4	3	3	3	25
50	5	3	4	4	2	2	2	22
51	3	5	5	4	2	2	2	23
52	4	4	5	4	4	5	4	30
53	4	3	4	4	2	2	2	21
54	4	4	4	5	4	5	4	30
55	3	4	4	4	3	3	3	24
56	3	3	4	4	2	2	2	20
57	5	5	4	4	5	5	4	32
58	5	3	4	5	2	3	2	24
59	3	3	5	5	3	2	3	24
60	5	5	5	4	4	5	4	32
61	5	4	5	4	4	4	4	30
62	5	5	5	5	4	4	4	32
63	4	4	4	5	3	2	3	25
64	4	5	4	4	3	2	3	25
65	5	5	5	5	4	5	4	33
66	5	5	5	4	3	3	3	28
67	4	4	4	4	3	2	3	24
68	4	5	4	4	3	2	2	24
69	5	5	5	5	3	2	3	28
70	5	5	5	4	4	3	3	29
71	4	4	5	4	4	5	4	30
72	4	5	5	5	3	3	3	28
73	4	4	4	4	2	2	3	23
74	3	4	5	4	2	2	2	22

75	3	3	4	4	3	2	2	21
76	5	3	5	5	3	3	3	27
77	5	5	5	5	4	4	4	32
78	4	4	5	4	4	4	4	29
79	4	4	4	5	2	2	2	23
80	3	4	4	4	1	1	1	18
81	5	5	4	4	3	3	2	26
82	4	5	5	4	2	3	3	26
83	3	4	4	4	2	2	2	21
84	4	3	5	4	1	2	2	21
85	5	5	5	5	4	4	4	32
86	4	5	4	4	3	3	2	25
87	3	4	4	4	3	3	3	24
88	5	5	5	5	3	3	3	29
89	4	4	5	4	2	2	2	23
90	4	3	5	5	2	2	2	23
91	5	5	4	4	4	5	4	31
92	4	5	4	4	5	5	4	31
93	5	5	4	4	2	2	2	24
94	5	5	5	5	3	3	3	29
95	4	5	4	4	3	3	4	27
96	5	5	5	5	5	5	5	35
97	5	4	5	5	4	4	4	31
98	5	4	4	4	3	3	3	26
99	4	4	5	5	2	1	2	23
100	4	3	4	4	2	2	2	21
jumlah	413	419	433	421	305	310	296	

Data Tabulasi NonTunai (X2)

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

37	4	4	4	4	4	3	3	26
38	4	4	4	4	4	3	3	26
39	4	4	4	4	2	2	2	22
40	4	4	4	4	2	2	2	22
41	4	3	3	3	2	2	2	19
42	5	5	5	5	4	4	4	32
43	4	4	4	4	4	4	5	29
44	3	2	3	2	2	4	3	19
45	4	3	4	4	3	3	3	24
46	5	4	4	4	4	2	2	25
47	4	4	4	3	4	3	3	25
48	3	3	4	4	4	3	3	24
49	2	3	4	3	2	2	2	18
50	5	4	4	4	5	3	4	29
51	4	5	5	5	4	4	4	31
52	3	4	4	4	2	3	2	22
53	4	5	4	5	5	4	3	30
54	3	5	4	4	2	3	3	24
55	4	5	4	3	3	3	3	25
56	4	4	5	5	5	4	4	31
57	4	4	3	3	2	3	3	22
58	4	4	5	4	4	4	3	28
59	5	4	4	2	4	4	4	27
60	5	4	5	3	3	3	3	26
61	3	4	4	4	2	2	2	21
62	3	5	4	4	3	3	3	25
63	4	5	5	4	3	3	3	27
64	4	4	4	3	4	3	3	25
65	4	5	3	3	2	2	3	22
66	3	5	4	3	3	2	2	22
67	5	4	5	5	4	4	4	31
68	4	5	5	3	5	3	3	28
69	2	4	4	3	3	3	2	21
70	3	5	4	4	3	3	3	25
71	3	4	4	4	3	3	2	23
72	4	5	4	2	4	2	3	24
73	5	5	4	4	5	3	4	30
74	4	5	4	3	5	4	4	29
75	4	4	4	3	5	2	3	25

76	3	5	5	4	4	3	3	27
77	3	3	3	3	3	4	2	21
78	4	5	5	5	3	3	3	28
79	4	5	5	5	5	3	4	31
80	5	4	5	4	5	5	5	33
81	3	3	3	4	3	3	3	22
82	3	4	4	4	3	2	3	23
83	5	5	5	5	5	2	4	31
84	5	4	4	4	4	4	5	30
85	4	4	5	3	3	3	2	24
86	4	5	4	4	4	3	4	28
87	3	4	4	4	5	3	3	26
88	3	3	4	3	2	3	3	21
89	5	5	5	5	5	5	4	34
90	4	4	5	3	5	4	4	29
91	3	3	4	4	3	4	2	23
92	2	4	3	3	3	2	2	19
93	4	4	4	5	5	3	5	30
94	3	5	3	3	3	4	3	24
95	4	3	3	3	3	5	3	24
96	2	4	4	4	3	3	2	22
97	3	4	3	3	4	3	3	23
98	4	5	5	4	4	4	3	29
99	5	5	5	4	5	3	4	31
100	4	3	4	3	5	4	4	27
jumlah	364	392	391	359	336	306	303	

Data Tabulasi Kepuasan Konsumen (y)

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

37	4	4	4	3	3	2	3	23
38	5	5	3	4	3	2	2	24
39	4	4	4	2	2	2	2	20
40	4	4	4	4	4	3	2	25
41	4	4	4	5	5	2	2	26
42	5	5	3	2	2	4	4	25
43	4	4	2	3	3	4	5	25
44	4	4	5	3	3	4	3	26
45	4	4	4	4	4	3	3	26
46	5	5	3	3	3	2	2	23
47	3	3	3	2	2	3	4	20
48	5	5	5	4	2	3	3	27
49	4	4	4	3	3	3	2	23
50	5	5	5	4	4	3	4	30
51	5	4	4	5	4	4	5	31
52	4	4	5	4	3	3	2	25
53	5	5	4	5	4	4	4	31
54	4	5	5	3	3	3	3	26
55	4	5	4	4	3	3	2	25
56	4	5	5	4	4	5	5	32
57	5	4	4	2	2	2	2	21
58	5	5	5	3	3	4	4	29
59	4	4	3	4	4	4	4	27
60	3	3	3	4	4	3	3	23
61	5	5	5	5	5	3	2	30
62	4	4	4	5	5	3	3	28
63	5	4	4	5	5	3	3	29
64	3	5	5	3	4	4	3	27
65	4	5	3	5	5	4	3	29
66	5	5	3	4	3	3	2	25
67	3	4	4	5	4	5	4	29
68	4	4	3	2	2	4	3	22
69	5	5	4	5	5	3	2	29
70	4	5	3	3	3	2	2	22
71	5	5	4	4	2	3	2	25
72	3	5	5	5	5	3	3	29
73	5	5	4	4	5	5	4	32
74	4	5	3	5	4	5	5	31
75	5	5	5	4	3	4	4	30

76	4	5	3	3	3	3	3	24
77	3	5	4	5	3	3	2	25
78	5	4	3	4	4	3	2	25
79	4	4	4	5	5	4	4	30
80	5	5	3	5	3	5	5	31
81	5	5	4	4	3	3	3	27
82	5	4	5	4	5	3	2	28
83	4	4	4	4	4	5	4	29
84	4	5	4	4	3	5	5	30
85	4	4	5	2	2	3	2	22
86	3	5	3	4	3	3	4	25
87	4	4	4	3	4	4	4	27
88	5	5	3	3	2	2	2	22
89	4	5	5	5	2	4	5	30
90	5	5	2	3	2	4	4	25
91	4	4	4	4	4	2	2	24
92	5	5	5	5	5	3	2	30
93	3	3	3	3	2	5	5	24
94	4	5	4	5	4	3	3	28
95	3	4	5	3	4	3	2	24
96	5	4	5	4	4	2	2	26
97	4	4	4	5	5	3	2	27
98	5	5	4	4	4	3	3	28
99	2	5	4	5	5	3	4	28
100	4	5	5	5	5	5	5	34
jumlah	416	430	382	370	338	325	301	

Lampiran 3

1. Hasil Uji Validitas Tunai (*Cash*) X1

		Correlations							
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.total
x1.1	Pearson Correlation	1	.626**	.365**	.226*	.564**	.521**	.526**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.024	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.626**	1	.334**	.179	.515**	.496**	.472**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.075	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.365**	.334**	1	.497**	.268**	.141	.274**	.478**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.007	.162	.006	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	.226*	.179	.497**	1	.260**	.128	.246*	.411**
	Sig. (2-tailed)	.024	.075	.000		.009	.203	.014	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.5	Pearson Correlation	.564**	.515**	.268**	.260**	1	.850**	.863**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.009		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.6	Pearson Correlation	.521**	.496**	.141	.128	.850**	1	.853**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.162	.203	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.7	Pearson Correlation	.526**	.472**	.274**	.246*	.863**	.853**	1	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.014	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x1.total	Pearson Correlation	.760**	.716**	.478**	.411**	.897**	.854**	.878**	1
al	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Hasil Uji Validitas Nontunai (*Cashless*) X2

		Correlations							
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.total
x2.1	Pearson Correlation	1	.419**	.535**	.336**	.599**	.387**	.657**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	.419**	1	.617**	.442**	.467**	.168	.440**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.096	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	.535**	.617**	1	.524**	.596**	.318**	.491**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.4	Pearson Correlation	.336**	.442**	.524**	1	.392**	.228*	.395**	.615**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.023	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.5	Pearson Correlation	.599**	.467**	.596**	.392**	1	.480**	.655**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.6	Pearson Correlation	.387**	.168	.318**	.228*	.480**	1	.524**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.000	.096	.001	.023	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.7	Pearson Correlation	.657**	.440**	.491**	.395**	.655**	.524**	1	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
x2.tot al	Pearson Correlation	.779**	.678**	.779**	.615**	.843**	.610**	.820**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen Y

Correlations

		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	y.7	y.total
y.1	Pearson Correlation	1	.424**	.229*	.158	.053	.015	-.027	.384**
	Sig. (2-tailed)		.000	.022	.117	.602	.885	.789	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y.2	Pearson Correlation	.424**	1	.376**	.311**	.150	.110	.127	.540**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.136	.275	.209	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y.3	Pearson Correlation	.229*	.376**	1	.199*	.246*	.052	.092	.521**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000		.048	.014	.604	.363	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y.4	Pearson Correlation	.158	.311**	.199*	1	.702**	.265**	.207*	.720**
	Sig. (2-tailed)	.117	.002	.048		.000	.008	.039	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y.5	Pearson Correlation	.053	.150	.246*	.702**	1	.223*	.127	.649**
	Sig. (2-tailed)	.602	.136	.014	.000		.026	.207	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y.6	Pearson Correlation	.015	.110	.052	.265**	.223*	1	.747**	.630**
	Sig. (2-tailed)	.885	.275	.604	.008	.026		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y.7	Pearson Correlation	-.027	.127	.092	.207*	.127	.747**	1	.604**
	Sig. (2-tailed)	.789	.209	.363	.039	.207	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
y.total	Pearson Correlation	.384**	.540**	.521**	.720**	.649**	.630**	.604**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4

1. Reliabilitas Tunai X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	7

2. Reliabilitas Nontunai X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	7

3. Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.673	7

Lampiran 5
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.22565341
Most Extreme Differences	Absolute	.062
	Positive	.054
	Negative	-.062
Test Statistic		.062
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Lampiran 6

Uji Multikolinearitas, Uji Analisis Regresi Berganda, dan Uji t

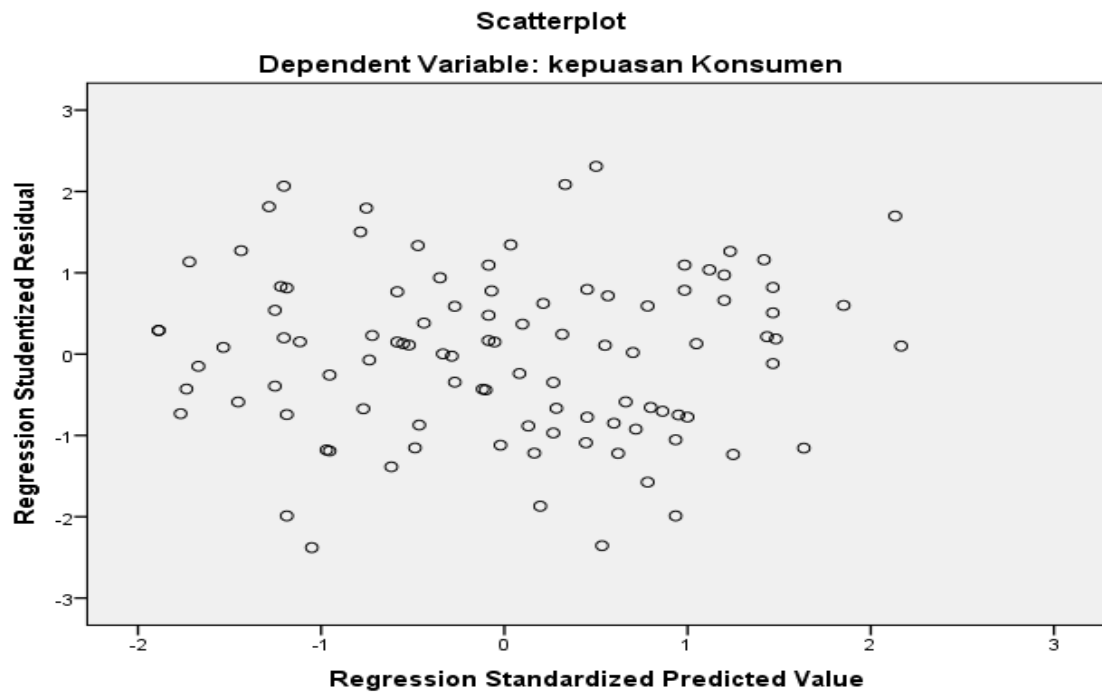
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	14.090	4.499		3.131	.002		
Tunai	.030	.096	.038	.318	.751	.544	1.838
Nontunai	.438	.099	.528	4.439	.000	.544	1.838

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 7

Heteroskedastisitas



Lampiran 9

Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.503 ^a	.253	.238	3.25874

a. Predictors: (Constant), nontunai, Tunai

Lampiran 9
Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	349.481	2	174.740	16.455	.000 ^b
	Residual	1030.079	97	10.619		
	Total	1379.560	99			

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

b. Predictors: (Constant), nontunai, tunai

Dokumentasi Pengisian Angket











