Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen
Volume 5 Nomor 4 Tahun 2026
e-ISSN: 2962-7621; p-ISSN: 2962-763X, Hal. 2180-2200
DOI: https://doi.org/10.58192/ebismen.v5i4.4736
Available online at: https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Pembayaran terhadap Kepuasan Pelanggan di Warteg Mamoka Daerah Tegal

Putri Intan Sustoro[1*], Bunga Nur Aulina[2], Makmur Sujarwo[3]
[1-3] Universitas Pancasakti Tegal, Jawa Tengah, Indonesia.

Alamat: Jl. Halmahera KM 01, Mintaragen, Tegal Timur, Kota Tegal, Jawa Tengah 52121, Indonesia.
**Korespondensi penulis: puputintansus1005@gmail.com*

Abstract. *This study aims to determine the effect of service quality and ease of payment on customer satisfaction at Warteg Mamoka in the Tegal Kota area. This study employs a quantitative method with a causal-associative approach. The population of this study consists of all Warteg Mamoka customers, with a sample size of 171 respondents selected using purposive sampling. Data collection was conducted through questionnaires, observations, and documentation. Data analysis was performed using SPSS software, including validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination (R^2). The results of the study indicate that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a regression coefficient of 0.597 and a calculated t-value of 11.918. Ease of payment also has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a regression coefficient of 0.323 and a calculated t-value of 5.940. Simultaneously, service quality and ease of payment have a positive and significant effect on customer satisfaction, with a calculated F-value of 135.287 and a significance level of < 0.001. The coefficient of determination (R^2) of 0.617 indicates that service quality and ease of payment account for 61.7% of the variation in customer satisfaction, while the remaining 38.3% is influenced by other factors outside the scope of this study.*

Keywords: *Service Quality, Ease Of Payment, Customer Satisfaction, Warteg, Digital Payments*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran terhadap kepuasan pelanggan di Warteg Mamoka daerah Tegal Kota. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Warteg Mamoka, dengan jumlah sampel sebanyak 171 responden yang diperoleh menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan aplikasi SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,597 dan nilai t hitung sebesar 11,918. Kemudahan pembayaran juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,323 dan nilai t hitung sebesar 5,940. Secara simultan, kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai F hitung sebesar 135,287 dan nilai signifikansi < 0,001. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,617 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran mampu menjelaskan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 61,7%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci: Kemudahan Pembayaran, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Pembayaran Digital, Warteg.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan usaha kuliner di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan kepraktisan, kecepatan, dan kemudahan dalam memperoleh makanan. Salah satu usaha kuliner yang tetap bertahan dan berkembang di tengah persaingan bisnis adalah Warung Tegal (Warteg).

Received: June 26, 2026; Revised: July 12, 2026; Accepted: July 31, 2026;
Online Available: Septemeber 30, 2026; Published: September 01, 2026

Warteg dikenal sebagai usaha makanan rakyat yang menyediakan menu beragam dengan harga terjangkau sehingga diminati oleh berbagai kalangan masyarakat (Suherman, 2023).

Keberadaan warteg juga menjadi bagian penting dalam perkembangan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional dan penyerapan tenaga kerja. Dalam kondisi persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku usaha warteg dituntut untuk mampu memberikan pelayanan terbaik agar dapat mempertahankan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha (Putri et al., 2025).

Selain kualitas pelayanan, perkembangan teknologi digital juga memengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan transaksi pembayaran. Saat ini masyarakat mulai terbiasa menggunakan pembayaran digital seperti QRIS, e-wallet, dan mobile banking karena dianggap lebih praktis, cepat, dan aman. Penerapan QRIS pada usaha warteg terbukti mampu meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kemudahan transaksi yang diberikan. Kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital juga memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dalam layanan kuliner. Oleh karena itu, pelaku usaha warteg perlu beradaptasi dengan kebutuhan konsumen modern agar mampu mempertahankan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha kuliner, termasuk usaha warteg. Pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan usaha kepada orang lain (Cung et al., 2023). Namun, dalam praktiknya masih terdapat berbagai kendala yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, seperti pelayanan yang kurang cepat, kurang ramah, serta sistem pembayaran yang belum sepenuhnya praktis (Lumbanraja, 2025; Safa & Munarsih, 2025). Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan warteg (Suherman et al., 2023). Pelayanan yang baik seperti keramahan, kebersihan, kenyamanan, dan kecepatan pelayanan mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, pelayanan prima juga menjadi faktor pembeda utama dalam persaingan usaha warteg (Jasmine et al., 2025).

Di sisi lain, kemudahan pembayaran juga menjadi perhatian pelanggan di era digital. Banyak pelanggan lebih memilih tempat makan yang menyediakan metode pembayaran non-tunai karena dianggap lebih efisien (Kristia & Ahmadi, 2025). Namun, tidak semua warteg mampu menyediakan fasilitas pembayaran digital secara optimal. Hal ini dapat menyebabkan pelanggan merasa kurang nyaman dalam melakukan transaksi. Pada Warteg Mamoka daerah Tegal Kota, kondisi tersebut juga menjadi tantangan tersendiri. Di tengah

meningkatnya penggunaan pembayaran digital dan persaingan usaha kuliner, Warteg Mamoka perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran agar mampu menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih baik.

Penelitian mengenai kepuasan pelanggan pada usaha warteg sebelumnya lebih banyak berfokus pada variabel harga dan pelayanan terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan (Jasmine et al., 2025; Suherman et al., 2023; Woen & Santoso, 2021). Selain itu, terdapat penelitian yang membahas pengaruh kualitas pelayanan dan penggunaan pembayaran digital terhadap kepuasan pelanggan pada layanan berbasis aplikasi seperti Shopee Food (Ayu et al., 2025). Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran terhadap kepuasan pelanggan pada usaha warteg di daerah Tegal Kota masih sangat terbatas. Sebagian penelitian mengenai pembayaran digital pada warteg lebih berfokus pada penerapan QRIS secara umum tanpa menghubungkannya secara langsung dengan kepuasan pelanggan.

Selain itu, penelitian terdahulu umumnya dilakukan pada wilayah perkotaan besar seperti Jakarta, Bekasi, dan Kediri, sedangkan penelitian mengenai usaha warteg di daerah Tegal Kota belum banyak dilakukan. Dengan demikian, masih terdapat kesenjangan penelitian terkait pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran terhadap kepuasan pelanggan pada konteks usaha warteg lokal di Tegal Kota.

Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada penggabungan variabel kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran dalam mengukur kepuasan pelanggan pada usaha warteg, khususnya di Warteg Mamoka daerah Tegal Kota. Penelitian ini tidak hanya membahas aspek pelayanan secara konvensional, tetapi juga menyoroti pentingnya kemudahan pembayaran digital sebagai bagian dari pengalaman pelanggan di era modern. Penelitian ini dilakukan pada objek usaha warteg lokal di daerah Tegal Kota yang masih jarang dijadikan objek penelitian kuantitatif terkait kepuasan pelanggan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi baru dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran dan perilaku konsumen pada sektor UMKM kuliner, khususnya usaha warteg. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan manfaat praktis bagi Warteg Mamoka dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan sistem pembayaran agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan serta daya saing usaha di tengah perkembangan bisnis kuliner yang semakin kompetitif.

2. KAJIAN TEORITIS

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu aspek penting dalam keberhasilan suatu usaha, khususnya pada bidang kuliner. Pelayanan yang baik akan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan rasa puas dan keinginan untuk melakukan pembelian ulang. Dalam persaingan usaha yang semakin ketat, pelaku usaha dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumen.

Menurut Tjiptono, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan serta pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pendapat tersebut menjelaskan bahwa kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan hasil pelayanan, tetapi juga proses dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Sementara itu, pada penelitian (Purbasari & Purnamasari, 2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan perbandingan antara pelayanan yang diterima pelanggan dengan pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan menilai kualitas pelayanan tersebut baik.

Kotler dan Keller (dalam Maulidiah et al., 2023), juga menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan bentuk aktivitas yang diberikan perusahaan untuk memenuhi harapan pelanggan. Dalam usaha kuliner seperti warteg, kualitas pelayanan dapat dilihat dari keramahan karyawan, kecepatan dalam melayani, kebersihan tempat usaha, serta kenyamanan pelanggan ketika melakukan transaksi maupun menikmati makanan.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh penting terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian (Suherman et al., 2023) menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan warteg di Bekasi. Selain itu, studi oleh (Jasmine et al., 2025) menjelaskan bahwa pelayanan prima seperti kebersihan, keramahan, dan kenyamanan menjadi faktor utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan serta penjualan warteg. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada usaha Warteg Mamoka di daerah Tegal Kota.

b. Kemudahan Pembayaran

Kemudahan pembayaran merupakan kondisi ketika pelanggan dapat melakukan transaksi dengan mudah, cepat, aman, dan efisien. Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan dalam sistem pembayaran dari yang sebelumnya menggunakan uang tunai menjadi pembayaran non-tunai berbasis digital seperti QRIS, dompet digital, dan mobile banking.

Menurut Davis melalui konsep Technology Acceptance Model (TAM) dalam (Wijaya & Setiawan, 2022), kemudahan penggunaan adalah tingkat keyakinan seseorang bahwa suatu sistem atau teknologi dapat digunakan dengan mudah tanpa memerlukan usaha yang besar. Semakin mudah suatu sistem digunakan, maka semakin tinggi kemungkinan seseorang menerima dan menggunakan sistem tersebut. Dalam konteks pembayaran digital, kemudahan pembayaran menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi kenyamanan pelanggan saat melakukan transaksi.

Jogiyanto (dalam Noviyanti & Erawati, 2021) menjelaskan bahwa kemudahan penggunaan teknologi berkaitan dengan tingkat kemudahan seseorang dalam memahami dan mengoperasikan suatu sistem. Sistem pembayaran yang mudah digunakan akan membantu pelanggan menyelesaikan transaksi secara lebih cepat dan praktis. Oleh karena itu, pelaku usaha saat ini mulai menerapkan sistem pembayaran digital untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan.

Penelitian (Al'aini et al., 2024) menunjukkan bahwa penerapan QRIS pada warteg memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan karena transaksi menjadi lebih cepat, praktis, dan aman. Penelitian lain oleh (Ayu et al., 2025) juga menyatakan bahwa kemudahan penggunaan pembayaran digital memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan kuliner berbasis digital. Hal tersebut menunjukkan bahwa kemudahan pembayaran menjadi salah satu faktor yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan pada usaha kuliner, termasuk Warteg Mamoka di daerah Tegal Kota.

c. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama yang ingin dicapai oleh setiap pelaku usaha. Kepuasan pelanggan dapat menentukan keberlangsungan suatu usaha karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain. Menurut Kotler dan Keller (dalam Hasibuan et al., 2021), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara harapan terhadap suatu produk atau jasa dengan kenyataan yang diterima. Jika hasil yang diperoleh sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila hasil yang diterima berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa kecewa.

Tjiptono (dalam Sumarsid & Paryanti, 2022) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan respon emosional yang muncul setelah pelanggan menggunakan suatu produk

atau jasa. Kepuasan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas produk, tetapi juga dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, kenyamanan, dan kemudahan dalam proses transaksi.

Dalam usaha kuliner, kepuasan pelanggan menjadi faktor yang sangat penting karena dapat memengaruhi loyalitas pelanggan dan daya saing usaha. Pelanggan yang merasa puas akan memiliki keinginan untuk kembali membeli dan memberikan penilaian positif terhadap usaha tersebut. Penelitian (Achmad & Razak, 2023) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan memiliki pengaruh penting terhadap minat pembelian ulang pada usaha warteg. Selain itu, penelitian mengenai layanan warteg berbasis food delivery juga menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan (Rozanto & Oktarina, 2021). Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran. Oleh karena itu, pelaku usaha Warteg Mamoka perlu memperhatikan kedua aspek tersebut agar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis kuliner yang semakin berkembang.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan melalui pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat statistik (Adil et al., 2023:1). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran terhadap kepuasan pelanggan di Warteg Mamoka daerah Tegal Kota.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan asosiatif kausal. Pendekatan ini digunakan untuk mengetahui hubungan serta pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas pelayanan (X1) dan kemudahan pembayaran (X2), sedangkan variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Penelitian dilaksanakan di Warteg Mamoka yang berada di daerah Tegal Kota. Pemilihan lokasi penelitian dilakukan karena Warteg Mamoka merupakan salah satu usaha kuliner yang memiliki pelanggan dari berbagai kalangan masyarakat serta telah menyediakan sistem pembayaran tunai maupun non-tunai.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Warteg Mamoka daerah Tegal Kota. Teknik pengambilan sampel menggunakan nonprobability sampling dengan metode

purposive sampling. Teknik purposive sampling merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti (Subhaktiyasa, 2024).

Berdasarkan proses pengumpulan data yang dilakukan selama periode penelitian, diperoleh sebanyak 171 hasil kuesioner yang lengkap dan layak diolah, serta memenuhi seluruh kriteria purposive sampling yang telah ditetapkan. Jumlah tersebut dinilai memadai karena telah memenuhi rekomendasi ukuran sampel dalam penelitian kuantitatif. Roscoe menyatakan bahwa ukuran sampel yang layak dalam penelitian perilaku dan sosial berada pada rentang 30 sampai 500 responden (Karmila & Pamikatsih, 2025). Selain itu, jumlah sampel sebanyak 171 responden telah mencukupi untuk penerapan analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini sehingga dapat menghasilkan estimasi parameter yang relatif stabil dan memiliki tingkat ketelitian yang memadai dalam menguji pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian, jumlah responden yang digunakan dianggap telah representatif terhadap karakteristik pelanggan yang menjadi sasaran penelitian dan memadai untuk mendukung proses analisis serta penarikan kesimpulan penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Kuesioner digunakan sebagai teknik utama untuk memperoleh data dari responden. Penyusunan kuesioner menggunakan skala Likert dengan lima alternatif jawaban, yaitu Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS). Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kondisi pelayanan dan proses transaksi pembayaran di Warteg Mamoka. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan aplikasi Statistical Product and Service Solutions (SPSS). Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah item pertanyaan dalam kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat (Anggraini et al., 2022). Item pertanyaan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 (Anggraini et al., 2022). Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal (Muhammad Isnaini et al., 2025). Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antarvariabel independen (Agrasadya et al.,

2023). Sedangkan uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat ketidaksamaan varians pada model regresi (Putra & Haryadi, 2022).

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran terhadap kepuasan pelanggan. Adapun persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\boldsymbol{Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e}$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b1;b2 = Koefisien regresi

X1 = Kualitas Pelayanan

X2 = Kemudahan Pembayaran

e = Error

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Sedangkan koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran dalam menjelaskan variabel kepuasan pelanggan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji kriteria

Tabel 1 Kriteria Pekerjaan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum Bekerja	5	2.9	2.9	2.9
	Buruh (Pekerja harian)	5	2.9	2.9	5.8
	Guru/Dosen	4	2.3	2.3	8.2
	Ibu Rumah Tangga	14	8.2	8.2	16.4
	Ojek Online/Kuris/Sopir	7	4.1	4.1	20.5
	Pedagang	38	22.2	22.2	42.7
	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	7	4.1	4.1	46.8
	Pegawai Swasta (Karyawan)	13	7.6	7.6	54.4
	Pelajar/Mahasiswa	55	32.2	32.2	86.5
	Wiraswasta (Usaha Mandiri)	23	13.5	13.5	100.0
	Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel pekerjaan responden, diketahui bahwa dari total 171 responden, mayoritas responden berstatus sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 55 orang (32,2%), diikuti pedagang sebanyak 38 orang (22,2%) dan wiraswasta/usaha mandiri sebanyak 23 orang (13,5%). Selanjutnya, responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga berjumlah 14 orang (8,2%), pegawai swasta/karyawan sebanyak 13 orang (7,6%), sedangkan ojek online/kurir/sopir dan pegawai negeri sipil (PNS) masing-masing sebanyak 7 orang (4,1%). Selain itu, responden yang belum bekerja dan buruh harian masing-masing sebanyak 5 orang (2,9%), serta guru/dosen menjadi kategori paling sedikit yaitu 4 orang (2,3%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan didominasi oleh kelompok pelajar/mahasiswa.

Tabel 2 Kriteria Umur

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<17 Tahun	13	7.6	7.6	7.6
	>55 Tahun	6	3.5	3.5	11.1
	17-25 Tahun	69	40.4	40.4	51.5
	26-35 Tahun	31	18.1	18.1	69.6
	36-45 Tahun	35	20.5	20.5	90.1
	46-55 Tahun	17	9.9	9.9	100.0
	Total	171	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel umur responden, diketahui bahwa dari total 171 responden, mayoritas berada pada rentang usia 17–25 tahun yaitu sebanyak 82 orang (48%), diikuti usia 36–45 tahun sebanyak 35 orang (20,5%) dan usia 26–35 tahun sebanyak 31 orang (18,1%). Selanjutnya, responden dengan usia 46–55 tahun berjumlah 17 orang (9,9%), sedangkan responden dengan usia lebih dari 55 tahun merupakan kategori paling sedikit yaitu 6 orang (3,5%). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa karakteristik responden berdasarkan umur didominasi oleh kelompok usia 17–25 tahun.

Uji Analisis Deskriptif

Tabel 3 Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MEAN_X1	171	1.00	5.00	2.9883	1.30347
MEAN_X2	171	1.00	5.00	2.9883	1.20249
MEAN_Y	171	1.00	5.00	2.9883	1.26481
Valid N (listwise)	171				

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak **171 responden**. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai minimum sebesar **1,00**, nilai maksimum sebesar **5,00**, nilai mean sebesar **2,9883**, dan standar deviasi sebesar **1,30347**. Hal ini menunjukkan bahwa rata-rata tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan berada pada kategori cukup baik dengan tingkat penyebaran data yang masih tergolong normal.

Variabel Kemudahan Pembayaran (X2) memiliki nilai minimum sebesar **1,00**, nilai maksimum sebesar **5,00**, nilai mean sebesar **2,9883**, dan standar deviasi sebesar **1,20249**. Nilai rata-rata tersebut menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang cukup baik terhadap kemudahan pembayaran yang diberikan.

Selanjutnya, variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai minimum sebesar **1,00**, nilai maksimum sebesar **5,00**, nilai mean sebesar **2,9883**, dan standar deviasi sebesar **1,26481**. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan berada pada kategori cukup baik. Selain itu, nilai standar deviasi pada seluruh variabel lebih kecil dibandingkan nilai maksimum data, sehingga dapat disimpulkan bahwa penyebaran data penelitian cukup baik dan tidak terlalu bervariasi.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-Tabel	r-Hitung	Status
Kualitas	X1.1	0.150	.890	Valid
Pelayanan (X1)	X1.2		.886	Valid
	X1.3		.912	Valid
	X1.4		.903	Valid
	X1.5		.904	Valid
	X1.6		.896	Valid
	X1.7		.880	Valid
	X1.8		.882	Valid
	X1.9		.894	Valid
	X1.10		.911	Valid
Kemudahan	X2.1		0,812	Valid
Pembayaran	X2.2		0,777	Valid
(X2)	X2.3		0,834	Valid
	X2.4		0,820	Valid
	X2.5		0,807	Valid
	X2.6		0,825	Valid
	X2.7		0,769	Valid
	X2.8		0,795	Valid
	X2.9		0,823	Valid
	X2.10		0,797	Valid
Kepuasan	Y.1		0,865	Valid
Pelanggan (Y)	Y.2		0,875	Valid

Y.3	0,848	Valid
Y.4	0,885	Valid
Y.5	0,880	Valid
Y.6	0,838	Valid
Y.7	0,876	Valid
Y.8	0,839	Valid
Y.9	0,866	Valid
Y.10	0,844	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas pada seluruh variabel penelitian, diketahui bahwa nilai r tabel sebesar **0,150** dengan jumlah responden sebanyak 171 orang. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Hasil pengujian menunjukkan bahwa seluruh indikator pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kemudahan Pembayaran (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki nilai r hitung di atas 0,150. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), nilai r hitung berkisar antara **0,880 sampai 0,912**. Pada variabel Kemudahan Pembayaran (X2), nilai r hitung berkisar antara **0,769 sampai 0,834**. Sedangkan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y), nilai r hitung berkisar antara **0,838 sampai 0,885**. Dengan demikian, seluruh item pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian karena mampu mengukur variabel yang diteliti dengan baik.

Tabel 5 Uji Reliabilitas

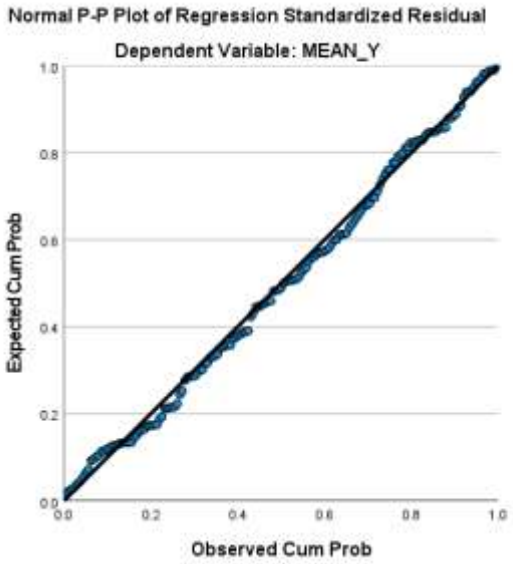
Variabel	Cronbach's Alpha	Status
Kualitas Pelayanan (X1)	0.979	Reliabel
Kemudahan Pembayaran (X2)	0.956	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.971	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar **0,979**, variabel Kemudahan Pembayaran (X2) sebesar **0,956**, dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar **0,971**. Nilai tersebut menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada masing-masing variabel memiliki tingkat konsistensi yang sangat tinggi dalam mengukur variabel penelitian. Dengan demikian, instrumen penelitian yang digunakan dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 6 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.043	171	.200*	.990	171	.273



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas grafik P-P Plot

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas biasanya menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov atau melihat grafik Normal P-P Plot. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas adalah apabila nilai signifikansi (Asymp. Sig.) lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas, data penelitian menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini telah memenuhi asumsi normalitas dan layak digunakan untuk analisis lebih lanjut. Selain itu, penyebaran titik pada grafik Normal P-P Plot mengikuti garis diagonal, yang menunjukkan bahwa data residual menyebar secara normal dan tidak terjadi penyimpangan pada model penelitian.

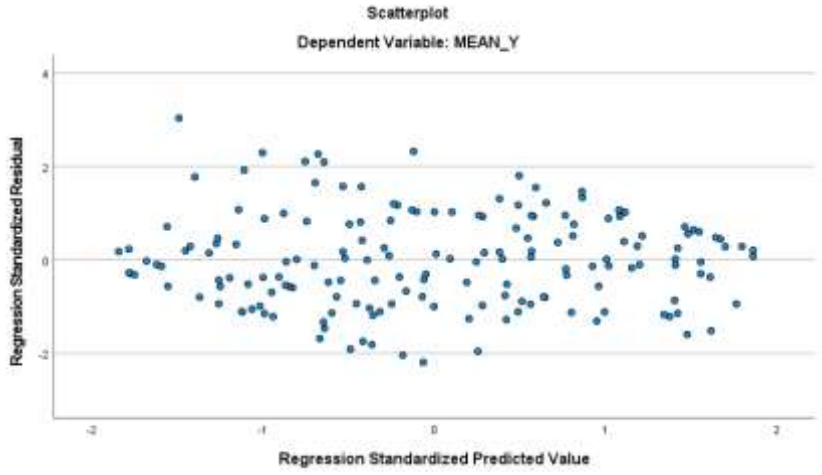
Tabel 7 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance
1	(Constant)	.239	.184		1.300	.196	
	MEAN_X1	.597	.050	.616	11.918	.000	.855
	MEAN_X2	.323	.054	.307	5.940	.000	.855

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan atau korelasi yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas. Pengujian ini dapat dilihat melalui nilai Tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF)**.** Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, maka model regresi dinyatakan tidak mengalami multikolinearitas.

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel independen memiliki nilai Tolerance lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang tinggi antar variabel bebas, yaitu Kualitas Pelayanan (X1) dan Kemudahan Pembayaran (X2). Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini terbebas dari masalah multikolinearitas sehingga layak digunakan untuk analisis regresi linear berganda.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik adalah model yang tidak mengalami heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat grafik Scatterplot atau melalui uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan yaitu apabila titik-titik pada grafik Scatterplot

menyebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas, diketahui bahwa titik-titik pada grafik Scatterplot menyebar secara acak di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y serta tidak membentuk pola tertentu, seperti pola bergelombang, melebar, maupun menyempit. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi layak digunakan untuk analisis lebih lanjut karena telah memenuhi asumsi heteroskedastisitas.

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance
1	(Constant)	.239	.184		1.300	.196	
	MEAN_X1	.597	.050	.616	11.918	.000	.855
	MEAN_X2	.323	.054	.307	5.940	.000	.855

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$\boldsymbol{Y = 0.239 + 0.597X1 + 0.323X2}$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar **0,239**, artinya apabila variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kemudahan Pembayaran (X2) dianggap konstan atau bernilai nol, maka nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,239. Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar **0,597** dengan nilai t hitung sebesar **11,918** dan nilai signifikansi **< 0,001**. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,597.

Selanjutnya, variabel Kemudahan Pembayaran (X2) memiliki koefisien regresi sebesar **0,323** dengan nilai t hitung sebesar **5,940** dan nilai signifikansi **< 0,001**. Hal ini menunjukkan bahwa Kemudahan Pembayaran juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya, semakin mudah sistem pembayaran yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,323.

Selain itu, hasil uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance sebesar **0,855** dan nilai VIF sebesar **1,170** pada masing-masing variabel independen. Karena nilai Tolerance > 0,10 dan VIF < 10, maka model regresi tidak mengalami multikolinearitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Pembayaran secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.785[a]	.617	.612	.78746

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diperoleh nilai R Square sebesar 0,617 dan nilai Adjusted R Square sebesar 0,612. Nilai R Square sebesar 0,617 menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kemudahan Pembayaran (X2) mampu menjelaskan pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 61,7%. Sedangkan sisanya sebesar 38,3% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini yang tidak diteliti.

Selain itu, nilai R sebesar 0,785 menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen berada pada kategori kuat. Kemudian nilai Adjusted R Square sebesar 0,612 menunjukkan bahwa setelah disesuaikan dengan jumlah variabel bebas yang digunakan, kemampuan model dalam menjelaskan variabel Kepuasan Pelanggan tetap berada pada kategori baik, yaitu sebesar 61,2%. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Pembayaran memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

Uji Hipotesis

Tabel 10 Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance
1	(Constant)	.239	.184		1.300	.196	
	MEAN_X1	.597	.050	.616	11.918	.000	.855
	MEAN_X2	.323	.054	.307	5.940	.000	.855

Berdasarkan hasil uji t, diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar **11,918** dengan nilai signifikansi < **0,001**. Nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat. Nilai koefisien regresi sebesar **0,597** juga menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh paling besar terhadap Kepuasan Pelanggan.

Selanjutnya, variabel Kemudahan Pembayaran (X2) memiliki nilai t hitung sebesar **5,940** dengan nilai signifikansi < **0,001**. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka Kemudahan Pembayaran juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai koefisien regresi sebesar **0,323** menunjukkan bahwa semakin mudah sistem pembayaran yang diberikan kepada pelanggan, maka kepuasan pelanggan juga akan meningkat. Dengan demikian, secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kemudahan Pembayaran (X2) terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 11 Hasil Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	167.781	2	83.890	135.287	.000[b]
	Residual	104.176	168	.620		
	Total	271.957	170			

Berdasarkan hasil uji F pada tabel ANOVA, diperoleh nilai **F hitung sebesar 135,287** dengan nilai signifikansi < **0,001**. Karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kemudahan Pembayaran (X2) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Selain itu, nilai Sum of Squares Regression sebesar **167,781** menunjukkan besarnya kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen, sedangkan nilai Residual sebesar **104,176** menunjukkan sisa pengaruh dari variabel lain di luar penelitian. Dengan demikian, model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan dapat digunakan untuk menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kemudahan Pembayaran terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warteg Mamoka. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan tidak hanya melihat harga makanan yang murah, tetapi juga memperhatikan bagaimana mereka dilayani. Pelayanan yang ramah, cepat, dan kebersihan tempat makan menjadi hal penting yang membuat pelanggan merasa nyaman saat makan di warteg.

Besarnya pengaruh kualitas pelayanan dibandingkan variabel lain menunjukkan bahwa pelayanan masih menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan. Kondisi ini kemungkinan terjadi karena sebagian besar responden berusia 17–25 tahun, di

mana kelompok usia tersebut biasanya lebih memperhatikan kenyamanan dan pengalaman saat membeli makanan. Jika pelayanan yang diberikan baik, pelanggan akan merasa puas dan cenderung datang kembali.

Selain kualitas pelayanan, kemudahan pembayaran juga terbukti berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Saat ini banyak pelanggan yang lebih suka menggunakan pembayaran digital seperti QRIS atau dompet digital karena dianggap lebih praktis dan cepat. Adanya pilihan pembayaran non-tunai membuat pelanggan merasa lebih mudah saat melakukan transaksi, terutama bagi pelanggan yang jarang membawa uang tunai.

Namun, pengaruh kemudahan pembayaran masih lebih kecil dibandingkan kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan warteg tetap lebih mengutamakan pelayanan yang baik dibandingkan fasilitas pembayaran. Pembayaran digital memang membantu kenyamanan pelanggan, tetapi pelayanan tetap menjadi hal yang paling penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini juga memberikan gambaran bahwa Warteg Mamoka perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, seperti keramahan pegawai, kecepatan melayani pelanggan, serta menjaga kebersihan dan kenyamanan tempat makan. Selain itu, penyediaan metode pembayaran digital juga perlu dipertahankan agar pelanggan merasa lebih praktis saat melakukan pembayaran. Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan. Penelitian hanya dilakukan pada satu warteg sehingga hasilnya belum tentu sama jika diterapkan pada warteg lain. Selain itu, penelitian ini hanya membahas kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran, padahal kepuasan pelanggan juga bisa dipengaruhi oleh faktor lain seperti harga, rasa makanan, lokasi, dan suasana tempat makan. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain agar hasil penelitian menjadi lebih lengkap.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan dan kemudahan pembayaran memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Warteg Mamoka daerah Tegal Kota, baik secara parsial maupun simultan. Secara khusus, kualitas pelayanan ditemukan sebagai faktor yang paling dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan dibandingkan fasilitas kemudahan pembayaran. Tingginya pengaruh kualitas pelayanan ini sangat berkaitan erat dengan karakteristik demografi mayoritas pelanggan yang didominasi oleh kelompok pelajar atau

mahasiswa, di mana segmen usia muda ini cenderung lebih sensitif terhadap kenyamanan fisik, kecepatan, dan keramahan pelayanan saat bersantap secara langsung. Meskipun sistem pembayaran digital terbukti berkontribusi positif, pelanggan tetap menempatkan kualitas interaksi dan pelayanan langsung di warung sebagai penentu utama loyalitas dan kepuasan mereka.

Saran

Rekomendasi Praktis bagi Pelaku Usaha: Pengelola Warteg Mamoka disarankan untuk terus memprioritaskan standar operasional kualitas pelayanan, seperti menjaga kebersihan area makan, meningkatkan keramahan pegawai, dan memastikan kecepatan penyajian pesanan. Selain itu, opsi kemudahan pembayaran digital (seperti QRIS dan dompet digital) harus terus dipertahankan dan dipastikan kelancaran sistemnya guna memfasilitasi tren transaksi non-tunai yang sangat diminati oleh segmen pelanggan usia muda.

Keterbatasan dan Agenda Penelitian Selanjutnya: Penelitian ini memiliki keterbatasan metodologis, yakni hanya berfokus pada satu lokasi usaha dengan menggunakan dua variabel independen, serta penetapan sampel yang perlu dievaluasi lebih lanjut probabilitasnya. Oleh karena itu, bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas objek penelitian pada beberapa warteg yang berbeda di wilayah Tegal Raya guna mendapatkan simpulan yang lebih representatif. Selain itu, disarankan untuk menambahkan variabel independen lain yang relevan, seperti harga, cita rasa menu, atau lokasi, agar model pengukuran kepuasan pelanggan menjadi lebih komprehensif.

DAFTAR REFERENSI

Achmad, Z., & Razak, I. (2023). The Influence of Product Quality and Physical Environment on Repurchase Interest Through Customer Satisfaction of Warteg Kharisma Bahari in Bekasi City. *Krisnadwipayana International Journal of Management Studies*, *3*(2), 197–215. https://jurnal.unkris.ac.id/index.php/kijms/article/download/540/437

Adil, A., Liana, Y., Mayasari, R., Lamonge, A. S., Ristiyana, R., Saputri, F. R., Jayatmi, I., Satria, E. B., Permana, A. A., Rohman, M. M., Arta, D. N. C., Bani, M. D., Bani, G. A., Haslinah, A., & Wijoyo, E. B. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif : Teori Dan Praktik* (Cetakan 1). Get Press Indonesia.

Agrasadya, A., Dianti, A. R., & Sunarto, A. (2023). Pengaruh Pelatihan Dan Pengembangan Karier Terhadap Kinerja Pegawai Pada Pt Perkebunan Nusantara VIII Bogor. *Journal*

of Research and Publication Innovation, *1*(4), 1237–1247. https://jurnal.portalpublikasi.id/index.php/JORAPI/article/download/465/316

Al'aini, F. A. R., Hidayat, S. A. P., Wijayanti, F. F., Hikmah, N., & Lesmana, A. (2024). Penerapan QRIS "Warteg Putri" dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan di Era Digital. *JLP : Jurnal Lentera Pengabdian*, *02*(02), 110–114. https://jurnal.lenteranusa.id/index.php/lp/article/download/321/261

Anggraini, F. D. P., Aprianti, Setyawati, V. A. V., & Hartanto, A. A. (2022). Pembelajaran Statistika Menggunakan Software SPSS untuk Uji Validitas dan Reliabilitas. *JURNAL BASICEDU*, *6*(4), 6491–6504.

Ayu, D. P. C., Soeprajitno, E. D., & Sardanto, R. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Diskon, dan Kemudahan Penggunaan Shopee Pay Terhadap Kepuasan Pelanggan Shopee Food. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, *4*, 852–860. https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/8003/5574

Cung, F. G., Setianingsih, R., & Bunfa, L. (2023). Pengaruh Electronic Word Of Mouth dan Kepuasan terhadap Niat Beli Ulang Pelanggan Shopee. *Jurnal Manajemen*, *12*(2), 52–67. https://jurnal.kwikkiangie.ac.id/index.php/JM/article/download/979/716

Hasibuan, R. M., Harahap, F., & Lubis, A. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi*, *4*(3), 175–182. https://jurnal.ipts.ac.id/index.php/MISI/article/download/3007/1932

Jasmine, R., Dila, F., Michael, E., & Chaerudin, I. (2025). Peran Pelayanan Prima terhadap Kepuasan Konsumen dan Penjualan Warteg Studi kasus di Jakarta. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, *5*(2), 81–87. https://embiss.com/index.php/embiss/article/download/352/254

Karmila, S., & Pamikatsih, T. R. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Boykotgrup. *Jurnal Ekonomi Bisnis Antartika*, *3*(2), 214–220. https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/jeba/article/view/1271

Kristia, E., & Ahmadi, M. A. (2025). Implementasi QRIS Sebagai Alternatif Pembayaran Non Tunai Pada Kalangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM): Peluang Dan Tantangan. *PENG: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(1), 1014–1024. https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/download/1038/385

Lumbanraja, I. (2025). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Kepuasan Pelanggan Penjualan Sembako Koperasi PT. HAL di Sangkulirang Kabupaten Kutai Timur. *Seminar Nasional Hukum Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *2*(1), 174–182.

https://conference.ut.ac.id/index.php/semnasip/article/download/6272/2742

Maulidiah, E. P., Survival, S., & Budiantono, B. (2023). Pengaruh fasilitas terhadap kualitas pelayanan serta implikasinya pada kepuasan pelanggan. *Jurnal Economina*, *2*(3), 727–737. https://ejournal.45mataram.ac.id/index.php/economina/article/download/375/353

Muhammad Isnaini, Afgani, M. W., Haqqi, A., & Azhari, I. (2025). Teknik Analisis Data Uji Normalitas. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, *4*(2), 1377.

Noviyanti, A., & Erawati, T. (2021). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Kepercayaan dan Efektivitas terhadap Minat Menggunakan Financial Technology (Fintech) (Studi Kasus: UMKM di Kabupaten Bantul). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Finansial Indonesia*, *4*(2), 65–74. https://ojs.umrah.ac.id/index.php/jiafi/article/download/3253/1251

Purbasari, D. M., & Purnamasari, D. L. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap pembelian ulang. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, *2*(1), 43. https://scholar.archive.org/work/fga6ovcxarb6fdr5jignip3e5i/access/wayback/http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm/article/download/1056/pdf

Putra, B. P., & Haryadi, R. N. (2022). Pengaruh komunikasi dan disiplin kerja terhadap kinerja karyawan pada PT. Mackessen Indonesia. *Jurnal Ekonomi Utama*, *1*(3), 154–159. https://jurnal.astinamandiri.com/index.php/juria/article/download/32/33

Putri, S. A. A., B, C. M., Agustin, E., & Prawita, D. (2025). Jurnal Observasi Manajemen UMKM: Studi Kasus Warteg Kharisma Bahari Cabang Kusumanegara, Yogyakarta. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, *18*(8), 1–6. https://cibangsa.com/index.php/musytari/article/view/1733/1507

Rozanto, F. A., & Oktarina, R. (2021). Analysis of Warteg's Customer Satisfaction Levels on the Use of Food Delivery Services. *2nd Asia Pacific International Conference on Industrial Engineering and Operations Management*. http://ieomsociety.org/proceedings/2021indonesia/163.pdf

Safa, T. B., & Munarsih, M. (2025). Strategi Pengelolaan Relasi Pelanggan dan Kualitas Layanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Analisis SWOT pada PT Holistik Homecare di Ciputat Tangerang Selatan. *Excellent*, *12*(2), 173–186. https://www.e-journal.stie-aub.ac.id/index.php/excellent/article/download/1996/1197

Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, *9*(4), 2721–2731. https://www.researchgate.net/profile/Putu-Gede-

Subhaktiyasa/publication/385922236_Menentukan_Populasi_dan_Sampel_Pendekatan_Metodologi_Penelitian_Kuantitatif_dan_Kualitatif/links/673c0f4088177c79e8314657/Menentukan-Populasi-dan-Sampel-Pendekatan-Metodologi-Penelitian-Kuantitatif-dan-Kualitatif.pdf

Suherman, S. (2023). *Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Warteg (Studi Kasus pada Pelanggan Warteg di Kelurahan Margahayu, Bekasi)*. Politeknik Negeri Jakarta.

Suherman, S., Purwinarti, T., & Hadikusuma, R. (2023). Pengaruh Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Warteg (Studi Kasus Pada Konsumen Warteg Di Kelurahan Margahayu, Kecamatan Bekasi Timur, Kota Bekasi). *Seminar Nasional Riset Terapan*, *12*(01), 96–102. https://prosiding.pnj.ac.id/index.php/snrtb/article/download/2013/908

Sumarsid, S., & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada grabfood (studi wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, *12*(1), 70–83. https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/ilmiahm-progress/article/view/867/849

Wijaya, J. P., & Setiawan, A. S. (2022). Aplikasi Technology Acceptance Model (TAM) terhadap Penggunaan Internet Banking & Mobile Banking. *Proceeding National Seminar on Accounting UKMC*, *1*(1), 322–333. https://journal.ukmc.ac.id/index.php/pnsoa/article/download/608/597

Woen, N. G., & Santoso, S. (2021). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk, promosi, dan harga normal terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, *10*(2), 146–163. https://ejournal.up45.ac.id/index.php/maksipreneur/article/download/712/602