



Pengaruh Sistem Penjualan dan Metode Pembayaran terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Ababills Lamongan

Moch Wildan Makhrus^{1*}, Darianto²

^{1,2} Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan, Lamongan, Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh sistem penjualan dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen di Kebab Ababills Lamongan. Menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan kausal, penelitian ini melibatkan 103 responden yang telah bertransaksi minimal dua kali. Uji validitas, reliabilitas, dan uji hipotesis dilakukan dengan bantuan Software SmartPLS. Hasil analisis menunjukkan bahwa sistem penjualan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen (t -statistics $4,000 > 1,96$), sementara metode pembayaran tidak berpengaruh signifikan (t -statistics $1,666 < 1,96$). Meskipun metode pembayaran modern memberikan kemudahan, penerapannya tidak selalu meningkatkan kepuasan konsumen. Sebaliknya, sistem penjualan yang efektif lebih berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, Kebab Ababills perlu fokus pada pengelolaan sistem penjualan yang baik untuk meningkatkan pengalaman belanja konsumen.

Kata kunci: Sistem Penjualan, Metode Pembayaran, Kepuasan Konsumen.

Abstract

This study aims to analyze the influence of sales systems and payment methods on customer satisfaction at Kebab Ababills Lamongan. Utilizing a quantitative method with descriptive and causal approaches, the study involved 103 respondents who had made at least two transactions. Validity, reliability, and hypothesis testing were conducted using SmartPLS software. The analysis results indicate that the sales system significantly positively affects customer satisfaction (t -statistics $4.000 > 1.96$), while payment methods do not have a significant effect (t -statistics $1.666 < 1.96$). Although modern payment methods offer convenience, their implementation does not always guarantee increased customer satisfaction. Conversely, an effective sales system has a greater impact on enhancing customer satisfaction. Therefore, Kebab Ababills should prioritize managing an efficient sales system to improve customers' shopping experience.

Keywords: Sales System, Payment Methods, Consumer Satisfaction.

Histori Artikel:

Diterima 10 Desember 2024, Direvisi 30 Desember 2024, Disetujui 03 Januari 2025, Dipublikasi 17 Januari 2025.

***Penulis Korespondensi:**

mwildanmakhrus@gmail.com

DOI:

<https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.367>

PENDAHULUAN

Di era digitalisasi kemajuan teknologi yang pesat, dunia usaha mengalami transformasi besar dalam hal sistem penjualan dan metode pembayaran. Perubahan ini didorong oleh meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap efisiensi dan kenyamanan dalam proses transaksi. Sistem penjualan yang terintegrasi, baik secara online maupun offline, serta kemudahan dalam metode pembayaran, telah menjadi faktor kunci yang memengaruhi keputusan pembelian dan tingkat kepuasan konsumen (Marbun et al., 2023).

Dalam dunia bisnis yang kompetitif, keberhasilan sebuah usaha tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh strategi penjualan dan sistem pembayaran yang diterapkan. Sistem penjualan yang efektif dan metode pembayaran yang fleksibel dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu produk atau pelayanan, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat kepuasan mereka. Pada era digital ini, konsumen semakin mengutamakan kemudahan dalam proses transaksi, sehingga penting bagi pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam memberikan pengalaman yang optimal bagi pelanggan (Sari & Andarini, 2022).

Bisnis kuliner merupakan salah satu sektor yang sangat terpengaruh oleh tren ini. Pelaku usaha di bidang kuliner kini tidak hanya berfokus pada kualitas produk makanan yang ditawarkan, tetapi juga pada pengalaman konsumen selama proses pembelian. Konsumen masa kini cenderung memilih layanan yang memberikan kemudahan, mulai dari pemesanan hingga pembayaran, yang dapat dicapai kapan pun dan pada kesempatan apa pun. Dengan demikian, sistem penjualan yang responsif terhadap kebutuhan pasar dan keberagaman metode pembayaran menjadi elemen penting dalam membangun kepuasan dan loyalitas konsumen (Saragih & Prayitta, 2023).

Kebab Ababills, salah satu bisnis kuliner di Lamongan, telah menjadi perhatian khusus dalam penelitian ini. Sebagai pelaku usaha kecil menengah (UKM), Kebab Ababills menghadapi tantangan untuk beradaptasi dengan preferensi konsumen yang terus berubah. Di tengah persaingan yang semakin ketat, inovasi dalam sistem penjualan dan metode pembayaran menjadi strategi yang perlu dioptimalkan untuk menarik lebih banyak konsumen dan mempertahankan mereka sebagai salah satu pelaku bisnis kuliner di Lamongan, menghadapi tantangan untuk memenuhi harapan konsumen yang terus berkembang. Kebab, yang awalnya merupakan makanan khas Timur Tengah, kini telah menjadi salah satu makanan yang digemari masyarakat Indonesia, termasuk di Lamongan. Dengan meningkatnya permintaan dan persaingan yang semakin ketat, Kebab Ababills perlu mengembangkan strategi yang efektif untuk menaikkan kepuasan konsumen. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan menerapkan sistem penjualan yang efisien menyediakan berbagai metode pembayaran yang mudah diakses (Putri Dwi Astuti et al., 2022).

Dalam dunia bisnis kuliner yang kompetitif, kepuasan konsumen menjadi salah satu elemen kunci keberhasilan. Kepuasan ini tidak selalu bergantung pada kualitas produk, tetapi juga pada aspek lain seperti sistem penjualan dan metode pembayaran. Sistem penjualan yang baik akan memberikan pengalaman berbelanja yang nyaman, sedangkan metode pembayaran yang variatif dan fleksibel mampu meningkatkan kemudahan dan kepercayaan konsumen (Mandra Prakosa, 2023).

Metode pembayaran merupakan elemen penting dalam aktivitas jual-beli, baik di tingkat individu maupun perusahaan. Dalam konteks bisnis modern, metode pembayaran tidak hanya berfungsi sebagai sarana transaksi, tetapi juga menjadi faktor penentu dalam menciptakan kepuasan pelanggan dan meningkatkan daya saing perusahaan. Perubahan teknologi yang pesat telah mendorong evolusi metode pembayaran, mulai dari pembayaran tunai hingga berbagai metode *e-money* seperti kartu debit, kartu kredit, dompet digital, QR code, dan bahkan *cryptocurrency*. Menurut (Nizam Ulul Azmy & Yustina Chrismardani, 2023), keberagaman metode

pembayaran memberikan konsumen fleksibilitas yang besar dalam memilih cara bertransaksi sesuai preferensi mereka. Penelitian oleh (Farhan & Shifa, 2023) juga menunjukkan bahwa kemudahan akses terhadap metode pembayaran digital meningkatkan kenyamanan pelanggan dan mendorong loyalitas terhadap merek tertentu. Di sisi lain, bagi perusahaan, adopsi teknologi pembayaran modern dapat meningkatkan efisiensi operasional, mempercepat proses transaksi, dan memperluas jangkauan pasar.

Namun, meskipun teknologi ini memberikan kemudahan, adopsi sistem penjualan digital dan metode pembayaran yang modern tidak selalu menjamin peningkatan kepuasan konsumen. Konsumen mungkin menghadapi berbagai kendala, seperti kurangnya pemahaman terhadap teknologi, jaringan yang tidak stabil, atau biaya tambahan yang dikenakan dalam metode pembayaran tertentu. Oleh karena itu, penting untuk mengevaluasi pengaruh sistem penjualan dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen, khususnya di Kebab Ababills Lamongan, untuk mengetahui sejauh mana inovasi ini efektif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan (Aryani & Susanti, 2022).

Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen sangat beragam, mulai dari kualitas produk, harga, layanan pelanggan, hingga pengalaman pembelian secara keseluruhan (Hartadijaya & Lego, 2023). Di era digital saat ini, aspek seperti kemudahan akses, kecepatan layanan, dan interaksi melalui media sosial juga menjadi elemen penting yang memengaruhi persepsi konsumen terhadap suatu merek atau perusahaan.

Tujuan penelitian ini mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh sistem penjualan dan metode pembayaran secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen kebab ababills lamongan dengan merumuskan masalah sejauh mana pengaruh sistem penjualan dan metode pembayaran secara simultan terhadap kepuasan konsumen kebab ababills lamongan. Manfaat penelitian ini dapat menjadi acuan bagi pelaku bisnis kuliner lainnya dalam mengadopsi teknologi untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Meskipun banyak penelitian telah dilakukan mengenai kepuasan konsumen, tantangan utama yang dihadapi perusahaan adalah bagaimana memenuhi kebutuhan konsumen yang semakin kompleks dan dinamis. Perubahan preferensi konsumen, perkembangan teknologi, serta meningkatnya persaingan global menjadi faktor yang memengaruhi pola kepuasan konsumen. Misalnya, penelitian oleh (Detika Yossy Pramesti et al., 2021) menerangkan mengenai mutu layanan yang dirasakan (*perceived service quality*) merupakan salah satu determinan utama kepuasan konsumen dalam sektor jasa. Namun, di era modern ini, konsumen tidak hanya mengevaluasi kualitas layanan, tetapi juga pengalaman emosional yang mereka rasakan selama berinteraksi dengan merek.

METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi Pengaruh Sistem Penjualan dan Metode Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen Kebab Ababills Lamongan. Penelitian ini memakai metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif kausal, Pendekatan kuantitatif dipilih untuk mengukur pengaruh sistem penjualan dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen secara numerik dan terukur. Penelitian ini dilakukan di outlet Kebab Ababills di Lamongan selama periode November hingga Desember 2024 menggunakan studi dokumentasi dengan menjalankan observasi memantau langsung sistem penjualan dan metode pembayaran yang diterapkan dengan menyebarkan kuisioner instrumen berisi 14 pertanyaan yang dirancang dengan skala Likert (1 - 5) untuk mengukur variabel penelitian.

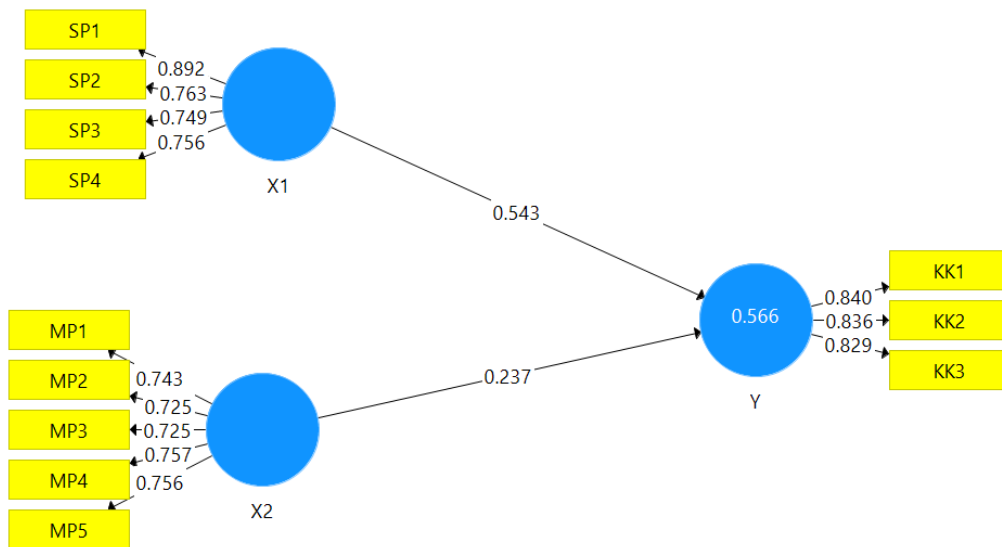
Variabel	Indikator	Pertanyaan Kuisisioner
Sistem Penjualan Menurut (Selvia Amelia et al., 2024) dalam buku Marketing Management, sistem penjualan adalah proses yang mencakup berbagai aktivitas yang dirancang untuk menarik, melibatkan, dan memuaskan pelanggan dalam rangka menciptakan transaksi yang menguntungkan	Kemudahan dalam proses pemesanan (offline/online)	Saya merasa sistem penjualan kebab ababills mudah dipahami
		Pemesanan melalui sistem (online) memudahkan saya dalam membeli produk kebab ababills
	Ketersediaan informasi produk (harga, varian, dll)	Saya merasa nyaman dengan proses pembelian secara langsung (offline)
Metode pembayaran (Kurnia Rahman & Supriyanto, 2022) Sistem pembayaran yaitu sebuah sistem yang didalamnya berisikan aturan-aturan dan cara kerja pada sebuah lembaga yang berfungsi sebagai sarana untuk melakukan suatu transaksi pemindahan dana dengan tujuan melaksanakan tanggung jawab terkait aktivitas ekonomi	Fleksibilitas pembayaran (kemudahan untuk memilih sesuai kebutuhan)	Proses pembayaran di kebab ababills cepat dan efisien
		Metode pembayaran yang disediakan kebab ababills sangat fleksibel
	Ragam pilihan metode pembayaran (tunai, transfer, e-wallet, dll)	Saya tidak mengalami kendala saat menggunakan metode pembayaran yang ditawarkan
Kepuasan Konsumen Menurut (Herawati et al., 2022), kepuasan konsumen merupakan bagian penting dalam sebuah bisnis. Kepuasan konsumen dapat menentukan sikap konsumen setelah pembelian dan dapat mencerminkan hasil positif atau negatif dari pengalaman pribadi konsumen tersebut	Kecepatan konfirmasi pembayaran	Kebab ababills menyediakan beragam opsi pembayaran yang sesuai dengan kebutuhan saya
		Saya merasa mudah menggunakan pembayaran non-tunai (dompet digital)
	Tingkat kepuasan terhadap kualitas produk dan layanan	Proses pembayaran di kebab ababills cepat dan efisien
Tingkat kesesuaian ekspektasi dengan pengalaman membeli	Tingkat kesesuaian ekspektasi dengan pengalaman membeli	Saya puas dengan layanan yang diberikan oleh kebab ababills lamongan
		Metode pembayaran yang disediakan membuat pengalaman belanja saya lebih nyaman
	Kecenderungan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain	Saya merasa puas dengan keseluruhan pengalaman pembelian di kebab ababills lamongan
		Sistem penjualan kebab ababills memenuhi harapan saya sebagai konsumen
		Saya akan merekomendasikan kebab ababills kepada orang lain karena pelayanannya memuaskan

Objek yang menjadi fokus penelitian ini adalah masyarakat Lamongan atau Konsumen Kebab Ababills yang pernah melakukan transaksi dalam 3 bulan terakhir. Sampel yang diambil dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah minimal 100 responden dengan kriteria konsumen yang telah bertransaksi minimal 2 kali dan konsumen yang

memahami sistem penjualan dan metode pembayaran yang telah ditawarkan. Jumlah keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 103 orang. Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan uji hipotesis dengan memakai bantuan *Software SmartPLS*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Model Pengukuran atau Outer Model



Gambar 1. Hasil Output SEM-PLS

a. Uji Validitas

Tabel 1. Outer Loading

No	X1	X2	Y
SP1	0,892		
SP2	0,763		
SP3	0,749		
SP4	0,756		
MP1		0,743	
MP2		0,725	
MP3		0,725	
MP4		0,757	
MP5		0,756	
KK1			0,840
KK2			0,836
KK3			0,829

*SP=Sistem Penjualan; MP=Metode Pembayaran; KK=Kepuasan Konsumen

Dari hasil tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai *outer loading* di tiap indikator mempunyai nilai lebih dari 0,70 yang dapat dikatakan telah memenuhi standar (Sukesti et al., 2021).

Tabel 2. Nilai AVE

Average Variance Extrancted (AVE)	
Sistem Penjualan	0,628
Metode Pembayaran	0,549
Kepuasan Konsumen	0,697

Berdasarkan tabel di atas, di dalam uji Validitas Konvergen nilai dari masing-masing variabel menunjukkan bahwa nilai *Average Variance Extrancted (AVE)* telah di atas 0,50. Selanjutnya, harus dilakukan uji validitas diskriminan melewati pengujian *cross loading*.

Tabel 3. Cross Loading

No	X1	X2	Y
SP1	0,892	0,728	0,669
SP2	0,763	0,663	0,586
SP3	0,749	0,632	0,568
SP4	0,756	0,622	0,512
MP1	0,632	0,743	0,515
MP2	0,579	0,725	0,459
MP3	0,654	0,725	0,537
MP4	0,616	0,757	0,553
MP5	0,613	0,756	0,487
KK1	0,670	0,632	0,840
KK2	0,610	0,599	0,836
KK3	0,568	0,487	0,829

*SP=Sistem Penjualan; MP=Metode Pembayaran; KK=Kepuasan Konsumen

Pada hasil olah data tersebut, bisa disimpulkan bahwasannya nilai *cross loading* pada masing-masing indikator di setiap variabel melebihi 0,70 dan telah lebih tinggi daripada variabel lainnya. Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa analisis *cross loading* tidak ada masalah pada uji validitas diskriminan.

b. Uji Reabilitas

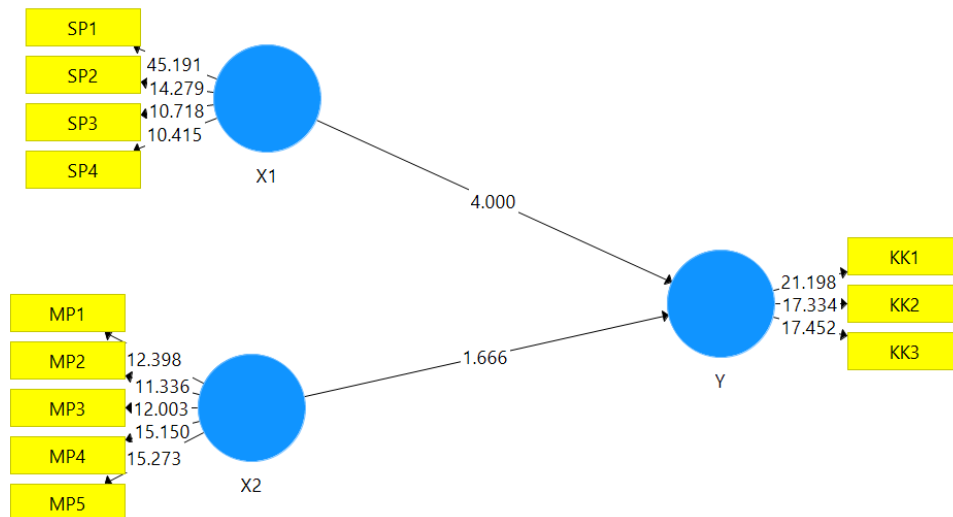
Tabel 4. Cronbach's Alpha dan Composite Reability

	Cronbach's Alpha	Composite Reability
Sistem Penjualan	0,800	0,870
Metode Pembayaran	0,795	0,859
Keputusan Konsumen	0,784	0,874

Dari hasil yang telah diuji, dapat diketahui bahwa pada evaluasi Cronbach's Alpha masing-masing variabel laten memiliki nilai $>0,70$ yang dinyatakan valid. Selanjutnya pada evaluasi Composite Reability dapat dinyatakan valid karena memiliki nilai $>0,70$. (Nurhasanah et al., 2023) Secara keseluruhan, pengukuran validitas dan reabilitas ini dapat ditarik kesimpulan valid dan reliabel pada semua item pernyataan.

Inner Model

Uji inner model digunakan untuk memprediksi keterkaitan antara variabel-variabel sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan.



Gambar 2. Path Coefficient

Evaluasi Kecocokan dan Keباikan Model

Tabel 5. F Square

	Kepuasan Konsumen
Sistem Penjualan	0,204
Metode Pembayaran	0,039

Di dalam uji evaluasi kecocokan dan keباikan model ini menggunakan uji *f square* yang dapat mengukur sejauh mana pengaruh variabel dengan *effect size*. Menurut (Tandra et al., 2021) kriteria penilaian *f square* sebesar 0,02 dikatakan memiliki pengaruh lemah, 0,15 memiliki pengaruh medium serta 0,35 memiliki pengaruh yang besar. Dari hal ini dapat ditarik Kesimpulan pada variabel sistem penjualan menunjukkan pengaruh yang medium terhadap keputusan konsumen yaitu sebesar 0,204 sedangkan untuk variabel metode pembayaran memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen yaitu pada angka 0,039.

Selanjutnya, untuk mengevaluasi kecocokan model dengan SEM-PLS, dapat dilihat nilai R-Square untuk variabel laten endogen (Tambun et al., 2022). Berdasarkan kriteria penilaian yang diusulkan oleh (Bakhtiar & Rokhayati, 2023), nilai uji koefisien determinasi sebesar 0,67 menunjukkan pengaruh yang baik, 0,33 menunjukkan pengaruh yang seimbang, dan 0,19 menunjukkan pengaruh yang rapuh untuk variabel laten endogen dipengaruhi dalam model struktural.

Tabel 6. Indeks Kecocokan Model R Square

	R Square	R Square Adjusted
Kepuasan Konsumen	0,566	0,558

Berdasarkan tabel 6, dapat disimpulkan besarnya pengaruh sistem penjualan dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen mencapai 56% yang diinterpretasikan memiliki pengaruh moderat sesuai kriteria penilaian.

Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini ditinjau dari besarnya nilai uji *t-statistics* dengan *t-tabel* signifikansi sebesar 5% dengan nilai 1,96. Hipotesis akan diterima jika mempunyai *t-statistics* lebih

besar dari 1,96 dan hipotesis akan tidak diterima jika mempunyai *t-statistics* lebih kecil dari 1,96. Melewati metode *bootstrapping* di dalam SEM-PLS ini diatur dari tingkat signifikansi sebesar 0,05 dan dua arah (*2-tailed*). Berikut adalah uraian hasil uji hipotesis yang dilakukan dalam penelitian ini:

Tabel 7. Path Coefficient

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics O/STDEV	P Values
Sistem Penjualan → Kepuasan Konsumen	0,543	0,532	0,136	4,000	0,000
Metode Pembayaran → Kepuasan Konsumen	0,237	0,254	0,142	1,666	0,096

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis di atas didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pada variabel sistem penjualan dinyatakan berpengaruh positif secara signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai *t-statistics* 4,000 > 1,96 atau memiliki *p values* 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Pada variabel metode pembayaran menunjukkan bahwa tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen karena nilai *t-statistics* 1,666 < 1,96 atau memiliki *p values* 0,096 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima dan H_2 ditolak.

Pembahasan

H1: Pengaruh Sistem Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen

Sistem penjualan merupakan serangkaian langkah yang diterapkan oleh perusahaan untuk melaksanakan aktivitas penjualan, dengan tujuan untuk mengontrol proses internal mulai dari pengelolaan pesanan hingga pengiriman barang (Guntur Hendratri et al., 2023). Dari hasil analisis yang telah diuji mengartikan bahwa sistem penjualan memiliki pengaruh positif secara signifikan karena memiliki nilai *t-statistics* 4,000 > 1,96 atau memiliki *p values* 0,000 < 0,05. Sistem penjualan dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam melakukan pembelian dapat dilandasi dari berbagai faktor seperti promosi penjualan, yang dapat menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk membeli produk melalui penetapan harga yang terjangkau hingga diskon khusus di musim tertentu. Selain itu, kualitas pelayanan juga berkontribusi besar; pelayanan yang baik dapat meningkatkan rasa kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian lebih banyak di masa depan. Kepercayaan konsumen terhadap produk dan layanan yang ditawarkan juga sangat penting. Ketika konsumen merasa percaya, mereka cenderung lebih mudah mengambil keputusan untuk membeli. Lingkungan belanja dan faktor psikologis, seperti suasana outlet Keab Ababils dan interaksi dengan staf penjualan, juga memainkan peran dalam pengalaman berbelanja dan mempengaruhi kepuasan pembelian. Hal ini dikuatkan oleh (Pasaribu, 2022) yang mengatakan bahwa promosi penjualan, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Ketiga variabel ini menjadi faktor pendukung dari sistem penjualan.

H2: Pengaruh Metode Pembayaran Terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil analisis yang telah dilakukan mengartikan bahwa metode pembayaran tidak berpengaruh secara signifikan karena memiliki nilai *t-statistics* 1,666 < 1,96 atau memiliki *p values*

0,096 > 0,05. Meskipun teknologi dalam perkembangan metode pembayaran modern memberikan berbagai kemudahan, seperti kecepatan dan fleksibilitas dalam bertransaksi, penerapan metode pembayaran inovatif tidak selalu menjadi jaminan peningkatan kepuasan konsumen. Dalam praktiknya, beberapa konsumen masih menghadapi hambatan, seperti kurangnya pemahaman terhadap teknologi yang digunakan, gangguan koneksi jaringan yang dapat menghambat transaksi, atau biaya tambahan yang dibebankan oleh beberapa penyedia layanan pembayaran tertentu. Kendala-kendala ini dapat memengaruhi persepsi konsumen terhadap kenyamanan dan manfaat sistem tersebut. Namun, hasil hipotesa ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan (Rahayu & Budiyanto, 2023) bahwa metode pembayaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa jika diimplementasikan dengan benar, teknologi pembayaran modern dapat memberikan pengalaman yang lebih memuaskan bagi konsumen, meskipun keberhasilannya bergantung pada faktor-faktor pendukung, seperti edukasi pelanggan dan infrastruktur teknologi yang andal.

SIMPULAN

Secara keseluruhan, sistem penjualan memiliki pengaruh positif dan signifikan daripada metode pembayaran yang tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sistem penjualan yang baik memberikan dampak yang lebih signifikan dalam meningkatkan kepuasan konsumen dibandingkan dengan metode pembayaran. Hal ini menunjukkan bahwa Kebab Ababils perlu lebih fokus pada pengelolaan sistem penjualan yang efektif serta memastikan pengalaman belanja konsumen yang menyenangkan sebagai prioritas utama. Sementara itu, untuk meningkatkan efektivitas metode pembayaran, diperlukan penguatan infrastruktur teknologi, edukasi konsumen, dan pengurangan hambatan teknis yang mengganggu.

Penelitian ini memiliki batasan pada zona pembahasan yang difokuskan pada sistem penjualan dan metode pembayaran sebagai faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen di Kebab Ababils, Lamongan. Untuk studi berikutnya, diharapkan dapat dilakukan pengembangan dengan menambahkan variabel lain yang relevan berdasarkan teori yang belum tercakup dalam studi ini. Selain itu, cakupan penelitian juga dapat diperluas, misalnya dengan melibatkan kelompok usia yang lebih beragam, subjek penelitian di lokasi yang berbeda, meningkatkan jumlah sampel, atau menggunakan metode uji statistik alternatif. Upaya ini bertujuan untuk menyempurnakan model penelitian dan menghasilkan temuan yang lebih komprehensif serta akurat.

Hasil penelitian mengenai pengaruh sistem penjualan dan metode pembayaran terhadap kepuasan konsumen pada Kebab Ababils di Lamongan memberikan sejumlah implikasi penting bagi pengembangan bisnis. Temuan bahwa sistem penjualan dikatakan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen menunjukkan perlunya penguatan pada aspek promosi, harga yang kompetitif, serta kualitas pelayanan yang lembut dan responsif. Langkah ini dapat menciptakan pengalaman belanja yang lebih baik dan mendorong loyalitas pelanggan. Di sisi lain, meskipun metode pembayaran tidak menunjukkan pengaruh signifikan, hambatan seperti koneksi jaringan yang tidak stabil dan biaya tambahan harus diatasi untuk meningkatkan kenyamanan transaksi. Kebab Ababils dapat berkolaborasi dengan penyedia layanan pembayaran untuk mengedukasi konsumen serta meningkatkan infrastruktur teknologi. Selain itu, diversifikasi target pasar dengan menasar kelompok usia atau demografis yang lebih luas, seperti pelajar dan pekerja, dapat dilakukan melalui promosi yang sesuai.

Implikasi ini juga menggarisbawahi pentingnya pengembangan strategi berbasis data untuk memahami preferensi konsumen dan merancang pemasaran yang lebih efektif. Lebih jauh,

penelitian lanjutan dengan cakupan yang lebih luas atau variabel tambahan dapat membantu Kebab Ababils mengidentifikasi faktor-faktor lain yang berkontribusi pada kepuasan konsumen, sehingga memperkuat daya saing dan keberlanjutan bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, A. P., & Susanti, L. E. (2022). Pentingnya Perlindungan Data Pribadi Konsumen dalam Transaksi Online pada Marketplace terhadap Kepuasan Konsumen. *Ahmad Dahlan Legal Perspective*, 2(1), 20–29. <https://doi.org/10.12928/adlp.v2i1.5610>
- Bakhtiar, S., & Rokhayati, H. (2023). Corporate Governance, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan. *Owner*, 7(2), 1503–1513. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i2.1492>
- Detika Yossy Pramesti, Sri Widyastuti, & Dian Riskarini. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, Dan Promosi E-Commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *JIMP : Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 1(1), 27–39. <https://doi.org/10.35814/jimp.v1i1.2065>
- Farhan, A., & Shifa, A. W. (2023). Penggunaan Metode Pembayaran QRIS Pada Setiap UMKM di Era Digital. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 1198–1206.
- Guntur Hendratri, B., Yuli Dianto, A., Zakariya, M., Fuad Udin, M., Agama Islam Pangeran Diponegoro Nganjuk Indonesia, I., Nganjuk, K., Nganjuk, K., & Timur, J. (2023). Transformasi Positif: Analisis Sistem Jual Beli Online di Anisa Online Shop Grosir Mlorah Rejoso Nganjuk dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Journal on Education*, 5(4), 17801–17806. <https://jonedu.org/index.php/joe/article/view/4774>
- Hartadijaya, J., & Lego, Y. (2023). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Mixue Taman Ratu di Jakarta Barat. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 501–510. <https://doi.org/10.24912/jmk.v5i2.23421>
- Herawati, S., Saktiendi, E., & Raihanah, A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi KAI Access terhadap Kepuasan Konsumen PT Kereta Api Indonesia (Persero). *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(6), 1391–1406. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v1i6.1436>
- Kurnia Rahman, A. F. S., & Supriyanto, S. (2022). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Penggunaan Qris Sebagai Metode Pembayaran Pada Masa Pandemi. *Indonesian Scientific Journal of Islamic Finance*, 1(1), 1–21. <https://journal.uinsi.ac.id/index.php/INASJIF/article/view/4739>
- Mandra Prakosa, R. (2023). Implementasi Teknologi Informasi (Digital) Pada Booking And Payment System Terhadap Produk Desa Wisata Di Bali Implementasi Teknologi Informasi (Digital) Pada Booking And Payment System Terhadap Produk Desa Wisata Di Bali. *Journal of Tourism and Creativity*, 7(1), 2023. www.aseanup.com,
- Marbun, A. N., Nasution, Y. S. J., & Harahap, I. (2023). Analisis Penggunaan Sistem Pembayaran QRIS terhadap Perkembangan Bisnis UMKM melalui Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Bank Syariah Indonesia (BSI) Kc Sibolga). *Ahkam*, 2(2), 361–372. <https://doi.org/10.58578/ahkam.v2i2.1198>
- Nizam Ulul Azmy, & Yustina Chrismardani. (2023). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 224–236. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v4i1.1034>
- Nurhasanah, N., Perkasa, D. H., Magito, M., Fathihani, F., Abdullah, M. A. F., & Kamil, I. (2023). Keinginan Berwirausaha Mahasiswa Pada Pengaruh Kompetensi Kewirausahaan, Motivasi Berwirausaha Dan Kreativitas Berwirausaha. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 27–44. <https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.2702>
- Pasaribu, A. P. (2022). Pengaruh Metode Pembayaran Cash On Delivery (COD) Dan Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian Di Shopee Pada Masyarakat Kota Medan. *Repostory UHN*, 1–31.

- Putri Dwi Astuti, Julius Nursyamsi, Haryono, & Joko Utomo. (2022). Analisis Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Persepsi Manfaat Dan Promosi Penjualan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(1), 68–77. <https://doi.org/10.56127/jaman.v2i1.199>
- Rahayu, R., & Budiyanto. (2023). Pengaruh Harga, Ulasan Produk dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee (Studi Kasus Kepada Konsumen Shopee di Surabaya). *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1(6), 1978–1520.
- Saragih, M. H., & Prayitta, A. D. (2023). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan dan Branding Terhadap Loyalitas Pelanggan Menggunakan Dompot Digital Shopeepay sebagai Metode dan Teknik Pembayaran. *Jurnal Simki Economic*, 6(1), 19–30. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i1.156>
- Sari, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Tokopedia terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Tokopedia di Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(6), 1411–1422. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i6.1139>
- Selvia Amelia, D., Hannie, H., Siska, S., Voutama, A., & Ali Ridha, A. (2024). Analisis Pengaruh Sistem Pembayaran Cash on Delivery Dan Paylater Pada Pembelian Produk Shopee Terhadap Perilaku Customer. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(4), 2555–2562. <https://doi.org/10.36040/jati.v7i4.7042>
- Sukesti, F., Ghozali, I., Fuad, F., Almasyhari, A. K., & Nurcahyono, N. (2021). Factors Affecting the Stock Price: The Role of Firm Performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(2), 165–173. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no2.0165>
- Tambun, S., Heryanto, H., Mulyadi, M., Sitorus, R. R., & Putra, R. R. (2022). Pelatihan Aplikasi Olah Data SmartPLS untuk Meningkatkan Skill Penelitian bagi Dosen Sekolah Tinggi Theologia Batam. *Jurnal Pengabdian UNDIKMA*, 3(2), 233. <https://doi.org/10.33394/jpu.v3i2.5519>
- Tandra, M. M., Lumanauw, B., & Rogi, M. H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Era New Normal Pada Starbucks Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi*, 9(4), 1476–1484.