

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce pada Penggunaan Payment Gateway dengan Pendekatan Metode EUCS

Larisa Putri Sutrisno¹, Fatimah²

¹ Politeknik Negeri Jakarta, larisa.putrisutrisno.ak18@mhs.w.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

² Politeknik Negeri Jakarta, fatimah@akuntansi.pnj.ac.id, Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, 16425, Depok, Indonesia

ABSTRACT

The increasing use of e-commerce as a medium for buying and selling transactions has also influenced the development of digital payment systems in Indonesia. The provision of a payment system in e-commerce needs to follow the needs and expectations of consumers, this will greatly affect the level of consumer satisfaction with the use of Payment Gateways in e-commerce. This study aims to determine the level of consumer satisfaction of e-commerce on the use of Payment Gateway based on the variables of content, accuracy, format, ease of use, and timeliness. This study uses primary data obtained through questionnaires based on the Cochran formula distributed to 70 respondents with criteria aged 18-25 years, domiciled in Jabodetabek, and have used e-commerce. The data was tested using multiple linear regression analysis using SPSS version 25. From the results of the study, it was found that all variables had a simultaneous positive effect on the level of e-commerce consumer satisfaction, while the variables that had a partial positive effect were only content and format, for that the Payment Gateway provider company should pay close attention to this aspect.

Keywords: Customer Satisfaction ; Payment Gateway ; EUCS Method Approach

ABSTRAK

Peningkatan penggunaan *e-commerce* sebagai media dalam bertransaksi jual beli turut mempengaruhi perkembangan sistem pembayaran digital di Indonesia. Penyediaan sistem pembayaran di *e-commerce* perlu mengikuti kebutuhan dan harapan konsumen, hal ini akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap penggunaan Payment Gateway di *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* pada penggunaan Payment Gateway berdasarkan variabel *content, accuracy, format, ease of use, dan timeliness*. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner dengan penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Cochran sehingga kuesioner disebar kepada 70 responden dengan kriteria usia 18 – 25 tahun, berdomisili di Jabodetabek, dan aktif menggunakan *e-commerce*. Data diuji menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 25. Dari hasil penelitian, didapatkan bahwa semua variabel berpengaruh positif secara simultan terhadap tingkat kepuasan konsumen *e-commerce*, sementara variabel

¹ Corresponding author. E-mail: someone@akuntansi.pnj.ac.id

yang berpengaruh positif secara parsial hanya *content* dan *format*, untuk itu perusahaan penyedia Payment Gateway harus sangat memperhatikan aspek tersebut.

Kata Kunci: Tingkat Kepuasan ; Payment Gateway ; Metode EUCS.

PENDAHULUAN

Meluasnya kegunaan internet saat ini tidak hanya digunakan sebagai sumber informasi, namun juga digunakan untuk transaksi jual-beli, hal ini terjadi akibat adanya perubahan pola hidup masyarakat karena pesatnya perkembangan teknologi. Proses jual-beli barang dan jasa berbasis jaringan elektronik biasa disebut dengan *e-commerce*. Penggunaan *e-commerce* terus meningkat setiap tahunnya di Indonesia, saat ini mayoritas masyarakat telah mengandalkan platform *e-commerce* untuk berbelanja. Hal ini didukung dengan data dari Otoritas Jasa Keuangan, bahwa 88,1 persen pengguna internet di Indonesia telah menggunakan layanan *e-commerce*. Deputi Komisioner OJK Institute dan Keuangan Digital, Imansyah, mengatakan angka itu menunjukkan bahwa Indonesia menduduki peringkat pertama penggunaan layanan *e-commerce*. [5]

Adanya kemudahan dalam bertransaksi sangat disukai oleh konsumen, namun pada praktiknya para pelaku kecurangan melihat celah dari mekanisme transaksi *online* yang terbilang masih berkembang tersebut. Maraknya kejahatan penipuan atau *fraud* pada sistem pembayaran dapat merugikan konsumen sehingga hal ini cukup mengkhawatirkan. Kasus *fraud* di sektor *e-commerce* melonjak 83 persen, sektor jasa keuangan meningkat 60 persen, dan perkreditan naik 40 persen [2]. Hal ini sangat berdampak bagi tingkat kepercayaan konsumen terhadap sistem pembayaran *online*, saat ini masih banyak masyarakat yang meyakini bahwa transaksi *online* rawan akan penipuan.

Untuk mengatasi hal tersebut, diperlukan adanya penerapan fitur pembayaran yang efektif dan aman bagi konsumen, Payment Gateway seringkali disebut sebagai solusi untuk sistem pembayaran *e-commerce*. Payment Gateway adalah layanan *e-commerce* untuk memverifikasi pembayaran secara digital. Saat ini banyak *e-commerce* yang telah menggunakan Payment Gateway sebagai perantara konfirmasi pembayaran karena dinilai memudahkan konsumen sekaligus penjual dalam melakukan transaksi pembayaran secara digital, *real-time*, terhubung dengan berbagai metode pembayaran di Indonesia, memiliki *fraud detection system*.

Dengan demikian, perlu diketahui lebih lanjut indikator apa saja yang menentukan kepuasan penggunaan Payment Gateway. Rini (2019) memaparkan, bahwa penggunaan model EUCS dinilai sangat efektif untuk penelitian terkait aplikasi dan sistem informasi karena pendekatan tersebut mengukur taraf kepuasan pengguna berdasarkan sudut pandang penggunaannya. Doll dan Torkzadeh (1988) memaparkan bahwa dalam metode EUCS terdapat lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna yakni kemudahan penggunaan (*ease of use*), kecepatan (*timelines*), isi (*content*), bentuk (*format*), dan ketepatan (*accuracy*).

Studi literatur terhadap penelitian terdahulu telah dilakukan oleh peneliti, terdapat perbedaan hasil penelitian pada pengaruh variabel dari metode yang digunakan, seperti penelitian oleh Aji (2021) yang menyatakan bahwa variabel *accuracy*, *timelines* dan *ease of use* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna, sementara menurut penelitian Prihatiningsih (2020) dan Rini (2019) variabel *accuracy* dan *timeliness* berpengaruh positif

terhadap kepuasan penggunaannya, sedangkan variabel *format* tidak berpengaruh signifikan terhadap penggunaannya, dan variabel *ease of use* berhubungan signifikan namun memiliki hubungan negatif.

Berdasarkan penjabaran fenomena dan hasil temuan pada penelitian terdahulu, terdapat silang pendapat pada variabel metode EUCS yang diteliti. Dengan demikian, diajukan penelitian berjudul “**Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Dengan Pendekatan Metode EUCS**”.

TINJAUAN PUSTAKA

Metode EUCS

Metode *End User Computing Satisfaction* (EUCS) adalah metode untuk mengukur tingkat kepuasan dari pengguna akhir suatu sistem informasi dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan. Model evaluasi secara keseluruhan berupa penilaian dari para pengguna sistem informasi berdasarkan pengalaman pengguna dalam menggunakan sistem tersebut, metode ini dikembangkan oleh (Doll & Torkzadeh, 1988).

E-Commerce

Secara sederhana, *e-commerce* adalah semua kegiatan jual-beli yang dilakukan melalui media elektronik. *E-commerce* memberikan banyak perubahan dalam proses perdagangan. Jika proses jual beli konvensional mengharuskan pembeli dan penjual bertemu secara langsung maka dengan *e-commerce* hal tersebut tidak diperlukan lagi. Terdapat beberapa platform *e-commerce* yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia, seringkali masyarakat keliru atas ketiga platform ini karena terdengar serupa, tiga platform *e-commerce* yang digunakan masyarakat Indonesia saat ini yakni *marketplace*, *website store*, dan *online shop* via sosmed.

Payment Gateway

Berdasarkan PBI Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran [3], Payment Gateway disebut sebagai layanan elektronik yang memungkinkan pedagang untuk memproses transaksi pembayaran dengan menggunakan alat pembayaran dengan menggunakan kartu, uang elektronik, dan/atau *Proprietary Channel*. Bentuk pembayaran yang bisa digunakan dalam Payment Gateway berupa transfer bank, kartu kredit, *virtual account*, debit, *e-wallet* atau pembayaran via gerai retail. Terdapat beberapa contoh perusahaan yang menyediakan layanan jasa Payment Gateway, seperti Midtrans, Xendit, Doku, Faspay, Duitku, iPaymu, dan lain sebagainya.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif dengan sumber data dari kuesioner dan wawancara kepada konsumen *e-commerce* yang kemudian akan dikuantitatifkan dan diolah menggunakan program SPSS. Populasi pada penelitian ini yakni konsumen *e-commerce* di wilayah Jabodetabek. Sedangkan sampel pada penelitian ini adalah konsumen *e-commerce* yang aktif bertransaksi dengan kelompok usia 18-25 tahun atau generasi Z, survey menyatakan bahwa generasi Z merupakan kelompok konsumen *e-commerce* tertinggi di Indonesia [13]. Karena jumlah populasi pada penelitian ini tidak diketahui, maka penentuan jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Cochran [21] :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2} = \frac{(1,64)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,1)^2} = 67,24$$

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 67.24 orang. Untuk memudahkan penelitian, maka jumlah sampel dibulatkan sebanyak 70 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan yang dimaksud dalam penelitian ini antara lain responden adalah konsumen yang aktif bertransaksi di *e-commerce* ; responden termasuk generasi Z dengan rentang usia 18 - 25 tahun ; berdomisili di Jabodetabek.

Jenis data yang digunakan adalah data primer atau data yang didapatkan langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil dari kuesioner yang dilakukan oleh penulis dalam bentuk formulir kuesioner melalui Google Form. Kuesioner yang dibuat oleh penulis adalah kuesioner metode tertutup dengan skala Likert 1-5.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Indikator	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Content	X1.1	0,775	0,361	Valid
	X1.2	0,803	0,361	Valid
	X1.3	0,793	0,361	Valid
	X1.4	0,814	0,361	Valid
Accuracy	X2.1	0,841	0,361	Valid
	X2.2	0,852	0,361	Valid
	X2.3	0,822	0,361	Valid
Format	X3.1	0,746	0,361	Valid
	X3.2	0,833	0,361	Valid
	X3.3	0,768	0,361	Valid
Ease of Use	X4.1	0,785	0,361	Valid
	X4.2	0,782	0,361	Valid
	X4.3	0,785	0,361	Valid
Timeliness	X5.1	0,833	0,361	Valid
	X5.2	0,813	0,361	Valid
	X5.3	0,763	0,361	Valid
User Satisfaction	Y.1	0,716	0,361	Valid
	Y.2	0,757	0,361	Valid
	Y.3	0,795	0,361	Valid
	Y.4	0,748	0,361	Valid

Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Dengan jumlah data atau $N = 70$, taraf signifikan 0,10 dan uji dua arah (*two tailed*) maka diperoleh nilai r tabel sebesar 0,361. Tabel diatas menunjukkan bahwa r hitung pada semua item yang digunakan untuk mengukur variabel Content (X1), Accuracy (X2), Format (X3), Ease of Use (X4), Timeliness (X5) dan User Satisfaction (Y) lebih besar dari r tabel sebesar 0.361. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa semua item yang digunakan untuk penelitian ini adalah valid dan terdapat kesesuaian antara data yang dikumpulkan dengan data yang sesungguhnya.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standard	Keterangan
Content (X1)	0,807	0,60	Reliabel
Accuracy (X2)	0,788	0,60	Reliabel
Format (X3)	0,676	0,60	Reliabel
Ease of Use (X4)	0,752	0,60	Reliabel
Timeliness (X5)	0,726	0,60	Reliabel
User Satisfaction (Y)	0,745	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Pengukuran reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha* (α). Tabel diatas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dari masing – masing variabel dalam penelitian ini adalah reliabel. Hal ini dapat diketahui dari nilai *Cronbach's Alpha* dari masing – masing variabel bernilai lebih besar dari 0.60. Hal itu berarti semua item pertanyaan dalam penelitian ini dapat dipercaya dan dapat digunakan pada penelitian selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Normalitas dilakukan dengan dua uji, yakni grafik P-Plot yang diberikan pada gambar 1 dalam lampiran dengan hasil data berdistribusi normal, karena data atau titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal tersebut. Uji kedua yang digunakan adalah Kolmogrov-Smirnov (K-S) yang diberikan pada gambar 2 dalam lampiran, uji ini dianggap memiliki hasil yang lebih akurat, dengan hasil berdistribusi normal karena nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 atau lebih besar dari 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal dan penelitian dapat menggunakan uji parametrik.

2. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,531	1,380		,385	,701		
	Content	,499	,103	,510	4,855	,000	,333	3,007
	Accuracy	,004	,084	,004	,051	,960	,711	1,406
	Format	,358	,148	,258	2,422	,018	,324	3,083
	Ease_of_Use	,186	,099	,154	1,885	,064	,548	1,825
	Timeliness	,071	,114	,061	,621	,537	,386	2,591

a. Dependent Variable: User_Satisfaction

Gambar 3. Hasil Uji Multikolinearitas
 Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Gambar tabel diatas menunjukkan bahwa semua variabel independen memiliki nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai *VIF* < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak mengalami multikolinearitas atau tidak terdapat korelasi antar variabel independen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Penelitian ini menggunakan dua uji heteroskedastisitas, yakni dengan grafik Scatter Plot yang diberikan pada gambar 4 dalam lampiran dengan hasil menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas, diketahui dari terlihatnya titik – titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk pola tertentu . Untuk mengakuratkan hasil penelitian, peneliti juga melakukan pengujian kedua yakni dengan Uji Glejser. Gambar tabel dibawah menyatakan bahwa nilai signifikansi (Sig.) untuk setiap variabel > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi ini.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,084	,837		1,295	,200
	Content	-,061	,062	-,208	-,980	,331
	Accuracy	,009	,051	,024	,167	,868
	Format	,124	,090	,296	1,381	,172
	Ease_of_Use	-,048	,060	-,132	-,801	,426
	Timeliness	-,025	,069	-,071	-,362	,718

a. Dependent Variable: ABS_RES

Gambar 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,531	1,380		,385	,701
	Content	,499	,103	,510	4,855	,000
	Accuracy	,004	,084	,004	,051	,960
	Format	,358	,148	,258	2,422	,018
	Ease_of_Use	,186	,099	,154	1,885	,064
	Timeliness	,071	,114	,061	,621	,537

a. Dependent Variable: User_Satisfaction

Gambar 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda pada gambar tabel diatas, persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah sebagai berikut.

$$Y = \beta_0 + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \beta_4X_4 + \beta_5X_5 + \varepsilon$$

$$Y = 0,531 + 0,499 X_1 + 0,004 X_2 + 0,358 X_3 + 0,186 X_4 + 0,071 X_5 + \varepsilon$$

Analisis hasil uji regresi linear berganda dapat dinyatakan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta merupakan nilai variabel dependen yang tetap tanpa adanya pengaruh variabel independen. Hasil uji regresi linear berganda menunjukkan nilai konstanta sebesar 0,531, artinya besar satuan *User Satisfaction* (Y) adalah 0,531 tanpa adanya pengaruh *Content* (X1), *Accuracy* (X2), *Format* (X3), *Ease of Use* (X4), dan *Timeliness* (X5).
2. Koefisien regresi untuk semua variabel independen bernilai positif dengan nilai antar variabelnya berbeda, yakni X1 sebesar 0,499; X2 sebesar 0,004; X3 sebesar 0,358; X4 sebesar 0,186; dan X5 sebesar 0,071. Dengan contoh, jika variabel *Content* (X1) menunjukkan nilai positif yaitu sebesar 0,499. Nilai koefisien yang positif menunjukkan bahwa variabel *Content* (X1) memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel *User Satisfaction* (Y) sebesar 0,499, dengan asumsi variabel independen lain konstan. Maka jika variabel *Content* (X1) meningkat sebesar satu satuan, *User Satisfaction* (Y) akan meningkat sebesar 0,499. Hal ini juga berlaku untuk nilai variabel independen lainnya.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Koefisien Determinasi

Tabel yang diberikan pada gambar 7 dalam lampiran menunjukkan bahwa terdapat perolehan nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,746 atau 74,6%. Sehingga dapat diartikan bahwa kemampuan variabel *Content* (X1), *Accuracy* (X2), *Format* (X3), *Ease of Use* (X4), dan *Timeliness* (X5) dalam mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* pada penggunaan Payment Gateway sebesar 74,6% sedangkan sisanya sebesar 25,4% (100% - 74,6%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti penelitian ini.

2. Uji f (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228,960	5	45,792	41,622	,000 ^b
	Residual	70,412	64	1,100		
	Total	299,371	69			

a. Dependent Variable: User_Satisfaction
 b. Predictors: (Constant), Timeliness, Accuracy, Ease_of_Use, Content, Format

Gambar 8. Hasil Uji f (Simultan)
 Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Gambar tabel di atas menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar 41,662 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05. Maka H₆ yang menyatakan bahwa variabel *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness* secara simultan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* pada penggunaan Payment Gateway diterima.

3. Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,531	1,380		,385	,701
	Content	,499	,103	,510	4,855	,000
	Accuracy	,004	,084	,004	,051	,960
	Format	,358	,148	,258	2,422	,018
	Ease_of_Use	,186	,099	,154	1,885	,064
	Timeliness	,071	,114	,061	,621	,537

a. Dependent Variable: User_Satisfaction

Gambar 9. Hasil Uji t (Parsial)
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Berdasarkan gambar tabel diatas, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut.

1. Variabel dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 hanya variabel *Content* dan *Format*, yakni sebesar 0,000 dan 0,018.
2. Berdasarkan nilai koefisien regresi, variabel yang mempunyai pengaruh dominan terhadap variabel dependen adalah variabel *Content* dengan nilai *Standardized Coefficients Beta* tertinggi yakni sebesar 0,510.

Pembahasan

Hipotesis	Status	Keputusan
H1 : <i>Content</i> (X1) pada Payment Gateway berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji t (Parsial), nilai signifikansi < 0,05 yakni sebesar 0,000	H1 diterima
H2 : <i>Accuracy</i> (X2) pada Payment Gateway berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji t (Parsial), nilai signifikansi > 0,05 yakni sebesar 0,960	H2 ditolak
H3 : <i>Format</i> (X3) pada Payment Gateway berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji t (Parsial), nilai signifikansi < 0,05 yakni sebesar 0,018	H3 diterima
H4 : <i>Ease of Use</i> (X4) pada Payment Gateway berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji t (Parsial), nilai signifikansi > 0,05 yakni sebesar 0,064	H4 ditolak
H5 : <i>Timeliness</i> (X5) pada Payment Gateway berpengaruh positif terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji t (Parsial), nilai signifikansi > 0,05 yakni sebesar 0,537	H5 ditolak
H6 : <i>Content</i> (X1), <i>Accuracy</i> (X2), <i>Format</i> (X3), <i>Ease of Use</i> (X4), <i>Timeliness</i> (X5) pada Payment Gateway berpengaruh positif secara simultan terhadap tingkat kepuasan konsumen <i>e-commerce</i> .	Berdasarkan uji f (Simultan), nilai signifikansi < 0,05 yakni sebesar 0,000	H6 diterima

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Berdasarkan Variabel Content

Pada penelitian ini, H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Payment Gateway pada *e-commerce* perlu menyediakan isi sistem, fitur dan informasi secara jelas dan lengkap agar dapat sesuai dengan harapan konsumen *e-commerce* pada rentang usia 18 - 25 tahun, sebagaimana teori *Customer Satisfaction* yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller, 2007), bahwa kepuasan pelanggan dapat diartikan dari seberapa sesuai harapan konsumen dengan penilaiannya setelah membeli dan menggunakan produk dan/jasa tersebut. Hal ini dapat terjadi karena mayoritas konsumen pada usia tersebut sudah melek dengan kemajuan teknologi, kelompok konsumen ini membutuhkan sistem informasi yang praktis dan fungsional dalam penggunaannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Prihatiningsih, Kusmargiani, & Soebroto, 2020), (Kurniawan, Zusrony, & Kusumajaya, 2018), dan (Aji & Kusasih, 2021) yang menyatakan bahwa variabel *Content* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengguna aplikasi. Semakin lengkap, jelas, mudah dipahami dan sesuai dengan kebutuhan pengguna maka akan meningkatkan kepuasan bagi penggunaannya.

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Berdasarkan Variabel Accuracy

Pada penelitian ini, H2 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa karakteristik konsumen *e-commerce* pada rentang usia 18 – 25 tahun umumnya mudah memaklumi dan memaafkan kesalahan, meskipun kekurangan dalam hal akurasi pada sistem Payment Gateway yang masih tergolong baru bagi konsumen *e-commerce* di Jabodetabek, maka kelompok konsumen tersebut cenderung akan memakluminya dan masih berkenan untuk menggunakannya, tentu dengan harapan akan adanya peningkatan pada kualitas sistem kedepannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aji & Kusasih, 2021) yang menyatakan bahwa variabel *Accuracy* atau ketepatan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna (*user satisfaction*).

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Berdasarkan Variabel Format

Pada penelitian ini, H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa sistem Payment Gateway pada *e-commerce* dari sisi tampilan dan estetika sangat mempengaruhi tingkat kepuasan kelompok konsumen pada penelitian ini. Tampilan yang ada dinilai sudah sesuai dengan harapan konsumen, desain dan *layout* pada Payment Gateway dinilai menarik dan memudahkan penggunaannya saat menggunakan sistem tersebut. Hal ini dapat terjadi karena pada umumnya konsumen dalam rentang usia 18 – 25 tahun menempatkan estetika dalam prioritas penilaiannya terhadap suatu produk, selain itu mayoritas responden pada penelitian ini adalah perempuan, karakteristik kelompok konsumen ini adalah mengedepankan tampilan suatu produk sebagai faktor penilaiannya. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan (Aji & Kusasih, 2021) dan (Rini, 2019) yang menyatakan bahwa variabel *format* atau bentuk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna. Jika faktor tampilan warna, *layout*, menu dan fungsi pada sistem Payment Gateway disesuaikan dengan selera pada kelompok konsumen tertentu tentu akan semakin menarik minat pengguna.

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Berdasarkan Variabel Ease of Use

Pada penelitian ini, H4 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa sistem Payment Gateway pada *e-commerce* dari sisi kemudahan penggunaan seperti proses memasukkan data, mengolah data dan mencari informasi yang dibutuhkan saat menggunakan sistem tersebut dinilai belum memuaskan dan belum sesuai dengan harapan penggunaannya. Namun mayoritas penggunaannya tidak begitu mempersalahkan hal ini karena sistem ini masih tergolong. Namun perusahaan penyedia Payment Gateway tetap harus menyederhanakan lagi fitur-fitur dalam aplikasi sehingga konsumen awam cepat untuk beradaptasi. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Aji & Kusasih, 2021) yang menyatakan bahwa *ease of use* atau kemudahan pengguna tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pengguna.

Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce Pada Penggunaan Payment Gateway Berdasarkan Variabel Timeliness

Pada penelitian ini, H5 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu sistem Payment Gateway pada *e-commerce* tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* dengan rentang usia 18 – 25 tahun. Dari sisi ketepatan waktu dalam menyajikan atau menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pengguna saat menggunakan sistem tersebut dinilai belum memuaskan dan belum sesuai dengan harapan penggunaannya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kelompok konsumen pada penelitian ini masih bisa mengabaikan kecepatan respon dan juga *update* yang diberikan oleh sistem yang tergolong masih cukup baru dan berkembang ini. Selain itu, mayoritas responden pada penelitian ini menggunakan Payment Gateway saat bertransaksi di *e-commerce* hanya 3 - 5 kali dalam satu bulan, kebanyakan dari responden menggunakannya hanya ketika promo tanggal tertentu. Hasil penelitian ini selaras dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawan, Zusrony, & Kusumajaya, 2018) dan (Aji & Kusasih, 2021) yang menyatakan bahwa bahwa variabel *timeliness* atau kecepatan secara signifikan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pengguna.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil olahan dan analisis data yang dilakukan pada penelitian ini, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut.

1. Variabel *Content* dan *Format* berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel *User Satisfaction* (Y), juga berpengaruh secara parsial. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 dan H3 diterima. Berdasarkan nilai koefisien regresinya, variabel ini juga merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Variabel *Accuracy*, *Ease of Use* dan *Timeliness* berpengaruh positif secara simultan terhadap variabel *User Satisfaction* (Y), namun tidak berpengaruh secara parsial. Maka dapat disimpulkan bahwa H2, H4 dan H5 ditolak.
3. Variabel *Content*, *Accuracy*, *Format*, *Ease of Use*, dan *Timeliness* berpengaruh positif secara simultan terhadap *User Satisfaction* berdasarkan uji *f* (simultan). Maka dapat dinyatakan bahwa H6 yang menyatakan “*Content* (X1), *Accuracy* (X2), *Format* (X3), *Ease of Use* (X4), *Timeliness* (X5) pada Payment Gateway berpengaruh positif secara simultan terhadap tingkat kepuasan konsumen *e-commerce*” diterima.

Saran

1. Bagi Perusahaan Payment Gateway
Mayoritas konsumen pada kelompok responden pada penelitian ini sangat membutuhkan sistem yang dapat menampilkan isi, fitur, dan informasi lengkap terkait transaksi sehingga dapat meningkatkan efektivitas konsumen dalam bertransaksi, selain itu kelompok konsumen ini juga memperhatikan tampilan *interface* dari sistem yang ada, sehingga perusahaan perlu mengetahui bagaimana selera tampilan seperti tata letak dan warna yang muncul pada sistem dari target konsumennya.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Bagi peneliti yang hendak melanjutkan penelitian terkait tingkat kepuasan konsumen *e-commerce* pada penggunaan Payment Gateway disarankan untuk lebih spesifik pada perusahaan atau *brand* Payment Gateway tertentu sehingga penilaian dan penelitian dapat lebih objektif dikarenakan pada penelitian ini hanya menilai Payment Gateway secara keseluruhan dan tidak spesifik pada *brand* tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, L. W., & Kusasih, I. A. (2021). Penilaian Kepuasan Dengan Model End User Computing Satisfaction Bagi Pengguna Aplikasi Financial Technology (Studi Kasus Bagi Pengguna Aplikasi LinkAja). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Ariesta, A. (2021, September 24). *Kasus Fraud Naik Signifikan Selama Pandemi, Tertinggi di Segmen E-commerce*. iNews.
- Bank Indonesia. (2016). *PBI Nomor 18/40/PBI/2016 Tentang Penyelenggaraan Pemrosesan Transaksi Pembayaran*.
- Cermati. (2017, August 1). Mengenal Payment Gateway, Dari Cara Kerja sampai Keuntungannya buat Transaksi. hal. Diakses dari <https://www.cermati.com/>.
- CNN Indonesia. (2021, November 12). 88,1 Persen Pengguna Internet Belanja dengan E-Commerce. *Ekonomi Keuangan*, hal. 1-1.
- Doll, W. J., & Torkzadeh, G. (1988). The Measurement of End-User Computing Satisfaction. *MIS Quarterly*, Vol. 12, No. 2, 259-274.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Integrity Indonesia. (2019, January 25). E-Commerce Merugi Lebih Dari Dua Kali Lipat Karena Online Payment Fraud. hal. Diakses dari <https://www.integrity-indonesia.com/id/blog/>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Terjemahan Benjamin Molan*. Jakarta Indeks.
- Kurniawan, D., Zusrony, E., & Kusumajaya, R. A. (2018). Analisa Persepsi Pengguna Layanan Payment Gateway Pada Financial Technology Dengan Metode EUCS. *Jurnal Informa Politeknik Indonusa Surakarta*.
- Lidwina, A. (2021). *Gaji Generasi Z dan Milenial Banyak Dibelanjakan di E-Commerce*. Databoks Katadata.

Novita, D., & Helena, F. (2021). Analisis Kepuasan Pengguna Aplikasi Traveloka Menggunakan Metode Technology Acceptance Model (TAM) dan End-User Computing Satisfaction (EUCS). *JTSI, Vol. 2, No. 1*, 22-37.

Prihatiningsih, Kusmargiani, I. S., & Soebroto, N. W. (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Mobile Payment. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan*.

Pusparisa, Y. (2020). *Pencurian Data Pengguna E-Commerce Kian Marak*. Katadata.

Rie. (2014, December 19). E-Commerce. hal. Diakses dari <https://bpptik.kominfo.go.id/2014/12/19/645/e-commerce/>.

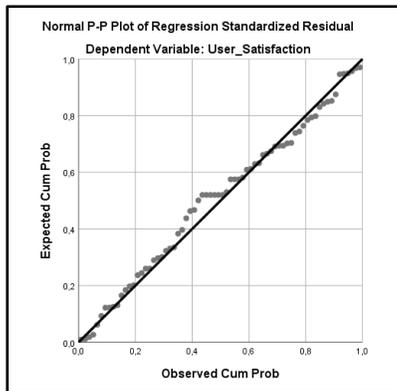
Rini, D. P. (2019). Analisis Tingkat Kepuasan Pengguna Akhir Terhadap Layanan "LinkAja" di Indonesia Melalui Pendekatan End User Computing Satisfaction (EUCS) dan Reputasi Perusahaan.

Sausi, J. M., Mtebe, J. S., & Mbelwa, J. (2021). Evaluating user satisfaction with the e-payment gateway system in Tanzania. *South African Journal of Information Management*.

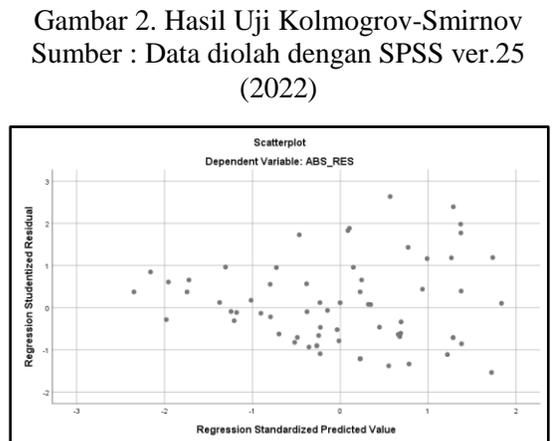
SIRCLO and Ravenry. (2020). *Navigating Indonesia's E-Commerce: COVID-19 Impact and The Rise of Social Commerce*. SIRCLO.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

LAMPIRAN



Gambar 2. Hasil Grafik P-Plot
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)



Gambar 4. Hasil Uji Scatter Plot
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,01017787
Most Extreme Differences	Absolute	,092
	Positive	,047
	Negative	-,092
Test Statistic		,092
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,875 ^a	,765	,746	1,04890

a. Predictors: (Constant), Timeliness, Accuracy, Ease_of_Use, Content, Format
b. Dependent Variable: User_Satisfaction

Gambar 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi
Sumber : Data diolah dengan SPSS ver.25 (2022)

Halaman Persetujuan Artikel dari Dosen Pembimbing

Artikel saya berjudul

“Tingkat Kepuasan Konsumen E-Commerce pada Penggunaan Payment Gateway dengan Pendekatan Metode EUCS”

Telah selesai dikoreksi dan disetujui oleh dosen pembimbing untuk dipublikasikan.

		Tanda Tangan	Tanggal
Mahasiswa	Larisa Putri Sutrisno		15 Agustus 2022
Dosen Pembimbing	Fatimah, S.E., M.M.		15 Agustus 2022