

**PENGARUH E-TICKETING DAN PEMBAYARAN DIGITAL
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI TEMPAT WISATA MIKIE
HOLIDAY BERASTAGI**

Irvan Affandi¹, Jekky Ginting², Doly Siregar³, Nurul Wardani Lubis⁴

Universitas Negeri Medan

email: irvancesaffandi@gmail.com¹, jekkygintink@gmail.com², dolisiregar483@gmail.com³,
nurulwardani@unimed.ac.id⁴

Abstrak – Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh e-ticketing dan pembayaran digital terhadap kepuasan pelanggan di tempat wisata Mikie Holiday Berastagi. Latar belakang penelitian didasarkan pada semakin pesatnya transformasi digital di sektor pariwisata, khususnya penggunaan sistem tiket elektronik dan metode pembayaran digital seperti QRIS dan e-wallet yang memberikan kemudahan, kecepatan, serta keamanan dalam transaksi. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan sampel sebanyak 63 responden yang diperoleh melalui teknik accidental sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linear berganda, serta uji hipotesis parsial (t-test) dan simultan (F-test). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel e-ticketing tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel pembayaran digital berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 62,2%. Kesimpulan penelitian ini adalah integrasi e-ticketing dan pembayaran digital mampu meningkatkan efisiensi dan kenyamanan, meskipun faktor pembayaran digital lebih dominan dalam membentuk kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: E-Ticketing, Pembayaran Digital, Kepuasan Pelanggan, Mikie Holiday.

PENDAHULUAN

Perubahan digital dalam dua dekade terakhir telah membawa dampak signifikan pada perilaku konsumen, terutama dalam interaksi dengan layanan berbasis teknologi. Di Indonesia, transformasi ini terlihat jelas dari meningkatnya penggunaan e-ticketing dalam berbagai sektor, termasuk transportasi, hiburan, dan pariwisata. Sistem e-ticketing tidak hanya menggantikan tiket fisik, tetapi juga menawarkan kemudahan dalam pemesanan, pengelolaan data konsumen, serta efisiensi operasional. Di sektor pariwisata, misalnya, tempat wisata mulai mengadopsi e-ticketing untuk mengurangi antrean, mempercepat akses masuk, dan memberikan pengalaman lebih nyaman bagi pengunjung (Wijaya, 2023). Fenomena ini sejalan dengan tren global yang menekankan paperless society dan pelayanan berbasis real-time system.

Pembayaran tunai di Indonesia mulai dianggap tidak lagi relevan dengan kebutuhan mobilitas masyarakat modern karena menghadirkan sejumlah keterbatasan. Studi Consumer Payment Attitudes oleh Visa Indonesia (2022) mengungkap bahwa lebih dari separuh responden merasa tidak aman membawa uang dalam jumlah besar, sementara hampir separuh lainnya menilai transaksi tunai kurang praktis dan merepotkan, terutama ketika harus mengantre atau mencari uang pas. Dalam konteks pariwisata, ketidaknyamanan ini semakin terasa karena wisatawan kerap berada di lokasi yang ramai dan rawan risiko kehilangan uang. Selain itu, infrastruktur penunjang tunai seperti ketersediaan mesin ATM dan loket pembayaran juga sering kali terbatas, sehingga berpotensi menambah waktu tunggu dan mengurangi kualitas pengalaman wisata.

Kelemahan pembayaran konvensional juga tampak dari sisi pengelolaan transaksi. Penelitian Febrinda dan Rahayu Ningsih (2022) mengenai kesiapan digitalisasi di pasar rakyat menunjukkan bahwa transaksi berbasis tunai rawan mengalami masalah pencatatan, manipulasi, serta kehilangan akibat kesalahan hitung atau proses pengembalian uang. Sistem manual yang mendasari pembayaran tunai menambah risiko human error sekaligus memperlambat alur layanan. Dalam kasus tempat wisata, keterbatasan ini dapat memicu antrian panjang di loket tiket maupun gerbang masuk, sehingga menimbulkan beban tambahan bagi konsumen. Dengan demikian, ketergantungan penuh pada pembayaran tunai tidak hanya berdampak pada efisiensi operasional, tetapi juga berpotensi menurunkan kepuasan pengunjung yang mengharapkan layanan cepat, aman, dan ringkas.

Pertumbuhan pembayaran digital, khususnya sejak implementasi QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard) oleh Bank Indonesia, semakin memperkuat ekosistem layanan digital. Laporan Bank Indonesia tahun 2024 menunjukkan bahwa pengguna QRIS telah mencapai lebih dari 54,1 juta orang dengan pertumbuhan transaksi mencapai 226,54% dari tahun sebelumnya (IJINS, 2024). Tren ini menunjukkan bahwa digital payment bukan lagi sekadar alternatif, tetapi kebutuhan yang selaras dengan pola hidup masyarakat modern yang menuntut kecepatan, kenyamanan, dan keamanan.

Di sisi praktik, pengunjung tempat wisata seperti Mikie Holiday Berastagi mulai menunjukkan pengalaman nyata terkait penggunaan e-ticketing dan pembayaran digital. Beberapa ulasan pengunjung di platform daring (TripAdvisor, Google Reviews) menyebutkan kemudahan membeli tiket secara daring dan memanfaatkan QRIS, yang membantu mengurangi antrean panjang, terutama saat musim liburan. Namun, terdapat juga kritik terkait biaya tambahan pada transaksi digital dan ketergantungan pada sistem nontunai, yang memunculkan frustrasi bagi pengunjung yang lebih nyaman menggunakan uang tunai. Fenomena ini menandakan bahwa meskipun teknologi menghadirkan efisiensi, tidak semua konsumen merasakan pengalaman positif secara konsisten.

Meskipun berbagai penelitian telah meneliti pengaruh e-ticketing maupun pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen, terdapat beberapa gap yang perlu ditelaah lebih lanjut.

Sebagian besar studi menyoroiti salah satu variabel saja secara terpisah, sehingga belum ada analisis komprehensif mengenai pengaruh simultan e-ticketing dan pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, penelitian terdahulu lebih menekankan sisi positif digitalisasi layanan, sementara dampak negatif seperti berkurangnya “pain of paying” yang mendorong perilaku konsumtif berlebihan, biaya tambahan QRIS, atau resistensi terhadap kebijakan cashless-only, masih jarang dikaji secara sistematis (Fernandes et al., 2021).

Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara simultan pengaruh e-ticketing dan pembayaran digital terhadap kepuasan konsumen di tempat wisata Mikie Holiday Berastagi. Dengan memadukan perspektif pengalaman pengunjung, data penggunaan digital, dan literatur yang relevan, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis maupun praktis, khususnya dalam merancang layanan digital yang tidak hanya efisien, tetapi juga memberikan pengalaman memuaskan bagi berbagai segmen pengunjung.

METODOLOGI PENELITIAN

penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. (Soegiyono 2011) menjelaskan bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang didasarkan pada filosofi positivisme yang digunakan untuk menyelidiki pengumpulan data Sampel atau populasi tertentu menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dan memiliki target untuk menguji hipotesis yang ditentukan. Dalam konteks penelitian ini, pendekatan kuantitatif digunakan untuk melihat pengaruh e-ticketing dan pembayaran digital terhadap kepuasan pelanggan di tempat wisata Mikie Holiday.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas, bisa dilakukan melalui beberapa cara yaitu:

1. Membandingkan Nilai r hitung dengan Nilai r tabel
 - Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.
 - Jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka item soal angket tersebut dinyatakan tidak valid.
2. Membandingkan Nilai Sig. (2-tailed) dengan Probabilitas 0,05
 - Jika nilai Sig. (2-tailed) $<$ 0,05 dan Pearson Correlation bernilai positif, maka item soal angket tersebut valid.
 - Jika nilai Sig. (2-tailed) $<$ 0,05 dan Pearson Correlation bernilai negatif, maka item soal angket tersebut tidak valid.
 - Jika nilai Sig. (2-tailed) $>$ 0,05, maka item soal angket tersebut tidak valid.

Tabel 1. Uji Validitas

		X1	X2	Y	Skor Total
X1	Pearson Correlation	1	.588	.474	.795
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	63	63	63	63
X2	Pearson Correlation	.588	1	.789	.923
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	63	63	63	63
Y	Pearson Correlation	.474	.789	1	.870
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	63	63	63	63
Skor Total	Pearson Correlation	.795	.923	.870	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63

Interpretasi Hasil Output Uji Validitas :

1. Pengambilan keputusan berdasarkan nilai r hitung dengan nilai r tabel
 - Berdasarkan output “Correlations” diketahui X1 nilai r hitung $0,795 > r$ tabel $0,254$, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.
 - Berdasarkan output “Correlations” diketahui X2 nilai r hitung $0,923 > r$ tabel $0,254$, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.
 - Berdasarkan output “Correlations” diketahui Y nilai r hitung $0,870 > r$ tabel $0,254$, maka item soal angket tersebut dinyatakan valid.

3. Pengambilan keputusan berdasarkan

Berdasarkan output “Correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi X1 dengan skor total (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Person Correlations bernilai positif yakni sebesar $0,795$, maka dapat disimpulkan bahwa item X1 adalah valid. Karena item X1 dinyatakan valid maka item soal tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpul data yang akurat dalam sebuah penelitian.

Berdasarkan output “Correlations” di atas, diketahui nilai Sig. (2-tailed) untuk hubungan atau korelasi X2 dengan skor total (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$ dan Person Correlations bernilai positif yakni sebesar $0,795$, maka dapat disimpulkan bahwa item X2 adalah valid. Karena item X2 dinyatakan valid maka item soal tersebut dapat dijadikan sebagai alat pengumpul data yang akurat dalam sebuah penelitian.

Uji Reliabilitas

Dasar Keputusan dalam Uji Reliabilitas Alpha Cronbach’s Dalam bukunya (V. Wiratna Sujarweni. 2014. SPSS untuk Penelitian. Yogyakarta ; Pustaka Baru Press. Hal-193) menjelaskan bahwa uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir atau item pertanyaan dalam angket (kuesioner) penelitian. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai Cronbach’s Alpha $> 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan reliabel atau konsisten.
2. Jika nilai Cronbach’s Alpha $< 0,60$ maka kuesioner atau angket dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Interpretasi Hasil Output Uji Reliabilitas Alpha Cronbach’s

Tabel 2. Uji Reliabilitas

	N	%
Cases Valid	63	100.0
Excluded	0	0
Total	63	100.0

Tabel output di atas, memberikan informasi tentang jumlah sampel atau responden (N) yang di analisis dalam program SPSS yakni N sebanyak 63 responden. Karena tidak ada yang kosong (dalam pengertian jawaban responden terisi semua) maka jumlah valid adalah 100%.

Tabel 3. Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
.851	4

Dari tabel output di atas diketahui ada N of items (banyaknya item) ada 4 buah item dengan nilai Cronbach’s Alpha sebesar $0,851$. Karena nilai Cronbach’s Alpha $0,851 > 0,60$, maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas di atas, dapat disimpulkan bahwa semua item adalah reliabel atau konsisten.

Uji Normalitas

Dasar Pengambilan Keputusan dalam Uji Normalitas K-S:

1. Jika nilai signifikansi (sig) $> 0,5$ maka data penelitian berdistribusi normal
2. Jika nilai signifikansi (sig) $< 0,5$ maka data penelitian berdistribusi tidak normal

Interpretasi Hasil Output Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		63	63
Normal Parameter^{a,b}	Mean	.0000000	.0000000
	Std. Deviation	2.46232143	2.46232143
Most Extreme Differences		.078	.078
Absolute		.078	.078
Positive		-.062	-.062
Negative		.078	.078
Test Statistic		.082 ^c	.082 ^c
Asymp. Sig. (2-tailed)			

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel output tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) sebesar $0,082 > 0,05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas K-S diatas dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Regresi Linear Berganda

Adapun persamaan regresinya yaitu : $Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2$.

Interpretasi Hasil Output Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	11.071	2.455		4.509	.000
X1	.015	.069	.016	.225	.822
X2	.687	.063	.779	10.856	.000

- a. Dependent Variable: Y

Persamaan Regresi

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2$$

$$Y = 11,071 + 0,015X_1 + 0,687X_2$$

Makna persamaan regresi:

1. Nilai konstanta (B_0) positif menunjukkan pengaruh positif variabel bebas (X_1 dan X_2)
2. $0,015(X_1)$ adalah nilai koefisien regresi variabel X_1 terhadap Y artinya jika variabel X_1 mengalami kenaikan satu satuan maka Y akan mengalami peningkatan sebesar $0,015$ atau $1,5\%$
3. $0,687(X_2)$ adalah nilai koefisien regresi variabel X_2 terhadap Y artinya jika variabel X_2 mengalami kenaikan satu satuan maka Y akan mengalami peningkatan sebesar $0,687$ atau $67,8\%$

Interpretasi Hasil Analisis Data Pengaruh Parsial :

1. Untuk E-ticketing (X_1), nilai t hitung = $0,225 < \text{nilai } t \text{ tabel} = 1.981$ dan nilai signifikansi $0,822 > 0,05$, yang berarti tidak ada pengaruh secara parsial antara E-ticketing terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk Pembayaran digital (X_2), nilai t hitung = $10,856 > \text{nilai } t \text{ tabel} = 1.981$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti ada pengaruh secara parsial antara pembayaran digital terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 6. Uji Data Pengaruh Simultan

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	.Sig
1	1138.763	2	569.381	92.263	.000 ^b
Regression	691.185	112	6.171		
Residual	1829.948	114			
Total					

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Interpretasi Hasil Analisis Data Pengaruh Simultan

Nilai F hitung = 92,263 > F tabel = 3,08 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, yang berarti ada pengaruh secara simultan antara E-ticketing dan pembayaran digital dengan kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi (Uji R Square)

Tabel 7. Uji R Square

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789 ^a	.622	.616	2.484

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Nilai R Square (R²) adalah 0,622. Hasil tersebut memberikan arti bahwa pengaruh E-ticketing dan pembayaran digital secara simultan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 62,2%.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Pengaruh E-Ticketing dan Pembayaran Digital terhadap Kepuasan Pelanggan di Tempat Wisata Mikie Holiday Berastagi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Variabel E-Ticketing tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun sistem tiket elektronik memberikan kemudahan, kecepatan, dan efisiensi, faktor ini belum sepenuhnya menjadi penentu utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan.

Variabel Pembayaran Digital berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, kecepatan, keamanan, dan fleksibilitas dalam melakukan transaksi digital memberikan kontribusi besar terhadap pengalaman positif pelanggan.

Secara simultan, E-Ticketing dan Pembayaran Digital berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 62,2%. Hal ini menunjukkan bahwa integrasi keduanya dapat menciptakan layanan yang lebih efisien, praktis, dan mendukung peningkatan kualitas pengalaman berwisata.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Pengelola Mikie Holiday

Perlu meningkatkan kualitas layanan e-ticketing, misalnya dengan memperbaiki keandalan sistem, meminimalisasi error, dan menambahkan fitur yang lebih ramah pengguna agar berdampak signifikan pada kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menambahkan variabel lain yang juga memengaruhi kepuasan pelanggan, seperti

kualitas layanan, harga, maupun promosi. Disarankan memperluas objek penelitian ke destinasi wisata lain, sehingga hasil penelitian lebih general dan dapat dibandingkan antar lokasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fernandes, D., Usta, J., & Warlop, L. (2021). Digital payment and the changing consumer behavior: Revisiting the pain of paying. *Journal of Consumer Research*, 48(5), 995–1012.
- Febrinda, A., & Rahayu Ningsih, S. (2022). Kesiapan digitalisasi sistem pembayaran non tunai di pasar rakyat. *Ekonomi dan Keuangan Publik*, 9(1), 45–59.
- IJINS. (2024). Laporan perkembangan QRIS 2024. *Indonesian Journal of Information and National Statistics*, 12(2), 77–89.
- Visa Indonesia. (2022). Consumer payment attitudes study Indonesia 2022. Visa Worldwide.
- Wijaya, R. (2023). Transformasi digital pada sistem e-ticketing di sektor pariwisata Indonesia. *Jurnal Pariwisata dan Teknologi*, 5(2), 112–124.
- Bank Indonesia. (2020). Laporan Sistem Pembayaran Indonesia 2020. Jakarta: Bank Indonesia.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing* (7th ed.). Harlow: Pearson Education.
- Davis, F. (2019). *Technology Acceptance and Digital Payment Systems*. New York: Routledge.
- Kim, S., & Park, H. (2021). The effects of digital payment adoption on customer loyalty. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58(3), 209–217.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2017). *E-commerce: Business, Technology, Society* (12th ed.). Boston: Pearson.
- Lestari, D. (2021). Pengaruh pembayaran digital terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(1), 40–50.
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Putra, R., & Hidayat, M. (2020). Analisis pengaruh e-ticketing terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 12(2), 80–92.
- Turban, E., Pollard, C., & Wood, G. (2018). *Information Technology for Management* (11th ed.). New Jersey: Wiley.