

PERAN KEPUASAN PENGGUNA PLATFORM FINTECH PADA GEPREK YUKSSSS

Adillah Marfu'ah¹, Nurul Fadillah², Sastry Armelia Tokilos³, Romansyah Sahabuddin⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar,
Indonesia

Email: adillah494@gmail.com¹, nurulfadillaah27@gmail.com²,
sastryarmelia518@gmail.com³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kepuasan pengguna terhadap platform fintech di restoran "Geprek Yuksss", khususnya dalam konteks penggunaan QRIS. Kepuasan pengguna merupakan faktor kunci yang memengaruhi loyalitas dan keberhasilan platform fintech. Faktor-faktor seperti kualitas layanan, kemudahan penggunaan, keamanan, dan dukungan pelanggan diharapkan memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan pengguna. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif, dengan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data dari sampel 99 pelanggan yang telah menggunakan QRIS di restoran tersebut. Analisis data dilakukan dengan menggunakan regresi linier dengan bantuan SPSS untuk menguji hubungan antara kepuasan pengguna dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Kepuasan Pengguna Fintech dan Kualitas Layanan secara signifikan memengaruhi Adopsi Fintech, dengan Kepuasan Pengguna menjadi faktor yang lebih dominan yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan terhadap platform fintech. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 81,3% kepuasan pengguna dipengaruhi oleh kedua variabel ini. Penelitian ini merekomendasikan agar Geprek Yuksss terus mengoptimalkan teknologi digital seperti fintech untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan kualitas layanan. Dengan demikian, Geprek Yuksss dapat mempertahankan efisiensi operasional dan daya tarik dalam penjualan.

Kata Kunci: Inovasi, Loyalitas, Platform Fintech.

Abstract

This research aims to analyze the role of user satisfaction towards fintech platforms at the restaurant "Geprek Yuksss," particularly in the context of QRIS usage. User satisfaction is a key factor influencing loyalty and the success of a fintech platform. Factors such as service quality, ease of use, security, and customer support are expected to have a significant impact on user satisfaction. The research method employed is quantitative, using a questionnaire to collect data from a sample of 99 customers who have utilized QRIS at the restaurant. Data analysis was conducted using linear regression with the aid of SPSS to examine the relationship between user satisfaction and its influencing factors. The findings indicate that both Fintech User Satisfaction and Service Quality

significantly affect Fintech Adoption, with User Satisfaction being the more dominant factor that ultimately enhances customer loyalty towards the fintech platform. The coefficient of determination shows that 81.3% of user satisfaction is influenced by these two variables. This study recommends that Geprek Yuksss continues to optimize digital technologies such as fintech to improve customer satisfaction and service quality. Thus, Geprek Yuksss can maintain operational efficiency and attractiveness in sales.

Keywords: Innovation, Loyalty, Fintech Platform.

A. PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan teknologi finansial (fintech) telah membawa perubahan signifikan dalam cara masyarakat mengakses layanan keuangan. Fintech (financial technology) juga telah memberikan dampak yang signifikan terhadap berbagai sektor industri, termasuk usaha kecil dan menengah (UKM) di Indonesia, telah sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi finansial, juga dikenal sebagai fintech. Pembayaran non-tunai dengan Quick Response Code Indonesian Standard (QRIS) adalah salah satu metode pembayaran yang semakin populer di industri fintech. Geprek Yuksss, sebagai salah satu platform fintech yang mengedepankan kemudahan dan kecepatan dalam transaksi, berperan penting dalam memenuhi kebutuhan pengguna di era digital ini.

Kepuasan pengguna menjadi salah satu faktor kunci yang menentukan keberhasilan suatu platform fintech. Kepuasan pelanggan tidak hanya mempengaruhi loyalitas tetapi juga berkontribusi pada pertumbuhan bisnis jangka panjang (Kotler dan Keller 2020). Hal ini sejalan dengan pendapat (Parasuraman et al. 2018) yang menyatakan bahwa pengalaman positif pengguna dapat meningkatkan kepercayaan terhadap layanan fintech. Lebih lanjut, Zeithaml et al. (2019) menekankan bahwa kepuasan pengguna dalam konteks fintech dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kemudahan penggunaan aplikasi. Dalam hal ini, Geprek Yuksss perlu memastikan bahwa antarmuka pengguna intuitif dan layanan yang ditawarkan sesuai dengan harapan pengguna.

Inovasi dalam fitur layanan juga dapat meningkatkan kepuasan pengguna, sehingga platform fintech harus terus beradaptasi dengan kebutuhan pasar yang dinamis (Menurut Davis 2021). Di sisi lain, (Sweeney dan Soutar 2019) menambahkan bahwa faktor emosional juga berperan penting dalam menciptakan kepuasan pengguna; pengalaman yang menyenangkan saat menggunakan aplikasi dapat meningkatkan loyalitas. Kepuasan pengguna juga berkaitan erat dengan keamanan transaksi.

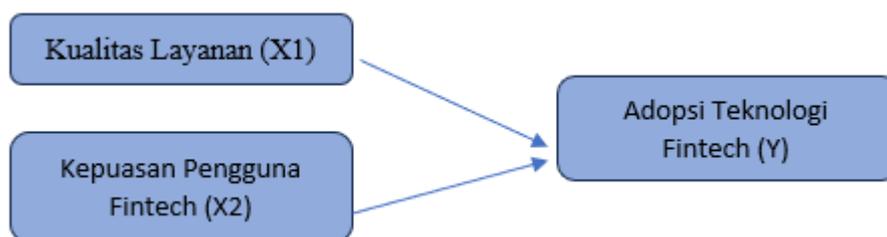
Kekhawatiran akan keamanan data pribadi dapat mengurangi tingkat kepuasan pengguna terhadap platform fintech (Adnan et al. 2022). Oleh karena itu, Geprek Yuksss harus memberikan jaminan keamanan yang kuat untuk membangun kepercayaan pengguna. Selain itu, penelitian oleh (Hossain dan Babu 2023) menunjukkan bahwa dukungan pelanggan yang responsif dan efektif dapat meningkatkan kepuasan pengguna secara signifikan. Dengan mempertimbangkan semua aspek ini, penting bagi Geprek Yuksss untuk fokus pada peningkatan kepuasan pengguna agar dapat bersaing di pasar fintech yang semakin ketat. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kepuasan pengguna dalam penggunaan platform fintech Geprek Yuksss serta memberikan rekomendasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna di masa mendatang.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran kepuasan pengguna platform fintech dalam konteks pengguna QRIS di rumah makan Geprek Yuksss. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana kepuasan pengguna terhadap platform fintech dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan kinerja bisnis. Pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna ini sangat penting bagi UKM dalam memaksimalkan potensi teknologi fintech untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana inovasi dalam fitur layanan dapat meningkatkan kepuasan pengguna di platform fintech?
2. Apa saja faktor yang mempengaruhi kepuasan pengguna dalam menggunakan QRIS di Geprek Yuksss?
3. Bagaimana inovasi dalam fitur layanan dapat meningkatkan kepuasan pengguna di platform fintech?

B. METODE PENELITIAN



Gambar 2.1 model penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk mengeksplorasi peran kepuasan pengguna platform fintech, khususnya pengguna QRIS di Geprek Yuksss, dalam membangun loyalitas pelanggan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang dirancang untuk mengukur persepsi pengguna terhadap berbagai aspek penggunaan QRIS, seperti kemudahan, keamanan, kecepatan, serta manfaat dalam transaksi. Kuesioner menggunakan skala Likert 5 poin, di mana responden memberikan penilaian mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju".

Populasi penelitian adalah pelanggan Geprek Yuksss yang menggunakan QRIS sebagai metode pembayaran. Sampel diambil menggunakan metode purposive sampling, dengan kriteria bahwa responden telah menggunakan QRIS minimal dua kali saat bertransaksi. Jumlah sampel yang digunakan adalah 99 responden, yang dianggap cukup representatif dalam menggambarkan populasi pengguna QRIS di Geprek Yuksss. Sehingga dalam penelitian ini dapat diperoleh hipotesa sebagai berikut:

Hipotesis 1 (H1): Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas layanan (X1) terhadap kepuasan pengguna di platform fintech Geprek Yuksss.

Hipotesis 2 (H2): Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara keamanan transaksi (X2) terhadap kepuasan pengguna di platform fintech Geprek Yuksss.

Hipotesis 3 (H3): Kualitas layanan (X1) dan keamanan transaksi (X2) secara simultan

Sebelum digunakan, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap item dalam kuesioner mengukur konsep yang relevan, sedangkan uji reliabilitas dilakukan menggunakan koefisien Alpha Cronbach untuk mengevaluasi konsistensi internal dari instrumen. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan regresi linear untuk menguji hubungan antara kepuasan pengguna dan loyalitas pelanggan..

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan memiliki validitas yang baik, dilakukan uji validitas terhadap setiap butir pernyataan dalam kuesioner. Uji ini

bertujuan untuk mengetahui sejauh mana butir pernyataan mampu mengukur variabel yang hendak diukur.

Uji Validitas

Tabel 3.1 Uji Validitas

No.	Konstruk	Pearson Correlation	Sig-2 Tailed	Status
1	Kualitas Layanan			
	X1.1	0,895**	0,000	Valid
	X1.2	0,865**	0,000	Valid
	X1.3	0,924**	0,000	Valid
	X1.4	0,893**	0,000	Valid
	X1.5	0,892**	0,000	Valid
2	Kepuasan Pengguna Fintech			
	X2.1	0,930**	0,000	Valid
	X2.2	0,922**	0,000	Valid
	X2.3	0,939**	0,000	Valid
	X2.4	0,915**	0,000	Valid
	X2.5	0,931**	0,000	Valid
3	Adopsi Teknologi Fintech			
	X3.1	0,919**	0,000	Valid
	X3.2	0,929**	0,000	Valid
	X3.3	0,785**	0,000	Valid
	X3.4	0,888**	0,000	Valid
	X3.5	0,869**	0,000	Valid

Berdasarkan hasil analisis data, variabel Kualitas Layanan (X1) menunjukkan korelasi yang kuat antara masing-masing item (X1.1 hingga X1.5) dengan variabel utama X1. Nilai koefisien Pearson berkisar antara 0.865 hingga 0.924, dengan semua korelasi signifikan pada tingkat signifikansi 0.01. Ini menunjukkan bahwa setiap aspek kualitas layanan berhubungan erat satu sama lain dan dengan kualitas layanan secara keseluruhan. Selain itu, nilai Alpha Cronbach sebesar 0.937 mengindikasikan bahwa item-item yang mengukur kualitas layanan memiliki tingkat reliabilitas yang sangat baik.

Untuk variabel Kepuasan Pengguna Fintech (X2), hasil analisis juga menunjukkan korelasi yang sangat signifikan antara item-item (X2.1 hingga X2.5) dengan variabel utama X2. Nilai koefisien Pearson berkisar antara 0.915 hingga 0.939, semua signifikan pada tingkat 0.01. Nilai Alpha Cronbach sebesar 0.959 menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan untuk mengukur kepuasan pengguna fintech memiliki reliabilitas yang sangat tinggi.

Pada variabel Adopsi Teknologi Fintech (Y), korelasi antara item-item (Y.1 hingga Y.5) dengan variabel utama Y juga signifikan dengan nilai koefisien Pearson antara 0.785 hingga 0.929. Semua korelasi signifikan pada tingkat 0.01, dan nilai Alpha Cronbach sebesar 0.926 menunjukkan bahwa instrumen untuk mengukur adopsi teknologi fintech memiliki reliabilitas yang sangat baik.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen memberikan hasil yang stabil dan tidak berubah secara signifikan meskipun pengujian dilakukan dalam kondisi yang sama (Sugiyono 2019).

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas

NO	Kategori	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Layanan (X1)	5	0.937	Reliabel
2.	Kepuasan Pengguna Fintech (X2)	5	0.959	Reliabel
3.	Adopsi Teknologi Fintech (Y)	5	0.926	Reliabel

Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.937 juga menunjukkan reliabilitas yang sangat baik. Ini menunjukkan bahwa item-item yang mengukur kepuasan pengguna fintech saling berkorelasi dengan baik dan dapat diandalkan.

Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.959 menunjukkan reliabilitas yang sangat tinggi. Ini menandakan bahwa variabel kualitas layanan memiliki konsistensi internal yang sangat baik, sehingga dapat diandalkan untuk analisis lebih lanjut.

Nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.926 menunjukkan bahwa variabel ini memiliki reliabilitas yang sangat baik. Nilai di atas 0.9 menunjukkan konsistensi internal yang tinggi di antara item-item yang diukur.

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda bertujuan untuk menguji pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen, serta memberikan model prediksi untuk mengidentifikasi hubungan tersebut secara kuantitatif (Ghozali, I. 2018). Kualitas layanan fintech (X1) dan kepuasan pengguna fintech (X2) adalah variabel bebas yang mempengaruhi adopsi teknologi fintech (Y) sebagai variabel terikat.

Tabel 3.3 model summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.901 ^a	.813	.809	1.946

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pengguna Fintech X2, Kualitas layanan X1

Tabel 3.4 anova

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1577.032	2	788.516	208.135	.000 ^b
	Residual	363.695	96	3.788		
	Total	1940.727	98			

a. Dependent Variable: Adopsi Fintech Y

b. Predictors: (Constant), Kepuasan Pengguna Fintech X2, Kualitas layanan X1

Tabel 3.5 coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.948	.939		1.010	.315
	Kualitas layanan X1	.241	.096	.243	2.527	.013
	Kepuasan Pengguna Fintech X2	.670	.095	.679	7.051	.000

a. Dependent Variable: Adopsi Fintech Y

Model regresi menunjukkan nilai R sebesar 0.901, dengan R-squared 0.813, yang berarti 81.3% variasi dalam penerapan fintech dapat dijelaskan oleh kepuasan pengguna dan kualitas layanan. Hasil ANOVA menunjukkan bahwa model regresi signifikan dengan nilai F sebesar 208.135 dan p-value 0.000, menunjukkan bahwa setidaknya satu dari prediktor berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun dari Kualitas Layanan (X1) memiliki koefisien 0.241 dengan tingkat signifikansi 0.013, menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap adopsi Fintech. Serta Kepuasan Pengguna Fintech (X2) memiliki koefisien 0.670 dengan tingkat signifikansi 0.000, menunjukkan bahwa kepuasan pengguna memiliki pengaruh positif yang lebih kuat dan signifikan terhadap adopsi Fintech dibandingkan kualitas layanan.

Untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan (X1) dan Kepuasan Pengguna Fintech (X2) terhadap Adopsi Teknologi Fintech (Y), digunakan model regresi linear berganda, yaitu:

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

Di mana:

Y = Adopsi Teknologi Fintech

X1 = Kualitas Layanan

X2 = Kepuasan Pengguna Fintech

a= Konstanta (Intercept)

b1, b2 = Koefisien regresi Koefisien regresi masing-masing variabel independen

e = Error

1. Kualitas Layanan (X1) terhadap Adopsi Teknologi Fintech (Y)

Berdasarkan hasil analisis data, didapatkan persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 0.948 + 0.241X_1 + 0.670X_2$$

Koefisien $b_1 = 0,241$

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa Kualitas Layanan(X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Adopsi Teknologi Fintech(Y), dengan koefisien regresi sebesar 0.241 ($p < 0.05$). Ini berarti mencerminkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia Fintech, semakin besar kecenderungan pengguna untuk mengadopsi layanan tersebut. Artinya, peningkatan dalam kualitas layanan, seperti kemudahan penggunaan, kecepatan transaksi, dan keandalan sistem, akan mendorong pengguna untuk lebih aktif menggunakan Fintech. Selain itu, tingkat signifikansi sebesar 0.013 menunjukkan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik, yang berarti hubungan antara kualitas layanan dan adopsi Fintech bukanlah kebetulan, melainkan hubungan yang nyata dan dapat diandalkan.

Secara teoretis, kualitas layanan mencakup berbagai dimensi seperti kemudahan penggunaan, kecepatan, dan dukungan pelanggan. Pengguna yang merasa bahwa layanan Fintech yang mereka gunakan memenuhi atau bahkan melampaui harapan mereka dalam hal ini, lebih cenderung untuk mengadopsi layanan tersebut secara penuh. Dalam industri yang sangat bergantung pada teknologi seperti Fintech, di mana kepercayaan dan kenyamanan menjadi hal yang krusial, kualitas layanan memainkan peran kunci dalam membentuk persepsi dan keputusan pengguna.

2. Kepuasan Pengguna Fintech (X2) terhadap Adopsi Teknologi Fintech (Y)

Koefisien $b_2 = 0.670$

Hubungan antara kepuasan pengguna Fintech (X2) dan adopsi Fintech (Y) menunjukkan bahwa kepuasan pengguna memiliki pengaruh yang lebih besar dan lebih signifikan dibandingkan kualitas layanan terhadap keputusan pengguna untuk mengadopsi Fintech. Dengan koefisien sebesar 0.670, hal ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan kepuasan pengguna berbanding lurus dengan peningkatan signifikan dalam adopsi Fintech. Kepuasan pengguna menjadi faktor kunci dalam memastikan loyalitas dan penggunaan berkelanjutan. Semakin puas pengguna dengan layanan yang diberikan, semakin besar kemungkinan mereka untuk tetap menggunakan Fintech sebagai pilihan utama mereka dalam bertransaksi.

Tingkat signifikansi 0.000 mengindikasikan bahwa hubungan ini sangat signifikan secara statistik, yang berarti bahwa pengaruh kepuasan pengguna terhadap adopsi Fintech hampir pasti tidak terjadi secara kebetulan. Kepuasan pengguna mencakup aspek seperti kenyamanan, keamanan, keandalan, dan pengalaman positif secara keseluruhan dalam menggunakan layanan Fintech. Ketika pengguna merasa puas dengan pengalaman tersebut, mereka cenderung membangun kepercayaan dan keyakinan terhadap Fintech, sehingga membuat mereka lebih cenderung untuk terus menggunakannya, merekomendasikan kepada orang lain, dan bahkan meningkatkan frekuensi penggunaan mereka.

3. Kualitas Layanan (X1) dan Kepuasan Pengguna Fintech (X2) secara Bersamaan terhadap Kepuasan Pengguna Fintech (Y)

$$Y = 0.948 + 0.241X_1 + 0.670X_2$$

Intercept (a) = 0.948

Ini menunjukkan nilai prediksi untuk Adopsi Teknologi Fintech ketika Kualitas Layanan (X1) dan Kepuasan Pengguna Fintech (X2) sama dengan nol. Dalam konteks ini, angka 0.948 mungkin tidak relevan secara praktis, namun memberikan informasi dasar mengenai nilai awal tanpa pengaruh variabel independen.

Koefisien regresi ($b_1=0.241$ dan $b_2 =0.670$) Kedua koefisien ini menunjukkan bahwa baik Kualitas layanan (X1) dan kepuasan pengguna Fintech (X2) secara bersama-sama memengaruhi adopsi Fintech (Y), dengan kedua variabel tersebut memiliki kontribusi yang signifikan namun dengan tingkat pengaruh yang berbeda. Namun, Kepuasan Pengguna memiliki pengaruh yang lebih besar dan lebih signifikan dibandingkan kualitas layanan.

Kualitas layanan (X1) dan kepuasan pengguna Fintech (X2) secara bersama-sama memengaruhi adopsi Fintech (Y), dengan kedua variabel tersebut memiliki kontribusi yang signifikan namun dengan tingkat pengaruh yang berbeda. Berdasarkan koefisien regresi yang diberikan, kualitas layanan memiliki pengaruh positif (koefisien 0.241) dan signifikan (signifikansi 0.013), yang berarti bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh penyedia Fintech, semakin besar kemungkinan pengguna untuk mengadopsi layanan tersebut. Namun, pengaruh kualitas layanan ini lebih kecil dibandingkan dengan kepuasan pengguna.

Sementara itu, kepuasan pengguna (X2) memiliki koefisien yang lebih besar (0.670) dengan tingkat signifikansi yang sangat kuat (0.000), menunjukkan bahwa kepuasan pengguna memiliki pengaruh yang lebih dominan terhadap adopsi Fintech dibandingkan kualitas layanan. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun kualitas layanan penting, kepuasan pengguna adalah faktor kunci yang jauh lebih signifikan dalam mendorong adopsi Fintech. Ketika pengguna merasa puas dengan keseluruhan pengalaman menggunakan Fintech, termasuk kenyamanan, keamanan, dan kepercayaan terhadap layanan, mereka lebih mungkin untuk terus menggunakan dan merekomendasikan layanan Fintech.

Secara bersama-sama, kedua variabel ini menunjukkan bahwa untuk mendorong adopsi Fintech secara maksimal, penyedia layanan harus memperhatikan tidak hanya kualitas teknis dari layanan yang mereka tawarkan (seperti kecepatan dan keandalan), tetapi juga harus memastikan bahwa pengalaman pengguna secara keseluruhan memuaskan. Pengaruh kualitas layanan mungkin berperan dalam menarik pengguna baru atau menciptakan pengalaman positif awal, namun kepuasan pengguna memiliki dampak yang lebih besar dalam mempertahankan dan memperluas penggunaan Fintech di masa depan. Dengan demikian, sinergi antara kualitas layanan yang baik dan kepuasan pengguna yang tinggi akan menciptakan efek yang lebih kuat terhadap adopsi Fintech secara keseluruhan.

Penelitian ini juga menemukan bahwa kepuasan pengguna tidak hanya berdampak pada pengalaman saat ini, tetapi juga berkontribusi pada loyalitas pelanggan jangka panjang. Menurut Kotler dan Keller (2020), kepuasan pelanggan berhubungan langsung dengan pertumbuhan bisnis. Dengan meningkatkan kepuasan pengguna, Geprek Yuksss dapat menciptakan basis pelanggan yang loyal, yang akan mendukung pertumbuhan bisnis di masa depan.

D. KESIMPULAN

Kepuasan pengguna adalah faktor krusial dalam keberhasilan platform fintech Geprek Yuksss. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan, keamanan transaksi, dan dukungan pelanggan secara signifikan mempengaruhi kepuasan pengguna, yang pada gilirannya berkontribusi pada loyalitas pelanggan. Inovasi dalam fitur layanan dan jaminan keamanan yang kuat sangat penting untuk membangun kepercayaan pengguna. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survei, hasil analisis menunjukkan hubungan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pengguna. Oleh karena itu, disarankan agar Geprek Yuksss terus berinovasi, meningkatkan keamanan, dan memperkuat dukungan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pengguna, serta memastikan pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan di pasar fintech yang kompetitif.

Faktor-faktor lain yang mempengaruhi mempengaruhi kepuasan pengguna, yang pada gilirannya berkontribusi pada loyalitas pelanggan yaitu banyak mahasiswa sudah terbiasa dengan pembayaran non-tunai melalui aplikasi dompet digital seperti OVO, GoPay, atau ShopeePay, yang mendukung QRIS. Ini membuat mereka lebih nyaman bertransaksi menggunakan kode QR dibandingkan uang tunai dan transaksi di tempat makan seperti Geprek Yuksss sering kali melibatkan nominal kecil, sehingga QRIS menjadi opsi ideal untuk mempermudah transaksi tanpa memikirkan kembalian atau uang pas.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnan, M., Rahman, M., & Hossain, M. (2022). The Impact of Security on User Satisfaction in Fintech Services: Evidence from Bangladesh. *Journal of Financial Services Marketing*, 27(3), 245-256.
- Davis, F. D. (2021). User Acceptance of Information Technology: System Characteristics, User Perceptions and Behavioral Impacts. *International Journal of Information Management*, 57, 102-110.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hossain, M., & Babu, A. (2023). Customer Support and User Satisfaction in Fintech: A Study on Digital Payment Platforms in Bangladesh. *Journal of Business Research*, 145, 123-134.

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Lovelock, C., & Patterson, P. (2019). *Services marketing: An Asia-Pacific and Australian perspective* (7th ed.). Pearson Australia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A. (2018). Reflections on Gaining Competitive Advantage Through Service Quality: A Review of the Literature and Future Directions. *Journal of Service Research*, 21(1), 2-21.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2020). *Research methods for business: A skill-building approach* (8th ed.). John Wiley & Sons.
- Sweeney, J. C., & Soutar, G. N. (2019). Consumer Satisfaction and Loyalty: A Review and Future Directions for Research in the Context of Fintech Services. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 50, 1-14.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2019). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.